



Turun yliopisto  
University of Turku

# **LUOVA TALOUS JA ALUEELLINEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ**

**Luovien toimijoiden kokemuksia Fiskarsin ruukissa**

Talousmaantieteen pro gradu -tutkielma

Laatija:

Satu Nurmi

Ohjaajat:

KTT Päivi Oinas

FM Janne Lindstedt

5.5.2014

Turku



Turun kauppakorkeakoulu • Turku School of Economics



## **Kiitokset**

Haluan kiittää ohjaajiani ja kollegojani korvaamattomasta tuesta tehdessäni tutkimusta itseäni kiinnostavasta aiheesta.

Lisäksi kiitän kaikkia haastateltavia innokkuudesta osallistua tutkimukseeni.

Kiitän myös perhettäni kärsivällisyydestä sekä taloudellisesta ja henkisestä tuesta.

Lopuksi kiitän poikaystäväni sekä ystäviäni positiivisesta energiasta, jota sain säännöllisesti koko ideointi- ja kirjoitusprosessin ajan.

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	7
1.1	Luovan talouden esiinnousu.....	7
1.2	Kohti luovaa Suomea .....	9
1.3	Tutkimuksen tarkoitus ja rakenne .....	12
2	LUOVA TALOUS .....	14
2.1	Kulttuuri- vai luova talous?.....	14
2.1.1	Juuret kulttuuritaloudessa .....	14
2.1.2	Muotisana”luova talous” .....	15
2.2	Luovan talouden ammatit ja toimialat.....	19
2.3	Luovat toimijat .....	24
3	LUOVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ .....	27
3.1	Luovat kaupungit .....	27
3.2	Vaihtoehtona kaupungille: luova maaseutu .....	30
3.3	Luovan toimintaympäristön ominaisuuksia .....	32
3.3.1	Sijainnin merkitys luovuuskeskustelussa.....	32
3.3.2	Klusteroituminen ja vuorovaikutus.....	33
3.3.3	Luovan toimintaympäristön vetovoimatekijöitä .....	35
3.3.4	Luova keskittymä alueen elvyttämisen välineenä .....	39
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	45
4.1	Tutkimuksen kohde: Fiskarsin ruukin luova keskittymä .....	45
4.1.1	Perustietoja kohteesta .....	45
4.1.2	Ruukin historiaa .....	46
4.1.3	Taiteilijat saapuvat ruukkiin .....	48
4.2	Tutkimusmenetelmät.....	49
4.2.1	Kvalitatiivinen tapaustutkimus .....	49
4.2.2	Menetelmänä teemahaastattelu .....	51
4.3	Tutkimuksen kulku.....	53
4.4	Tutkimuksen aineiston esittely.....	55
4.4.1	Perustietoa tutkimuksentehtävistä haastatteluista.....	55
4.4.2	Toimijoiden esittely .....	57
4.5	Aineiston analyysi .....	59
4.6	Tutkimuksen arvioitavuus .....	62
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	64

5.1	Luovan toimijan työ .....	64
5.1.1	Luovuus ja liiketoiminta .....	64
5.1.2	Asiakkaat ja kasvu .....	69
5.1.3	Patentit ja tekijänoikeudet .....	74
5.2	Luovan ympäristön vetovoimatekijöitä .....	76
5.3	Paikallinen vuorovaikutus ja yhteistyön muodot .....	82
5.4	Fiskarsin SWOT .....	86
5.5	Suomalaisen luovuuden tulevaisuusnäkyviä .....	89
6	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET .....	95
6.1	Yhteenveto .....	95
6.2	Johtopäätökset .....	98
	LÄHTEET .....	100
	LIITE 1 HAASTATTELURUNKO LUOVILLE TOIMIJOILLE .....	109
	LIITE 2 HAASTATTELURUNKO TUKITOIMINNOILLE .....	111
	LIITE 3 FISKARSIN TOIMIJAT JA TOIMITILAT .....	112
	LIITE 4 FISKARSIN TAPAHTUMAT SYYSKUU 2013- MAALISKUU 2014 .....	114
	 KUVIOT	
	Kuvio 1 Luovat alat .....	18
	Kuvio 2 Fiskarsin sijainti Länsi-Uudellamaalla .....	46
	Kuvio 3 Rakennuskartta .....	46

## TAULUKOT

Taulukko 1 Luovien alojen kolmijako .....	20
Taulukko 2 Luovat alat .....	21
Taulukko 3 Luovaan talouteen sisältyvät ammattikunnat eri tutkijoiden mukaan ....	23
Taulukko 4 Kulttuurin ja luovuuden rooli kaupunkisuunnittelussa eri aikoina .....	28
Taulukko 5 Yhteenveto paikkojen vetovoimaan vaikuttavista tekijöistä eri kirjoittajien mukaan.....	39
Taulukko 6 Kulttuurikorttelin rationaliteetit.....	43
Taulukko 7 Raaseporin ja Fiskarsin perustiedot 2012 .....	45
Taulukko 8 Haastateltavien yritysten ja toimijoiden toimialarakenne.....	54
Taulukko 9 Haastateltavien ja haastattelijujen perustiedot .....	56
Taulukko 10 Haastateltavien toimijoiden piirteitä.....	61
Taulukko 11 Toimintatavat .....	64
Taulukko 12 Kohdeyleisö ja myyntikanavat .....	71
Taulukko 13 Luovan paikan vetovoimatekijöitä Taulukon 5 pohjalta .....	80
Taulukko 14 Toimijoiden yhteistyö ja vuorovaikutus .....	83
Taulukko 15 Fiskarsin SWOT .....	87
Taulukko 16 Fiskars pajat ja myymälät 23.1.2014 tietojen mukaan .....	112
Taulukko 17 Fiskarsin tapahtuman syyskuu 2013- maaliskuu 2014 .....	114

# 1 JOHDANTO

## 1.1 Luovan talouden esiinnousu

Viime aikojen keskustelu luovasta taloudesta on saanut kasvavasti huomiota akateemisessa kirjallisuudessa ja poliittisten päättäjien keskuudessa useissa eri maissa. Keskustelu luovasta taloudesta on rantautunut myös Suomeen. Toistaiseksi maassa on tehty kuitenkin verrattain vähän tutkimuksia luovan talouden ja alueellisen toimintaympäristön suhteesta. Tämä saattaa johtua Suomen pienestä väkiluvusta ja siitä, että suurin osa luovan alan toiminnasta on maassa keskittynyt ainoastaan pääkaupunkiseudulle. Ala on myös toiminnoiltaan niin hajanainen, ettei sitä välttämättä ymmärretä vielä tarpeeksi hyvin. Luovan talouden tutkiminen on kuitenkin perusteltua, sillä sen merkitys on lisääntynyt aina 1990-luvun lopulta lähtien sekä akateemisissa piireissä että poliittisessa päätöksenteossa ja sen merkitys kasvaa myös tulevaisuudessa. Suomessa on viime aikoina annettu lisääntyvästi huomiota varsinkin kasvaville peliyrityksille, jotka edustavat yhtä luovan talouden toimialaa.

Luovan talouden keskustelu on saanut alkunsa tietotalouden korostumisesta, johon maailmantalous on ollut kasvavasti kytköksissä. Tietotaloudessa kilpailukyky on perustunut yhä enemmän luovuuteen ja innovointiin. Tietoon perustuvassa yhteiskunnassa modernit kulttuurin muodot, kuten muoti ja design kilpailevat huomiosta perinteisten kulttuuristen muotojen, kuten teatterin, musiikin ja kuvataiteen kanssa. (Cooke 2008, 25.) Tiedon, inhimillisen ja intellektuaalisen pääoman korostuminen johtuu siitä, että talouden kasvupotentiaali on muiden tuotannontekijöiden osalta aikojen kuluessa kaventunut. Tietoyhteiskuntakehityksen vaikutukset ulottuvat aina yhteiskunnan poliittis-hallinnollisten ja sosio-kulttuuristen elämänalueiden kehitykseen ja toimintaan asti. (Anttiroiko 2010, 42–43.)

*Luova talous* (engl. *creative economy*) ja sen vaikutukset alueen kehitykseen ja kilpailukykyyn ovat herättäneet viimeisten vuosikymmenien aikana kasvavasti mielenkiintoa ja keskustelua niin akateemisessa kirjallisuudessa kuin poliittisten päättäjien keskuudessa. Aikojen kuluessa *kulttuuritaloutta* (engl. *cultural economy*), luovaa taloutta ja *kulttuuritoimialoja* (engl. *cultural industries*) on tutkittu niin talousmaantieteen, kulttuurimaantieteen, sosiologian, media- ja kommunikaatiotieteiden kuin kaupunkisuunnittelun ja taloustieteenkin näkökulmista (Gibson & Kong 2005, 541). Täten tutkimuksen kentän voidaan tulkita olevan erittäin poikkeuksellinen, eikä se rajoitu ainoastaan yhteen koulukuntaan. Tutkimuksen monialainen luonne on toiminut tärkeänä motivaatiotekijänä sen aloittamiselle, mutta samalla se on aiheuttanut myös haasteita ilmiön kokonaisvaltaiselle ymmärtämiselle.

Luovan talouden keskustelun keskiössä ovat luovat yksilöt, joihin luovuuden ajattelun perustuvan: vain ihmiset – eivät asiat – ovat luovia (Howkins 2001, 6). Toisaalta myös paikkojen, etenkin kaupunkien merkitys on korostunut, sillä niissä asuvista ja työskentelevistä ihmisistä on tullut niiden keskeinen resurssi (Landry 2008, xii). Landry ja Bianchini ovat korostaneet yksilöllisen luovuuden lisäksi myös yhteisöllistä ja organisatorista luovuutta, jolloin ideat liikkuvat vapaasti jolloin voidaan hyödyntää erilaisia voimavaroja. (Landry & Bianchini 1998, 5). Alueista luovan talouden keskustelussa huomiota ovat saaneet ennen kaikkea suuret kosmopoliittiset kaupungit, mutta myös muut maantieteelliset yhteydet luovuuteen ovat olleet mahdollisia (Scott 2004, 463). Tutkittaessa luovan ja kulttuuritalouden suhdetta sen alueelliseen toimintaympäristöön alan kirjallisuus on kuitenkin tähän asti huomionut huomattavasti enemmän kaupungeja kuin maaseutua.

Aikojen kuluessa kulttuuri ja luovuus ovat olleet erilaisissa rooleissa kaupungin tai paikan kehityksessä. 2000-luvulle tultaessa puhutaan kasvavasti luovasta kaupungista. (Freestone & Gibson 2006, 23.) Kirjallisuudessa usein lainattu brittiläinen Charles Landry kehitti *luova kaupunki* (engl. *creative city*) -käsitteen jo 1980-luvulla, jonka jälkeen myös luovien toimialojen (esim. Caves 2000, Howkins 2001) ja ”luovan luokan” (Florida 2002) tunnettuus ovat laajasti lisääntyneet. Amerikkalaisen *luova luokka*-käsitteen (engl. *creative class*) kehittäjän Richard Floridan sanoin ”*human creativity is the ultimate economic resource*” (Florida 2002, xiii). Landryn luovalla kaupungilla tarkoitetaan kaupungeja, jotka ovat onnistuneet yhdistämään kulttuuritalouden ja luovat alat. Luovat toimijat keskittyvät kaupungeissa erillisiin kortteleihin, joita joissakin kaupungeissa voi olla useita (Cooke & Lazzaretti 2008, 3-4). Vaikka Floridan ja Landryn ajatukset eivät ole uusia, luovuuden konsepti on saanut niiden kautta suuren huomion erityisesti kaupungeissa (Musterd & Murie 2010, 4). Luovaa kaupunkia vielä tärkeämpänä kehittämisen välineenä on pidetty luovia *klustereita ja keskittymiä* (engl. *clusters*). *Luovat klusterit* (engl. *creative clusters*) ovat perinteisesti perustuneet Marshallin ja Porterin kehittämiin klusteriteorioihin, joiden mukaan yritykset hyötyvät sijoituessaan samankaltaisten yritysten läheisyyteen. (Hesmondhalgh 2007, 143.)

Samalla myös niin sanottuja *luovia ja kulttuurikortteleita* (engl. *creative quarters, cultural quarters*) on alettu käyttää kaupunkien tai alueiden elvyttämisen ja paikan vetovoiman vahvistamisen työkaluina (Montgomery 2003; Roodhouse 2006; Evans 2009) Jotkin keskittymät ovat kehittyneet hitaasti pitkän historiansa aikana kuin sattumalta. Viimeaikoina niitä on alettu kehittää myös tietoisesti eri alueiden elvyttämiseksi. Niistä on kiinnostuttu erilaisissa kaupungeissa niiden koosta riippumatta. (Montgomery 2003, 293–294.)

Luovuuden ja tietotalouden suhde on koettu tärkeäksi, koska kehittyneillä mailla erityisesti osaamispääoman katsotaan olevan kilpailuvaltti, jonka avulla saadaan aikaan innovaatioita ja uusia tuotteita. Luovuuden sanotaan olevan ominaisuus, jonka avulla

voidaan muuttaa jo olemassa olevia käytäntöjä ja tuotteita. Tutkimuksessa käsiteltäviä *luovia toimialoja* (engl. *creative industries*) ovat siis ne, joihin tarvitaan luovuuden mahdollistavaa erityisosaamista. Luovan teollisuuden tutkimisen ja ymmärtämisen ongelmana on kuitenkin se, että käytännössä kaikkien alojen voidaan sanoa olevan luovia. (Pratt 2011, 326.)

Luovuuskeskustelussa luovuutta on yritetty monesti linkittää innovaatioihin ja talouden kilpailukykyyn. Kaikki luovat alat eivät kuitenkaan ole yhtä läheisesti tekemisissä innovaatioiden kanssa. (Müller, Rammer & Trüby 2009, 148.) Alan kirjallisuuden mukaan luovuus on prosessi, jossa tuotetaan uusia ideoita. Innovaatioksi voidaan kutsua näiden ideoiden käyttöönottamisen prosesseja. (Landry & Bianchini 1998, 19.) Luovuus on tulkittu innovaatioksi ja innovaatioita on pidetty talouden ensisijaisena ajureina (Flew 2010, 85). Vaikka tässä tutkimuksessa ei käsitellä syvemmin innovaatioita, on tärkeä tiedostaa, että luovan talouden keskusteluissa sivutaan usein niitä. On mahdollista, että luovuuden linkittäminen innovaatioihin on antanut keskustelulle sen kaipaamaa lisähuomiota.

Tällä hetkellä kulttuuri- ja luovat alat ovat digitalisoitumisen ja globalisaation aiheuttamien haasteiden edessä. Suurimmat haasteet johtuvat edelleen rahoituksen niukkuudesta, eikä talouden epävarmuus helpota laajan sektorin nykyistä tilannetta. Toiseksi luovan ja kulttuurisektorin on tulkittu olevan hyvin pirstaleinen kansallisten ja kielellisten rajojen välillä. Potentiaalista yhteistyötä eri luovien toimialojen välillä ei ole vielä osattu hyödyntää tarpeeksi tehokkaasti. (European Commission 2012, 4.)

Rahoitukseen liittyvät luovien alojen ongelmat johtuvat osaltaan myös siitä, etteivät pankit ja rahoittajat tunne luovien alojen toimintatapoja ja immateriaalioikeuksia tarpeeksi hyvin. Toisaalta luovat yrittäjät eivät välttämättä halua miettiä liiketoimintasuunnitelmia ja rahoitusmalleja. EU:n asiantuntijoiden mukaan luovien alojen rahoitusvaje on yli miljardi euroa vuodessa. Vaikka usein luullaan muuta, luovien alojen yritykset eivät kuitenkaan ole sen kannattamattomampia kuin muutkaan eurooppalaiset yritykset keskimäärin. (HS 12.1.2014.) Kuten tutkimus myöhemmin osoittaa, luovat alat ovat sisäisesti hyvin erilaisia ja haasteet vaihtelevat tapauksesta riippuen. Toisaalta toimialojen väliltä voidaan myös tunnistaa piirteitä, jotka ovat ominaisia kaikille alan toimijoille.

## 1.2 Kohti luovaa Suomea

*Eurooppa ei ole enää aikoihin pärjännyt tekemällä tavaraa, jota voi valmistaa muualla halvemmalla. (HS 12.1.2014.)*

Vuonna 2012 julkaistun Euroopan Komission raportin mukaan kulttuuri- ja luovan talouden sektorit tuottivat EU:n alueella 3,3 % bruttokansantuotteesta, työllistäen noin 6,7 miljoonaa ihmistä. Vaikka määrä on vain 3 % koko alueen työllisyydestä, kulttuuri- ja luovan talouden työpaikat ovat erityisasemassa, sillä ne ovat olleet muita sektoreita joustavampia talouskriisin vuosien aikana. Sektori on ollut myös merkittävä nuorten työllistäjä. Luova talous on tärkeää, koska se sijaitsee taiteen, teknologian ja liiketoiminnan risteyksessä, aiheuttaen näin heijastusvaikutuksia myös muille sektoreille. Luovan talouden on sanottu myös edistävän innovaatiotoimintaa muilla sektoreilla. (European Commission 2012, 2-3.) Ennen kaikkea luovan talouden rooli on nähty tärkeänä työpaikkojen luoja ja kaupunkien elvyttäjänä alueilla, jotka kärsivät talouden stagnaatiosta (Scott 2004, 463). Kulttuuri- ja luovien alojen tärkeyttä on myös perusteltu, koska kehittyneet maat eivät voi enää kilpailla kustannusten perusteella muita maita vastaan, vaan niiden on löydettävä kilpailuvaltti tietointensivisistä ja laadukkaista innovaatioista (Hospers 2003b, 144).

Euroopassa ja Pohjoismaissa on käynnissä erilaisia kansainvälisiä ohjelmia luovan talouden kehittämiseksi (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 22). Myös monissa Suomen kaupungeissa on käynnissä erilaisia luovan talouden kehittämishankkeita (Sihvonen 2011, 9). Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan luovaa taloutta tulee tukea, koska yksittäisten pienten yritysten tukemisella on vaikutuksia luovien alojen kilpailukykyyn ja samalla koko Suomen kilpailukyvyn parantamiseen. Tämä on edellyttänyt julkisten ja yksityisten luovien alojen edistäjien sekä kansallisen, alueellisen ja paikallisen tason yhteistyötä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 15.)

Myös Suomessa maailmanlaajuinen talouden tuotannon muutos ja siitä seurannut rakennemuutos ovat johtaneet siihen, että luovan talouden merkitys osana elinkeinoelämää on saanut yhä enemmän huomiota päättäjiltä ja siitä on alettu etsiä uutta kilpailutekijää. Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan luovan talouden muodostavat yksilöt tai yritykset, jotka tarjoavat luovuuteen tai tekijänoikeuksiin perustuvia tuotteita tai palvelujaan asiakkaille, joita voivat olla kuluttajat, yritykset tai kolmas sektori ja julkiset toimijat. Luovien alojen hyödyntäminen myös muilla aloilla on kasvanut tärkeäksi kilpailutekijäksi Suomessa. Sanotaankin, että perinteisten tuotannontekijöiden (työvoima, pääoma, tuotantovälineet) rinnalle on syntynyt neljäs tuotannontekijä, joka perustuu *immateriaalisiin tekijöihin kuten tietoon, osaamiseen, luovuuteen ja merkityksiin*. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 12–13). Suomessa luovan talouden käsitettä on käytetty 2000-luvun alusta alkaen, kun Sitran rahoittama KULTA-hankkeen raportti *Luovaan talouteen* (Sitra 2004) ilmestyi. Raporttia seuraten luovuus on tullut yhä tärkeämmäksi osaksi myös Suomen elinkeino-, kaupunki-, alue- sekä kulttuuripoliittista toimintaa. (Kirveennummi 2010,3.)

Suomessa luovan talouden kehittämiskenttä on laaja. Maan luovan liiketoiminnan ja yrittäjyyden kehittämiseen liittyvistä hankkeista vastaavat työ- ja elinkeinoministeriö

sekä opetus- ja kulttuuriministeriö. Työ- ja elinkeinoministeriön (TEM) raportin mukaan elinkeino- ja innovaatio-osaston vastuulla on luovan talouden edistäminen. Vuosien 2007–2011 välinen *Luovan talouden strateginen hanke* edisti alan verkostoitumista, sisäistä yhteistyötä, loi uusia toimintatapoja sekä tuotti ehdotuksia kehittämiselle. TEM huolehtii luovien alojen yritysten tarpeiden huomioon ottamisessa ja käynnistää yksin tai yhteistyössä luovaan talouteen liittyviä selvitys- ja kehittämishankkeita. Työ- ja elinkeinoministeriön lisäksi Opetus- ja kulttuuriministeriö (OKM) on mukana luovien alojen ja kulttuuriviennin edistämistoimenpiteissä sekä koordinoi Luovien alojen yritystoiminnan kasvun ja kansainvälistymisen ESR-kehittämisohjelmaa 2007–2013. Opetus- ja kulttuuriministeriö vastaa myös kulttuuriyrittäjyyden ja luovien alojen työpaikkojen edistämistavoitteista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2012, 10.)

Suomessa luovien alojen liikevaihto on kasvanut koko 2000-luvun ajan. Työ- ja elinkeinoministeriön 2013 loppupuolella ilmestyneen raportin mukaan luovilla aloilla toimi yhteensä 37 789 henkilöä, yhteensä 11 661 eri toimipaikassa luoden yhteensä noin 5,4 miljardin liikevaihdon. Noin kolme neljäsosaa liikevaihdosta tulee Uudeltamaalta, mikä viittaa alojen vahvaan keskittymiseen. Uudellamaalla yritykset ovat päässeet myös erikoistumaan. Erityisen huomioitavaa on, että ohjelmistoalan ja erityisesti pelialan merkitys on ollut suuri. Koko maassa luovalla alalla toimii 2,6 % työvoimasta ja Uudellamaalla vastaava osuus on 4,6 % koko alueen työvoimasta. Suomessa luovien alojen työpaikkoja on perinteisesti ollut vähemmän kuin niihin sopivia työntekijöitä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 18, 23, 25–29, 37.) Luovien alojen tilastoja voi Suomessa vertailla esimerkiksi Tilastokeskuksen kulttuuritoimialojen tilastoon. Vuosittain julkaistavan tilaston mukaan kulttuurialat työllistivät koko Suomessa vuonna 2012 noin 117 860 henkeä (Tilastokeskus 2012, 1). Koska kaikkia luovia aloja huomioivaa tilastoa ei ole olemassa, yllä mainittuja tilastoja voidaan pitää lähinnä suuntaa antavina. Vertailua muiden maiden luovien ja kulttuurialojen kokoon hankaloittaa se, että eri maat käyttävät erilaisia määritelmiä ja tilastointiperusteita (Handelberg & Karhunen 2009, 5).

Luovan talouden hyödyntäminen alue- ja kaupunkisuunnittelussa on voitu nähdä viimeisten vuosien aikana EU:n ja myös Suomen strategioissa, ohjelmissa ja käytännön toimenpiteissä. (Opetusministeriö 2009, 4.) Suomessa esimerkkejä kulttuurin hyödyntämisestä strategisesti ovat esimerkiksi *Luova Tampere-ohjelma*, *Turku Euroopan kulttuuripääkaupunkina* vuonna 2011 ja *Helsinki design-pääkaupunkina* vuonna 2012. Anttiroikon mukaan suomalaiset kaupungit ovat kuitenkin olleet varovaisia rakentamaan kaupunkien kehitystä kulttuurin ja luovuuden varaan, sillä kulttuurin ja talouskasvun suhdetta on ollut vaikea todistaa edes maailmankuuluissa kulttuurikaupungeissa. Suomessa kulttuuri onkin ollut lähinnä vain pieni erillinen osa strategiaa. (Anttiroiko 2010, 99.)

### 1.3 Tutkimuksen tarkoitus ja rakenne

Käsillä oleva tutkimus pyrkii tuomaan esille viimeaikaisen keskustelun kulttuurin, luovuuden ja alueen kehityksen suhteesta. Luova talous on sidoksissa kulttuuriin, koska ne molemmat korostavat inhimillistä pääomaa, tiettyjen ammattien luovuutta ja sosiaalisia verkostoja (Cooke & Lazzaretti 2008, xiii).

Tänä päivänä Suomen luovan talouden kasvumahdollisuudet katsotaan olevan erityisesti pelialalla (YLE Uutiset- verkkosivut 2013) ja Helsingin seudun katsotaan olevan eräs pelialan kiinnostavimmista keskittymistä maailmanlaajuisesti. Pääkaupunki on pärjännyt myös erilaisissa innovatiivisuuteen viittaavissa listauksissa ja se on esimerkiksi listattu 10. sijalle *The smartest cities in Europe*-listauksessa (The 10 smartest cities in Europe in 2013).

Innovatiivisuuden ja teknologian ohella myös perinteiset luovat alat herättävät kiinnostusta ja niille voidaan arvella olevan kysyntää myös tulevaisuudessa. Luovuutta on kaikkialla ja jokainen yksilö on omalla tavallaan luova. Toisaalta samalla luovuutta on erittäin haastavaa mitata ja määritellä. Kirjallisuuden ristiriitaiset luovuusmäärittelyt ovat osoittaneet, että alan tutkiminen on vielä melko nuorta, mutta aihe herättää mielenkiintoa juuri siksi, ettei luovuus rajoitu nykypäivänä pelkästään niin sanottuihin luoviin toimialoihin vaan sen toivotaan olevan taloudessa kokonaisvaltainen voimavara ja tapa ajatella uudella tavalla sekä kehittää uusia toimintatapoja.

Ulkomailla tavatut vanhoihin teollisuusrakennuksiin kehitetyt luovat ja kulttuurikorttelit ja keskittymät ovat motivoineet pohtimaan, kuinka elinvoimaisia ovat Suomen omat luovien alojen keskittymät ja millaiset lähtökohdat niillä on. Tutkielman esimerkkitapaukseksi on valittu Länsi-Uudellamaalla sijaitseva vanhaan ruukkiin rakentunut luovien toimijoiden asuttama keskus ja matkailukohde, myös Fiskars Villagenan tunnettu Fiskars (suom. Fiskari), koska se on esimerkkinä ainutlaatuinen ja kaunis luovia toimijoita inspiroiva taajama. Fiskars sijaitsee maaseudulla, syrjässä kaupungeista, mutta toisaalta aktiivisen asukaskuntansa vuoksi toimii kuin kaupunki pienessä koossa (ks. lisää luvussa 4).

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, millainen on luovien alojen ja sen alueellisen toimintaympäristön suhde Fiskarsin ruukissa. Tutkimus on tehty haastattelemalla kymmentä Fiskarsissa työskentelevää luovan alan toimijaa erilaisilta luovilta toimialoilta. Lisäksi Fiskarsin monipuolisista tapahtumista ja aktiivisuudesta sosiaalisessa mediassa on muodostettu kokonaiskuva seuraamalla viikoittain Fiskarsin verkkosivuja, sosiaalista mediaa ja uutiskirjeitä aikavälillä syyskuu 2013–maaliskuu 2014 (ks. Liite 4.). Fiskarsissa on vierailtu kahdesti ennen tutkimuksen aloittamista ja kolmesti sen aikana.

Tutkimuksen tehtävänä on vastata tutkimuskysymykseen:

*Millainen on hyvä luovan talouden alueellinen toimintaympäristö?*

Tutkimuskysymykseen pyritään etsimään vastauksia seuraavien osakysymyksien avulla:

- Millainen on kunkin luovan toimijan suhde luovuuden kaupallistamiseen?
- Mitä Fiskarsin toimijat pitävät tärkeimpinä luovaan työhön vaikuttavina haasteina ja mahdollisuuksina?
  - Alueelliseen toimintaympäristöön liittyvät haasteet ja mahdollisuudet maaseutu-paikkakunnalla (fyysiset ja ”pehmeät” tekijät)
  - Koko alaan liittyvät haasteet ja mahdollisuudet laajemmin ajateltuna
- Millainen merkitys on toimijoiden välisellä yhteistyöllä ja vuorovaikutuksella (esim. oppiminen, ideoiden jakaminen, kilpailu)?

Kirjallisuudessa luovien alojen ajurien ja prosessien tutkimuksissa voidaan tunnistaa kaksi eri näkökulmaa: ensinnäkin ne, jotka keskittyvät yksilön luovuuteen ja toiseksi ne, jotka keskittyvät yritysten ja yritysklustereiden luovuutta tukeviin ominaisuuksiin. (Chapain & De Propriis 2009, 9). Johdannon jälkeen luvussa kaksi käsitellään tarkemmin luovaa taloutta, luovia toimijoita ja kirjallisuuden käyttämien termien ongelmallisuutta. Kolmas luku esittelee kirjallisuuden löydöksiä liittyen luovan talouden ja toimintaympäristön suhteeseen. Neljännessä luvussa esitellään tutkimuksen kohde ja tutkimusmenetelmät. Tutkimuksen tulokset esitellään teemoittain viidennessä luvussa. Kuudes luku toimii koko tutkimuksen päätöslukuna, jossa esitellään tutkimuksen yhteenveto ja luodaan johtopäätökset.

Tutkimuksessa käytetty haastattelu on teemoitettu luovaan työhön, luovan toimintaympäristöön, verkostoihin ja luovuuden tulevaisuuteen. Haastattelujen fokuksena ovat toimintaympäristön vetovoimatekijät ja verkostojen merkitys. Laajemman näkökulman hahmottamiseksi on tuotu esille myös eri toimijoiden tuntemuksia luovuuden ja liiketoiminnan suhteesta sekä näkemyksiä suomalaisen luovan talouden tulevaisuudesta. Haastattelujen tulokset käsitellään teemoittain luvussa viisi, ja koko tutkimuksen yhteenveto ja johtopäätökset esitetään luvussa kuusi.

## 2 LUOVA TALOUS

### 2.1 Kulttuuri- vai luova talous?

#### 2.1.1 Juuret kulttuuritaloudessa

Luovan talouden juurien voidaan katsoa olevan kulttuuritaloudessa. Prattin (2011) mukaan luovan talouden tutkimuksen alkuaikoina kulttuuristen alojen nähtiin muodostavan uuden sektorin, jonka taloudellinen merkitys on saanut huomiota kehittyneissä maissa. Termin *cultural industries* eli kulttuuritoimialat kehittivät saksalaiset Adorno ja Horkheimer jo 1930-luvulla. Heidän kehittämänsä kriittinen teoria toi kiinnostuksen talouden, yksilön kehityksen ja kulttuurin suhteisiin. Adornon ja Horkheimerin jälkeen kulttuuritoimialoista kirjoitti Prattin mukaan 1980-luvulla erityisesti ranskalainen Miége. Kulttuuritoimialojen tulkittiin olevan monipuolinen ja sisäisesti toisistaan poikkeava toimiala. (Pratt 2011, 324, 335.; Lash & Lury 2007, 1.)

Luovan talouden kulttuurisen luonteen vuoksi luovia aloja tarkasteltiin aluksi lähinnä kulttuuripoliittisesta näkökulmasta, kunnes vasta myöhemmin niiden taloudellinen arvo havaittiin (Handelberg & Karhunen 2009, 1). Poliittinen keskustelu kulttuurista aloista linkittyy usein UNESCO:n työhön (Pratt 2011, 324). Garnham (2005) on huomionnut kulttuurialojen vaikutuksen Iso-Britannian teollisuuspolitiikkaan. Hän toi esiin työssään, kuinka kulttuuritoimialojen sijaan alettiin tietoisesti käyttää nimitystä luovat alat, joka linkitti monimuotoisen alan paremmin tietotalouteen. Termin luova talous yhteyteen on näin voitu sisällyttää myös tietokone- ja ohjelmistoalat, jolloin sektorin koko ja kasvupotentiaali ovat voineet saada enemmän huomiota (Clark 2009, 220; Hesmondhalgh 2007, 145).

Kulttuuriteollisuus toi kaupallisen populaarikulttuurin (kuten elokuvat, television, kirjat ja musiikin) koko kansan kulutettavaksi (Cunningham 2004, 116). Lash ja Urry (1994) tunnistivat kuluttamisen muodon muutoksen 1990-luvulla teoksessaan *Economies of Signs & Space (suom. merkkien ja tilojen talous)*, jolloin he totesivat talouden olevan kasvavassa määrin kulttuurivaikutteista ja kulttuurin talousvaikutteista. Heidän mukaansa nykypäivän talous on yhä enemmän merkkeihin, tietoon ja symboleihin perustuvaa. Kirjallisuudessa puhutaankin postmodernista ”merkitysten taloudesta” (*engl. economy of signs*), jossa ei ole yhtä objektiivista totuutta vaan monta subjektiivista (Bilton 2007, 141).

Pratt näkee alan tutkimisen ongelmana, että kulttuuriset toimialat eivät näy perinteisen teollisuuden luokitteluissa, ja ovat täten näkymättömiä tilastoissa. Toiseksi kulttuuristen alojen tutkimuksissa on yleensä keskitytty pelkästään tuotteiden kuluttamiseen,

eikä niiden tuottamiseen. (Pratt 2011, 323.) Poliittisten päättäjien haasteena on ollut saada luotettavaa tietoa luovilta ja kulttuurialoilta. Saatavilla olevat tiedot eivät aina ole tarjonneet hyödyllistä tietämystä kartoittaessa paikallista luovan talouden tilannetta. Kulttuuritilastot ovat usein hajanaisia ja epäluotettavia, koska ne on suunniteltu ainoastaan mittaamaan niitä asioista, joiden on katsottu olevan tarpeen, erityisesti jos kyseessä on ollut julkinen rahoitus. Koska maailman kulttuuri-infrastruktuurit ovat monimutkaisia, parasta tapaa toimia on ollut vaikea löytää. (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 28.)

Kulttuuritoimialoista on tullut tärkeä näkökulma kulttuuripolitiikassa eri maissa viime vuosina. Vähitellen luova talous -käsitteen avulla on alettu tunnistaa myös luovien alojen merkitystä kehittyneissä ja kehittyvissä maissa. Luovan talouden ytimessä ovat olleet perinteiset kulttuuri- ja luovat alat ja vähitellen on alettu ymmärtää alan laajuus ja merkitys työpaikkojen luonnissa ja talouskasvussa. Kulttuuritalouden ja kulttuuripolitiikan suhde on jo aiemmin ollut esillä keskusteluissa, mutta nopea teknologian muutos ja globalisaatio ovat tuoneet kulttuuritalouden roolin entistä näkyvämmäksi. (Throsby 2008, 147.)

Myöhemmin myös luovan talouden termit ovat tulleet laajasti kulttuuripolitiikan käyttöön. Joissakin tapauksissa on voitu ajatella, että kategorisoimalla tiettyjä aloja luoviksi aloiksi, on voitu turvata aloille suurempia investointeja sekä poliittista ja rahallista tukea. Silti monien mielestä termit ovat epäselviä muotisanoja, jotka ovat innostaneet politikkoja, aiheuttaneet epäilystä tieteilijöissä ja joita taiteilijat ja luovat toimijat ovat käyttäneet silloin, kun se on sopinut heidän tilanteeseensa. (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 19.)

### **2.1.2 Muotisana ”luova talous”**

*“The creative economy is a mysterious animal: it’s found in many land habitats around the world; it mostly frequents cities, often searching out cultural quarters and clusters; moreover it seems to have many heads and appendages, and depending on where one is located it has many tongues. Policy makers talk it up; academics are inclined to talk it down while artists and creative practitioners are ambivalent: if it helps their work to get noticed they’re happy to ‘talk the talk’.” (Keane 2013.)*

Useat tutkijat ovat myöntäneet, että luovan talouden tutkimisen ongelma on, että jo termi itsessään on problemaattinen (Drake 2003, 512; Richards 2011, 1226). Luovuuden eri nimitykset kertovat tutkijoiden ideologioista ja näkökulmista, joita eri aikoina ovat olleet esimerkiksi luova talous, kulttuuriteollisuus tai kulttuurialat, luova teollisuus tai

luovat alat, sisältöön tai tekijänoikeuksiin perustuva teollisuus (*engl. content-based or copyright industries*) ja kulttuurinen tai kognitiivinen kulttuuritalous (*engl. cultural or cognitive-cultural economy*). (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 19.)

Tässä tutkimuksessa luova talous on ymmärretty luovia toimialoja tai kulttuurialoja laajempänä käsitteenä ja sillä tarkoitetaan Biltonin (2007, 4) mukaan jotain uutta, joka on samalla arvokasta ja hyödyllistä. Howkinsin mukaan luovan talouden suurin vaikutus on ollut, että perinteisten luovien alojen taitoja ja liiketoimintamalleja on alettu hyödyntää myös muilla elämän osa-alueilla ja liiketaloudessa (Howkins 2001, xvi). Riippuen kirjoittajasta, luova talous voidaan ymmärtää taloudessa kokonaisvaltaisesti, jolloin siihen sisältyy ajatuksia luovasta luokasta, lahjakkuudesta, teknologiasta ja suvaitsevaisuudesta (esim. Florida 2002). Vaihtoehtoisesti voidaan tarkastella ainoastaan perinteisiä luovia ja kulttuurialoja (ks. esim. luku 2.2.).

Clarkin (2009, 217) mukaan luovien alojen hyödyllisyydestä taloudelle tunnutaan olevan yhtä mieltä, mutta toisaalta ei osata sanoa, kuinka ”hyvää” taloudelle alojen vaikutus on. Luovia aloja, luovaa taloutta sekä kulttuurialoja on siitä huolimatta pyritty määrittelemään useiden eri akateemisten tutkimusten ja julkaisujen avulla. Vaikka ei ole olemassa yhtä luovaa taloutta, yleisesti voidaan todeta, että luovan talouden käsite tarkoittaa *luovien sisältöjen tuottamista markkinalähtöisesti*. (Kirveennummi 2010, 5; Sihvonen 2011, 7.)

Alan tutkimuksen tekee haasteelliseksi myös se, ettei kirjallisuus edelleenkään tunne yksimielistä määritelmää siitä, kumpaa termiä – kulttuuritoimialat vai luovat toimialat – tulisi käyttää. Osa akateemisesta kirjallisuudesta käyttää nimitystä kulttuuritoimialat, osa luovat toimialat, osan käyttäessä niitä molempia sekaisin. Toistaiseksi ei myöskään ole päästy sopimukseen siitä, missä menee kulttuuritoimialojen, luovien toimialojen ja muun taloudellisen toiminnan raja. Samoin on epäselvää, tarkoittavatko termit kulttuuritoimialat ja luovat toimialat samaa asiaa, vai ovatko ne kokonaan toisistaan erillään olevia ja toisensa poissulkevia toimialoja. (Drake 2003, 512.) Ei ole myöskään sovittu, mitkä toimialat tarkalleen ottaen sisältyvät kulttuurialoihin ja mitkä luoviin aloihin (Throsby 2008, 147). Alojen on todettu olevan uusia toimialoja, jotka kehittyvät ja muuttuvat nopeasti (Pratt 2011, 323).

Luovien alojen nopean kehityksen vuoksi ala saattaa sisältää myös toimialoja, joita ei vielä tunnusteta, tai jotka ovat hyvin marginaalisia. Joistakin luovan alan luokista ei välttämättä ole saatavilla tietoa, muuta kuin yrityskohtaisesti, osa taas voi saada alkunsa vain yhden kansainvälisen läpimurron tehneen yrittäjän toimesta (vrt. suomalaiset peiliyritykset). Koska luovat alat ovat laaja kokonaisuus, ne voidaan nähdä myös suhteellisen järjestäytymättömänä toimialana. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 9, 51.)

Aiemmin käytetty termi kulttuuriteollisuus osoitti, että luovuus kasvaa tietyssä kulttuurisessa kontekstissa ja korostaa näin kulttuurisen sisällön arvoja ja perinteitä. Luova teollisuus tarkoittaa sen sijaan ideoiden, tuotteiden ja paikkojen luovuutta, jotka liittyvät

yksilön lahjakkuuteen, innovaatioon ja tuottavuuteen. Termi luova teollisuus on otettu käyttöön muun muassa Yhdistyneissä Kuningaskunnissa, Taiwanissa, Singaporessa, Kiinassa, Australiassa, Kanadassa, Uudessa-Seelannissa ja Koreassa, kun taas samalla esimerkiksi Ranska on edelleen halunnut käyttää termiä kulttuuriteollisuus. Luovien alojen syntyminen ei olekaan täysin universaali ilmiö, vaan liittyy angloamerikkalaisen kulttuuripolitiikan perinteisiin sekä tekijänoikeuksien kaupallisiin mahdollisuuksiin. (Bilton 2007, 164–165.) Tätä voidaan perustella myös sillä, että angloamerikkalaisissa maissa kulttuuri on nähty jokaisen yksityisenä asiana ja yksilöillä on ollut vapaus valita monen eri vaihtoehdon joukosta. Sen sijaan esimerkiksi Ranskassa ja Itävallassa itse valtiolla on tulkittu olevan vastuu edistää taiteen ja kulttuurin etuja koko kansan hyväksi. (Ellmeier 2003, 6.)

Australia ja Iso-Britannia mainitaan usein luovan talouden raportoinnin edelläkävijöinä. 1990-luvun alussa luova talous tuli osaksi poliittista päätöksentekoa Australiassa (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 20). Ollakseen uskottava, tutkimuksen kohde tai tutkittava ilmiö oli kuitenkin saatava mitattavaan muotoon. Ensimmäiset yritykset mitata luovien alojen taloudellisia vaikutuksia olivat brittiläisen DCMS (Department of Culture Media and Sports) luovuusraportit, joita on 1990-luvun lopulta lähtien laadittu luovien ja kulttuurialojen ymmärtämisen ja mittaamisen työkaluiksi. Myös useat akateemiset tutkimukset viittaavat DCMS:n työhön. Samankaltaisia raportteja on julkaistu jälkikäteen myös muualla maailmassa (Pratt 2011, 325). DCMS:n raporttien mukaan luovat alat ovat tärkeitä sekä kehittyneille että kehittyville maille, sillä ne riippuvat enemmän työn laadusta ja mielikuvituksesta, kuin rahasta ja hintakilpailusta. (British Council 2010, 22.)

Luovan talouden voidaan tulkita pohjautuvan yksilölliseen luovuuteen, uudenlaisiin ajattelutapoihin, sekä kykyyn tuottaa ja hyödyntää luovia sisältöjä ja toimintatapoja uudistavasti (Sihvonen 2011, 7). Brittiläinen luovasta taloudesta kirjoittava konsultti John Howkins (2001) on erottanut kolme keskeistä edellytystä luovuudelle, joita ovat 1) persoonallisuus, 2) omaperäisyys ja 3) merkitys (Howkins 2001, 6). Persoonallisuus viittaa yksilöihin. Omaperäisyys puolestaan tarkoittaa sitä, että tuote tai palvelu on jotain täysin uutta tai uusi versio jostain olemassa olevasta. Persoonallisuus ja omaperäisyys eivät yksin riitä ilman kolmatta edellytystä, merkitystä.

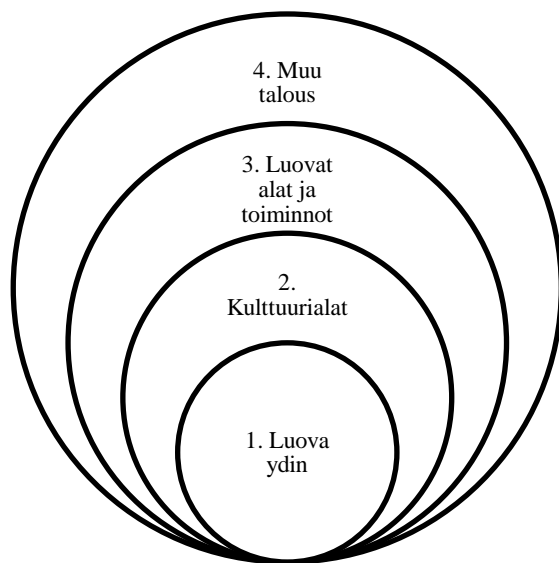
Kirjallisuudessa ei puhuta ainoastaan luovista ihmisistä, vaan myös luovista paikoista ja tiloista, erityisesti kaupungeista (Florida 2002, 2005, 2008; Landry 2008). Tietyn paikan luovuus ja kilpailukyky perustuvat ensisijaisesti kuitenkin luoviin yksilöihin. Kirjoittajien näkökulmat ovat vaihdelleet luovien ympäristöjen kehittämisestä luovien toimijoiden näkökulmaan, jolloin on pohdittu erilaisia ominaisuuksia, joita paikalla tulee olla houkutellakseen puoleensa luovia osaajia.

Usein kirjallisuudessa lainattu Richard Caves on tutkinut luovuutta myös sen ominaisuuksien näkökulmasta ja tunnistanut seitsemän ominaisuutta jotka ovat yhteistä luovil-

le aloille. Nämä ovat ”kukaan ei tiedä -ominaisuus” (engl. “*Nobody knows property*”), “taidetta taiteen vuoksi -ominaisuus” (engl. “*Art for art’s sake property*”), ”sekalainen miehistö -ominaisuus” (engl. “*Motley crew property*”), “loputon moninaisuus -ominaisuus” (engl. “*Infinite variety property*”), “A-lista/B-lista -ominaisuus” (engl. “*A-list/B-list property*”), “aika rientää -ominaisuus” (engl. “*Time flies property*”) sekä ”*Ars longa* -ominaisuus” (engl. “*Ars longa property*”, latinankielisestä sanonnasta ”*vita brevis, ars longa*”, suom. elämä on lyhyt mutta taide kestää ikuisesti). Caves käsittelee teoksessa itse luovia toimijoita ja ”portinvartijoita”, joiden rooli on lopulta päättää luovan tuotoksen lopullisesta arvosta ennen kuin se päättyy loppukäyttäjälle (Caves 2000, 19).

Howkins tärkeimmät havainnot ovat, että luovuudella ei ole taloudellista arvoa itsessään. Luovat ideat on saatava sellaiseen muotoon, että niihin kertyy kaupallista arvoa. Lisäksi luovuus tarvitsee *markkinat, myyjän sekä ostajat*. Siksi luovuutta voi olla myös markkinoiden ulkopuolella, mutta ilman kannattavuutta luovuudella ei ole taloudellista arvoa. (Howkins 2001, 17–18.) Howkinsin asettama määritelmä luo myös teoreettisen viitekehyksen tälle tutkimukselle: tutkimus on rajattu käsittelemään luovuutta, joka ainakin potentiaalisesti voidaan laittaa myytävään muotoon ja jolle on kysyntää, toisin sanoen, sillä on taloudellista arvoa.

Brittiläinen DCMS:n luovan talouden raportti määrittelee luovat alat johdonmukaisesti neljään kehään joka selkeyttää myös alojen keskinäisiä suhteita tässä tutkimuksessa. Kuviossa 1 on mallinnettu kehien osat, joita ovat 1. Luova ydin (engl. *Core Creative Fields*) 2. Kulttuurialat (engl. *Cultural Industries*), 3. Luovat alat ja toiminnot (engl. *Creative Industries and Activities*) sekä 4. Muu talous (engl. *The rest of the Economy*).



Kuvio 1 Luovat alat (DCMS 2007)

Yllä olevassa kuviossa esitettyä mallia on sovellettu myös tässä tutkimuksessa, sillä se tuo hyvin esiin luovan talouden laajuuden ja alojen sisäiset suhteet. Tässä tutkimuksessa on päädytty käyttämään termejä *luova talous* ja *luovat alat*, sillä ne kattavat paremmin sekä luovat että kulttuuriset alat, kuin puhuttaessa pelkästään kulttuuritoimialoista. Termi luovat alat on myös selkeästi vakiinnuttanut asemansa Suomessa, erityisesti puhuttaessa luovuuden liiketoiminnallisista mahdollisuuksista koko kansantalouden kannalta.

Koska termien käytöstä ei ole tällä hetkellä olemassa universaalisti hyväksyttyä selkeää linjaa, lähdekirjallisuutena on käytetty harkitusti sekä luovaa että kulttuuritaloutta käsitteleviä lähteitä niissä tapauksissa kun on voitu perusteellisesti todeta niiden käsittelevän samaan aiheeseen kuuluvia teemoja. Termi luova talous voidaan ymmärtää tässä tutkimuksessa koko ilmiön yläkäsitteenä, joka voidaan nähdä nykypäivänä hyvin laajana kenttänä. Seuraava luku esittää tarkemmin mitä ammattikuntia ja toimintoja voidaan sisällyttää luovaan talouteen.

## 2.2 Luovan talouden ammatit ja toimialat

Edellisessä luvussa kerrottiin pääpiirteittäin luovan talouden määritelmän ristiriitaisuudesta ja epämääräisyydestä. Lisähaasteen luovan talouden tutkimukselle tuo se, ettei luovaan talouteen listautuvista ammateista ja toiminnoista ole myöskään olemassa yhteistä konventiota, vaan eri lähteet luokittelevat luovaan talouteen kuuluvat ammatit eri tavoin, tutkimuksista ja niiden tavoitteista riippuen. Tässä alaluvussa esitetään yhteenvetona kirjallisuuskatsauksessa vastaan tulleita määrittelyjä. Tarkoituksena ei ole ollut löytää yhtä ”oikeaa” määritelmää luovaan talouteen sisältyvistä ammateista, vaan osoittaa eri määritelmien monimuotoisuus ja ristiriitaisuus. Yhteenveto eri määritelmistä on taulukoitu tämän alaluvun loppuun taulukkoon 3. Tässä tutkimuksessa luovat toimijat voidaan ymmärtää yksilöinä, jotka työllistyvät luovan tai kulttuurialan tehtävissä. Usein he mieltävät itsensä joko pienyrittäjiksi tai taiteilijoiksi.

Vaikka luovien ja kulttuurialojen tuotantoa ja työllistämisaikutuksia on alettu tutkia, alan tutkiminen kärsii edelleen vaikeudesta ymmärtää alan sisäisiä suhteita (Pratt 2011, 325). On myös kritisoitu, että toisinaan tutkijat eivät käytä luovien alojen kategorioita tai dataa selkeästi työssään (Markusen, Wassall, DeNatale & Cohen 2008, 26). Eräs tapa ymmärtää luovien alojen moninaisuutta massatuotannon ja uniikkituotosten välillä on tarkastella niitä kolmesta eri ulottuvuudesta, joita ovat monistettaviin tuotteisiin liittyvät alat, palveluliiketoiminta alat ja kulttuuri- ja taidealat taulukon 1 mukaisesti. Tutkimuksen kohteen haastateltavien toimialatyypit on lihavoitu taulukossa. Fiskarsin toiminnoille ominaista on, että tuotanto perustuu suuremmissa määrin uniikkeihin kuin monistettavissa oleviin tuotteisiin.

Taulukko 1 Luovien alojen kolmijako (Lähde: Työ- ja elinkeinoministeriö 2013b, 16  
WIPO:n ja UNCTAD:n mallin pohjalta)

Monistettaviin tuotteisiin perustuvat alat	Televisio Animaatiot ja elokuvat Ohjelmistot ja digitaaliset pelit Kirjallisuus Musiikki
Palvelu-liiketoiminta-alat	Markkinointiviestintä <b>Arkkitehtuuri</b> <b>Muotoilu</b>
Kulttuuri- ja taidealat	<b>Kulttuuri- ja taidealan liikkeet</b> <b>Esittävät taiteet</b> <b>Taiteen luominen</b>

Edellisessä luvussa esiteltyä Brittiläisen DCMS:n (2010, 16–17) tapaa luokitella luovat alat (Kuvio1) on hyödynnetty useissa luovan talouden tutkimuksissa. Se ottaa huomioon perinteiset taiteenalat, unohtamatta kuitenkaan teknologian vaikutuksia. Müller, Rammer ja Trüby (2009, 149, 153) ovat käyttäneet DCMS:n luetteloa pohjana, lisäten omassa tutkimuksessaan luoviin aloihin myös konsultoinnin ja suunnittelun. Draken mukaan määritelmä ei tosin ole riittävän selkeä tutkimustarkoituksiin käytettäväksi, sillä useimmat talouden sektorit voivat väittää perustuvansa yksilölliseen luovuuteen, taitoon, lahjakkuuteen ja immateriaalioikeuksiin, olematta kuitenkaan itsessään luovia (Drake 2003, 512). Suomessa luovien alojen sanotaan eroavan muista toimialoista sillä, että niissä mielikuvitus ja luovuus synnyttävät tuotteita ja palveluja. Alat, joissa pääpaino on muualla ja luovuus vain sivutekijä, suljetaan näin ollen pois. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 9.) Vaikeus erotella luovia aloja ei-luovista toiminnosta on kuitenkin edelleen tyypillinen ongelma tilastoitadessa luovia toimintoja.

Howkinsin luovien alojen luokitukselle on ominaista patenttien, tekijänoikeuksien, tuotemerkkien ja designin korostaminen (Howkins 2001, xi-xiii). Työ- ja elinkeinoministeriön mukaan luovilla aloilla on sekä taloudellinen että kulttuurinen luonne. Taloudellinen luonne viittaa uusiin työpaikkoihin, kasvuun ja vaurauteen, kulttuurinen luonne sen sijaan toimintaan, joka lisää kansalaisten sosiaalista ja kulttuurista integraatiota ja hyvinvointia. Myös työ- ja elinkeinoministeriö korostaa Howkinsin tapaan tekijänoikeuksia, joiden sanotaan olevan edellytyksenä luovien alojen ja kulttuurin monimuotoisuuden säilyttämiseksi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 43.)

Selkeyttä luovan talouden toimialojen monipuolisuuteen tuovat tutkimukset ja raportit, jotka ovat onnistuneet luokittelemaan alat erilaisiin ryhmiin tiettyjen ominaisuuksien perusteella. YK:n Luovien alojen raportti 2010 (United Nations/UNPD/UNCTAD 2010, 8) jakaa luovat alat neljään eri luokkaan, mikä auttaa hyvin ymmärtämään toimialojen monimuotoisuutta ja alan sisäisiä suhteita. On kuitenkin muistettava, että luovat alat

ovat hyvin hajanaisia, eikä YK:n versio ole ainoa oikea tapa luokitella luovan teollisuuden aloja. Taulukon 2 esittämässä YK:n mallissa luovat alat on jaettu neljään kategoriaan joita ovat 1. kulttuuriperintö (*engl. heritage*), 2. taiteet (*engl. arts*), 3. media, sekä 4. toiminnalliset luomukset (*engl. functional creations*).

Taulukko 2 Luovat alat (United Nations 2010, 8)

Kulttuuriperintö	perinteiset kulttuurin ilmaisut: taidekäsityöt, festivaalit, juhlat kulttuurikohteet: arkeologiset kohteet, museot, näyttelyt, kirjastot
Taiteet	kuvataide: maalaus, kuvanveisto, valokuvaus, antiikki esittävät taiteet: elävä musiikki, teatteri, tanssi, ooppera, sirkus, nukke-teatteri
Media	kustantaminen ja painettu media: kirjat, lehdet ja muut julkaisut audiovisuaalinen ala: elokuva, televisio, radio ja muut lähettykset
Toiminnalliset luomukset	suunnittelu ja muotoilu: sisustus, graafinen suunnittelu, muoti, korut, lelut uusmedia: arkkitehtuuri, mainonta, kulttuuri ja vapaa-aika, luova T&K, digitaali- ja muut palvelut luovat palvelut: arkkitehtuuri, mainonta, kulttuuri ja vapaa-aika, luova T&K, digitaali- ja muut palvelut

YK:n luovuusraportti (United Nations/UNCTAD/UNESCO 2010, 8) kuvaa luovia aloja seuraavasti:

*The creative industries: are the cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs; constitute a set of knowledge-based activities, focused on but not limited to arts, potentially generating revenues from trade and intellectual property rights; comprise tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives; stand at the crossroads of the artisan, services and industrial sectors; and constitute a new dynamic sector in world trade.*

YK:n Luovien alojen raportin 2010 mukaan luovuudessa voidaan nähdä neljä eri ulottuvuutta, joita ovat taiteellinen ulottuvuus, tieteellinen ulottuvuus, taloudellinen ulottuvuus ja teknologinen ulottuvuus. Näistä teknologisen ulottuvuuden tulkitaan olevan eniten kytköksissä muihin kolmeen ulottuvuuteen. (United Nations/UNCTAD/UNESCO 2010, 3.)

Edelleen käydään keskustelua siitä, kuuluvatko tiede ja T&K -toiminta luovaan talouteen. YK:n mukaan luovuus ja tieto ovat sulautuneita tieteellisiin keksintöihin yhtälailla kuin taiteellisiin keksintöihin. Joissakin luovuusraporteissa myös urheilu on

sisällytetty luovuuteen, koska näiden raporttien laatijamaissa kulttuuriministeriö huolehtii kulttuurin lisäksi myös urheilusta. Urheilun on todettu myös aiheuttavan positiivisia heijastusvaikutuksia talouden muille sektoreille. YK:n raportin mukaan urheilulla on kuitenkin enemmän tekemistä harjoittelun, sääntöjen ja kilpailun kanssa kuin itse luovuuden. (United Nations/UNCTAD/UNESCO 2010, 9.) Urheilu ei myöskään tässä tutkimuksessa kuulu luovien alojen joukkoon, vaikka se monelle edustaisikin kulttuuria ja luovuutta parhaimmillaan. Urheilun merkitystä itse kulttuurille ei kuitenkaan voida väheksyä (TS 14.2.2014).

Throsbyn (2008, 149–150) *concentric circles model* -malli luovaan talouteen perustuu olettamukseen, jonka mukaan kulttuuriin perustuvat tuotteet ja palvelut tuottavat kahdenlaista arvoa: taloudellista ja kulttuurista. Eri tuotteilla voidaan tunnistaa eri vahvuinen kulttuurinen sisältö suhteessa niiden kaupalliseen arvoon. Mallissa voidaan nähdä kulttuurisisällön heikentyvän ympyrän keskuksesta sen kehälle mentäessä. Throsbyn mallissa eri kehät on lueteltu seuraavasti: 1) luovan taiteen ydin, 2) muu keskeinen kulttuuriteollisuus, 3) laajempi kulttuuriteollisuus ja 4) muu liittyvä toiminta. Näin Throsbyn malli on muistuttaa idealtaan aiemman luvun (luku 2.1.2.) kuviossa 1 esitettyä DCMS:n mallia.

Seuraavalla sivulla esitelty taulukko 3 on listannut aikajärjestyksessä tässä tutkimuksessa käytettyjen kirjoittajien tapoja määrittellä luovan talouden toimijoita. Kuten taulukosta voi huomata, aikojen kuluessa on alettu ymmärtää luovaa taloutta yhä enemmän median, suunnittelu- ja digitaalisten palvelujen muodostamina toimintoina, mutta se ei silti ole vähentänyt perinteisten taiteiden ja kulttuurin merkitystä luovina aloina. Kirjallisuus tuntee myös useita muita tapoja määrittää luovat toimijat, mutta tähän on valittu kahdeksan yleisesti käytettyä esimerkkiä tarpeeksi laajan kokonaiskäsityksen saamiseksi.

Taulukko 3 Luovaan talouteen sisältyvät ammattikunnat eri tutkijoiden mukaan

Termin määrittelijä ja vuosi	Määrittely
Howkins (2001)	mainonta, arkkitehtuuri, taide, käsityöt, muotoilu, muoti, elokuvat, musiikki, esittävä taide, julkaisutoiminta, T&K-toiminta, ohjelmistot, lelut ja pelit, televisio, radio ja videopelit
Florida (2002)	Superluova ydin: atk- ja matemaattiset ammatit, arkkitehtuuri ja tekniset ammatit, yhteiskuntatieteelliset ammatit, koulutukseen ja kirjastoon liittyvät ammatit, taiteen, muotoilun, viihteen, urheilun ja median ammatit. Luovat ammattilaiset: johto, taloudellisen toiminnan ammatit, oikeuteen liittyvä ammatit terveydenhuollon ammatit, high end-myyntin ja myynnin johtamisen ammatit.
Hesmondhalgh (2002)	kulttuuritoimialat: TV, radio, elokuvat, sanomalehdet, lehdet ja kirjojen julkaisu, musiikin äänitys ja julkaisutoiminta, mainonta ja esittävät taide
Throsby (2008)	4 kehää: luovan taiteen ydin, muu keskeinen kulttuuriteollisuus, laajempi kulttuuriteollisuus ja muu liittyvä toiminta
Müller, Rammer & Trüby (2009)	mainonta, arkkitehtuuri, taide, antiikki, käsityöt, muotoilu, muoti, elokuvat ja videot, vapaa-ajan ohjelmistot, musiikki, esittävä taide, julkaisutoiminta, ohjelmistot ja atk-palvelut, televisio, radio, konsultointi ja suunnittelu
Suomen Opetus- ja kulttuuri-ministeriö (2009)	animaatiotuotanto, arkkitehtipalvelut, elokuva- ja tv-tuotanto, kuvataide ja taidegalleriat, käsityöt, liikunta- ja elämyspalvelut, mainonta- ja markkinointiviestintä, muotoilupalvelut, musiikki- ja ohjelmopalvelut, peliala, radio- ja äänituotanto, taide- ja antiikkikauppa, tanssi ja teatteri sekä viestintäala
DCMS (2010)	mainonta, arkkitehtuuri, taide, antiikki, käsityöt, muotoilu, muoti, elokuvat ja videot, vapaa-ajan ohjelmistot, musiikki, esittävä taide, julkaisutoiminta, ohjelmistot ja atk-palvelut, televisio ja radio
United Nations/UNCTAD/UNESCO (2010)	4 alalajia (ks. tarkempi taulukko aiemmin): kulttuuriperintö, taiteet, media, toiminnalliset luomukset

Mahdollisesti laajimman näkökulman luovaan talouteen on esittänyt *luovan luokan* (engl. *creative class*) kehittäjä ja luovia kaupunkeja ja alueellisia innovaatioympäristöjä tutkinut Richard Florida (2002, 24, 328), jonka luovat alat muodostavat *superluovan ytimen* (engl. *super-creative core*) ja *luovat ammattilaiset* (engl. *creative professionals*). Monet tutkijat pitävät Floridan jaotteluna liian laajana, mutta kirjallisuus hyväksyy laa-

jasti luovuuden merkityksen talouskasvussa ja alueiden kilpailukyvyssä. Florida on lisäksi käsitellyt ominaisuuksia, joita tietyllä paikalla tulee olla, jotta se vetää puoleensa luovaa luokkaa ja edistää näin ollen koko alueen – useimmiten kaupungin – taloudellista menestystä. Floridan teesejä käsitellään tarkemmin kolmannessa luvussa.

Miten tahansa luovan talouden määrittelee, on selvää, että se sisältää erittäin moninaisen joukon toimialoja ja termi itsessään on liian epätarkka sellaisenaan tutkittavaksi (Drake 2003, 513). Parhaiten tutkimusosuuden (Fiskarsin) luovia aloja onnistuneesti kuvailemaan YK:n luovuusraportin nelijako: kulttuuriperintö, taiteet, media ja toiminnalliset luomukset, joiden avulla voidaan myös onnistuneesti luokitella kylän toimijoita. Tutkimuksen haastateltavat edustavat vahvasti kulttuuriperintöä, taiteita ja toiminnallisia luomuksia. YK:n mallin pohjalta kehitetty luovien alojen jaottelu esitellään tarkemmin tutkimuksen empiirisessä osuudessa luvussa 4.

Tutkimuksen kohteena olevat luovat toimijat edustavat suurilta osin niin sanottuja perinteisiä luovia aloja, joten Richard Floridan jaottelu ei näin ollen sovellu tämän tutkimuksen luovien alojen jaotteluun. Kokonaisvaltaisen kuvan hahmottamiseksi on kuitenkin ollut tärkeää käydä läpi kirjallisuuden ehdottamia tapoja luovien ja kulttuurialojen määrittelemiseksi ja pohtia termien ongelmallisuutta.

Kuten kirjallisuus vahvistaa, muoti ja teollinen muotoilu ovat vakinaistaneet roolinsa luovina toimialoina. Nähtäväksi jää, lisätäänkö esimerkiksi tatuointitaiteilijat, floristit ja kampaajat myöhemmin tulevaisuudessa luovan talouden luokitteluihin, sillä toimialoina ne kohtaavat pienimuotoisesti samanlaisia haasteita kuin esimerkiksi arkkitehdit ja suunnittelijat.

## 2.3 Luovat toimijat

Luovien alojen toimintaa leimaa yleisesti jatkuva epävarmuus. Tätä voidaan perustella sillä, että aloille tunnusomaista on tuottaa symbolisia tuotteita, joiden arvo saattaa perustua kokonaan aineettomiin ominaisuuksiin, kuten merkityksiin, ideoihin, kuviin, tunteisiin ja kokemuksiin. Tuotteiden arvo määräytyy siten kokonaan tai ensisijaisesti yksittäisten kuluttajien symbolisten merkitysten tulkinnasta. Tämän vuoksi symbolisten tuotteiden arvon määrittely on erittäin arvaamatonta ja subjektiivista. (Bilton 2007, 138.)

Taiteellisesti luovista organisaatioista on tullut aikanamme entistä enemmän yritysmäisiä, koska niiden on siten ollut mahdollista saada yksityisiä rahoittajia investoimaan tai sponsoroimaan luovaa toimintaa (Cooke 2008, 27). Suhtautuminen taidealan ja luovien alojen työntekijöihin on muuttunut aikaisemmasta ensinnäkin, koska talouden merkitys kulttuuripolitiikassa on kasvanut, samalla kaventaen eroa korkea- ja populaarikulttuurin välillä. Toisena syynä mainitaan alojen työmarkkinat, joihin liittyvät erityi-

sesti mikroyrittäjyys ja yksityisyrittäjyys, ovat lisääntyneet yleisessä keskustelussa. Uudet työmarkkinat vaativat korkeaa motivaatiota, alhaisia palkkoja ja vaihtelevia työaikoja. Entinen kulttuurin tai taiteen työntekijä on muuttumassa yhä enemmän yrittäjämäiseen suuntaan. Vielä ei ole selvyyttä, kuinka tietoyhteiskuntavaikutukset ja talouden kulttuuristuminen vaikuttavat kulttuurisektorin työntekijöiden työ- ja elinoloihin. (Ellmeier 2003, 4, 6.)

Luovalle taloudelle on ominaista itsenäinen ammatinharjoittaminen ja mikroyritykset. Tyypillisesti puhutaan myös osa-aikaisista projektiin perustuvista töistä ja työn epävarmuudesta. Yksityisyrittäjyys on paljon yleisempää luovilla sektoreilla kuin muilla toimialoilla ja toiminta vaatii usein monen asian tekemistä samanaikaisesti. (Bilton 2007, xix, 27.) Suuntaus mikroyrittäjyyteen voidaan nähdä sekä mahdollisuutena että riskinä. Riskiä voidaan madaltaa ja onnistumismahdollisuuksia kasvattaa, mikäli taloudelliset ja kulttuuriset tukijärjestelmät tunnustavat luovien alojen mikroyritysten ja freelancereiden tärkeyden. (Ellmeier 2003, 12.)

Kirjallisuudessa on omaksuttu laajasti luovan talouden yrittäjille käytetyn termin *luova yrittäjä* (engl. *creative entrepreneur*) käyttö. Luovat alat ovat linkittyneitä julkiiseen, voittoa tavoittelemattomaan ja epäviralliseen sektoriin. Rahallinen menestys on kuitenkin vain yksi näkökulma, sillä menestystä mitataan myös arvolla ja identiteetillä. (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 25–26.) Kirjallisuudessa on myös havaittavissa erilaisia nyansseja eri luovia toimijoita tarkoittavien termien välillä. Osa kirjallisuudesta käyttää nimitystä *taiteilija*, osa *yrittäjä*, osa *käsityöläinen*. Näihin termeihin on kuitenkin suhtauduttava varauksella, sillä jokainen taiteilija ei välttämättä miellä itseään yrittäjäksi ja jokainen yrittäjä ei myöskään ole taiteilija. Kompromissina tässä tutkimuksessa on käytetty yleisesti termiä *luova toimija*, sillä tutkijan havainnon mukaan monet alan toimijat vierastavat yrittäjä-termiä, vaikka ymmärtäisivätkin sen merkityksen ja liiketoiminnallisen otteen tärkeyden. Termi luova toimija sopii täten tutkijan mielestä paremmin koko alan toimijoiden yläkäsitteeksi, koska sen alle voidaan sovittaa niin taiteilijat, käsityöläiset, arkkitehdit ja muotoilijat, niiden liiketoiminnallisesta osaamisesta ja pyrkimyksistä riippumatta.

Howkinsin (2001, 129–130) mukaan, luovien alojen yrittäjät jakavat viisi tärkeää ominaisuutta joita ovat:

1. visio: yrittäjällä täytyy olla unelma ja halu saada se toteen
2. keskittyminen: yrittäjät ovat sinnikkäitä ihmisiä, jotka tietävät miten keskittyä yhteen asiaan
3. taloudellinen harkintakyky: kyky ymmärtää, että menestys mitataan rahassa
4. ylpeys: he uskovat ideaansa, mutta myös siihen että saavat sen toimimaan
5. kiireellisyys: tahto ”tehdä aina heti”

Yleensä luovan alan yrittäjät työskentelevät yksin tai pienissä ryhmissä. Näin heillä on vähemmän sitoumuksia ja enemmän vapautta reagoida uusiin ideoihin ja markkinoi-

den muutoksiin verrattuna suurissa organisaatioissa työskenteleviin toimijoihin. (Howkins 2001, 131). Luovat yrittäjät tarvitsevat toimistoja kuten muutkin työntekijät, mutta luovuuden vuoksi he tarvitsevat paikkoja, joissa he voivat ”ajatella ja tehdä” samanaikaisesti (Howkins 2001, 139). Luovien toimijoiden määrittelyä on kuitenkin kritisoitu laajasti, sillä monet kulttuurialat työllistävät ihmisiä, joiden työ ei vaadi luovuutta (Lazaretti 2013, 3). Jotkut väittävät, että kulttuuri- ja luovat alat vauhdittavat kasvua luomalla arvoa, mutta ne ovat myös avainasemassa koko talouden innovaatiojärjestelmässä. Niiden tehtävä on luoda taloudellista arvoa, mutta myös keinoja joilla voidaan edistää uusien ideoiden tai teknologian prosesseja. (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 21.)

Biltonin (2007, 6) tärkeimmät johtopäätökset luoville toimijoille ovat:

- Luovat organisaatiot ja yksilöt suvaitsevat monimuotoisuutta, monimutkaisuutta ja ristiriitaisuuksia
- Luova ajattelu perustuu erilaisten ajattelutapojen yhdistämiseen
- Luovuus ei riipu pelkästään ajatuksen sisällöstä vaan tavasta jolla idea kehitetään, esitetään ja tulkitaan
- Luova ajattelu ei tapahdu ”laatikoiden ulko- eikä sisäpuolella” vaan niiden reunoilla
- Rajat ja rajoitukset ovat osa luovaa prosessia
- Tärkeää luovalle työlle ovat monimuotoisuus, kompromissit, yhteistyö, sekä vision ja tarkoituksen erikoisuus
- Luovuus on sulautettuna kulttuurisessa kontekstissa

Seuraava luku tarkastelee lähemmin luovien toimijoiden toimintaympäristöä, johon viitataan usein luovuuskeskusteluissa.

## 3 LUOVA TOIMINTAYMPÄRISTÖ

### 3.1 Luovat kaupungit

Taloudellisen kasvun tutkimuksissa on yleensä keskitytty yrityksien ja maiden rooliin kun taas kaupunkien merkitys talouskasvussa on perinteisesti saanut vähemmän huomiota (Florida 2008, 63). Kirjallisuudesta löytyy kuitenkin myös kaupunkisuunnittelun tärkeyttä korostavia julkaisuja kautta aikojen, kuten Jane Jacobsin *Economy of Cities* (1969) ja *Cities and the Wealth of Nations* (1984), joissa puolustetaan kaupunkien roolia maiden talouskasvun ensisijaisina eliminä. Jacobsin mukaan kaupunkien dynamiikka perustuu niiden kykyyn luoda uutuuksia ja innovaatioita, koska niihin on kerääntynyt monipuolista osaamista (Cooke & Lazzaretti 2008, 9).

Kaupunkien merkityksen puolesta puhuu niiden historia. Historiallisesti luovuutta on aina hyödynnetty kaupungin elinvoimana. Kaupunkien on pitänyt olla luovia, jotta ne ovat voineet toimia markkinapaikkoina ja kaupan keskuksina. Näissä joukko erilaisia ihmisiä on kerääntynyt yhteen muodostaen kaupungille tärkeän ”kriittisen massan”. Kaupungeissa on yhdistynyt kulttuuri, vuorovaikutuksen luomat uudet ideat ja institutiot. Kaupungit ovat myös luoneet vapaan ilmapiirin toteuttaa ideoita. (Landry & Bianchini 1998, 11.)

Tänä päivänä yli puolet maailman väestöstä asuu kaupungeissa ja jopa kolme neljäsosaa taloudellisista aktiviteeteista tapahtuu niissä. Luova talous on aina esiintynyt kaupunkiympäristössä, erityisesti suurkaupungeissa. Kaupunkien kehittäjät voivat lähestyä luovaa taloutta eri tavoilla. Tyypillisesti kaupungin kehityssuunnitelmat sisältävät sosiaalisen ja ympäristön kestävyteen liittyviä näkökulmia. Kulttuuri- ja luovat alat voivat muodostaa yhden komponentin suunnitelmassa, tai ne voidaan jättää kokonaan pois. Suunnittelijoiden haasteena on ollut yhdistää taide ja kulttuuri osaksi laajamittaista kehittämissuunnitelmaa, jotta luovasta taloudesta on voitu saada käyttöön täydet hyödyt. Vaihtoehtoisesti luova talous voi olla syy myös poliittiseen interventioon, jolloin strategiassa voi olla erityisesti jonkin luovan tai kulttuurialan toimija. Suunnittelijat voivat myös keskittyä yhteen tai useampaan hankkeeseen, joiden avulla voidaan antaa paikalliselle yhteisölle taloudellista, sosiaalista ja/tai kulttuurista hyötyä. (United Nations/UNDP/UNESCO 2013, 33 125.)

Taulukko 4 listaa eri tutkijoiden näkemyksiä kulttuurin ja luovuuden roolista kaupunkisuunnittelussa 1900-luvun alusta 2000-luvulle.

Taulukko 4 Kulttuurin ja luovuuden rooli kaupunkisuunnittelussa eri aikoina (Freestone & Gibson 2006, 23; Anttiroiko 2010, 91 taulukkoa mukailten)

Aika	Paradigmat	Teoreetikot/ suunnittelijat	Esimerkit
1900– 1910- luvut	Kaupunki taidete- oksena	Daniel Burnham	Pariisi, Wien, Chicagon ja Canberran suunnit- telu
1910– 1950- luvut	Kulttuurialueet ja – piirit	Harland Bartholo- mew, Patrcik Abercrombie	Kansalais-kulttuurikeskukset, yhteiset tilat, funktionaaliset kaupunkisuunnitelmat
1960– 1970- luvut	Maamerkki- rakennelmat	Robert Moses	Lincoln Centre, JFK Centre, Sydneyn ooppera- talo
1960– 1970- luvut	Yhteisökulttuurit	Jane Jacobs	Kulttuuriperintö-ajattelu, yhteisöllinen kulttuurin kehittäminen
1980– 1990- luvut	Kulttuuri kaupun- kien kehittämisessä	Kaupunkien hallin- to, Pasqual Mara- gall, Sharon Zukin	Kulttuurin uudistaminen, kulttuuriteollisuus- strategiat, festivaalit, paikallinen talouskehitys, Euroopan kulttuuripääkaupungit, Barcelona, Bilbao, Baltimore, Glasgow, Manchester
<b>1990– 2000- luvut</b>	<b>Luova kaupunki</b>	<b>Charles Landry, Richard Florida, Allen Scott</b>	<b>Taiteen ja kulttuurin kehittämisstrategiat, kaupunkisuunnittelu, kulttuuriristeykset, kulttuuriturismi, Helsinki, Berliini</b>

Aikamme eräs tunnetuimmista luovan kaupungin teoksista on Charles Landryn (2008) *The Creative City- A Toolkit for Urban Innovators*, joka johdattelee luovan kaupungin taustoihin ja potentiaaliin. Luovuus on Landryn teoksessa tunnistettu tärkeäksi tekijäksi osana kaupungin vetovoimaa ja strategista kaupunkisuunnittelua. Kaupunkien tutkimusta luovien alojen yhteydessä on perustellut esimerkiksi talousmaantieteilijä Hospers, jonka mukaan kaupungit ovat paras mahdollinen paikka tiedon, luovuuden ja innovaatioiden kukoistukselle. (Hospers 2003b, 144). Hospers viittaa artikkelissaan vuonna 1998 ilmestyneeseen Sir Peter Hallin *Cities of Civilization* -teokseen. Kirjallisuudessa usein lainatun Hallin mukaan luovia kaupungeja on ollut kautta aikojen, mutta yksikään kaupunki ei ole aina voinut osoittaa luovuutta. (Hospers 2003, 262).

Luovat kaupungit ja luovat klusterit ovat herättäneet paljon huomiota päättäjissä aina 1990-luvun puolivälistä asti. Landryn teokset eivät kuitenkaan ole onnistuneet selittämään tarkemmin, mitä itse luovuus aiheuttaisi kaupungin asukkaissa. (Hesmondhalgh 2007, 142.) Ongelmana ovat myös olleet vaikeudet selittää, klusteroituvatko luovat alat

kaupunkeihin, koska kaupungit ovat kaupallisia keskuksia, vai muuttuvatko kaupungit tärkeiksi juuri niiden kulttuuristen ja luovien piirteiden vuoksi. (Flew 2010, 89.)

Hospers on lisäksi tutkinut tietotalouden kasvavaa merkitystä eurooppalaisissa kaupungeissa. Hänen mukaansa erityisesti sellaiset kaupungit menestyvät, jotka ovat onnistuneet yhdistämään tiedon, luovuuden ja innovaatiot. Kaupungit hyötyvät taloudellisesti, jos ne onnistuvat saamaan alueelleen osaavia työntekijöitä ja tietointensiivistä toimintaa. Myös kaupungin imago voi olla ratkaiseva tekijä, kun yritykset ja yksityishenkilöt etsivät paikkaa, jonne asettua tai vain matkustaa. Monet eurooppalaiset kaupungit koetaan houkutteleviksi niiden asukkaille ja kävijöille, mutta kaikilla kaupungeilla ei ole yhtä hyviä mahdollisuuksia menestyä tietotaloudessa. Näin ollen kaupungin imagolla – perustuu se sitten oikeaan tietoon tai ennakkokäsityksiin – on kieltämättä paljon merkitystä nykypäivänä. (Hospers 2003, 261–262, 265, 269.)

Kaupunkien voidaan katsoa kilpailevan kulttuurisella tarjonnallaan toistensa kanssa (Pratt 2011, 329). Kulttuuri on vakiinnuttanut roolinsa välineenä, jolla voidaan edistää kaupungin imagoa, vetovoimaa ja talouskehitystä (Cooke & Lazzaretti 2008, 13). Useat tutkimukset ovat pyrkineet selvittämään, miksi tietyt alueet menestyvät ja toiset eivät. Vuosien ajan, New York on ollut klassinen esimerkki menestyneestä kaupungista (Chiniz 1961). Bathelt ym. ovat todenneet tutkimuksessaan, että tietyt paikat menestyvät, koska niissä on runsaasti erilaisia samanaikaisia toimintoja ja niissä on saatavilla erittäin suuri määrä tietoa ja inspiraatiota. (Bathelt ym. 2004, 38). Suuret kaupungit ovat usein myös taloudellisten ja asiantuntijapalveluiden sekä taiteen ja viihteen keskuksia. Tällöin kulttuurituotteet ja -palvelut ovat siellä paremmin saatavilla, koska niitä myös kulutetaan kaupungeissa enemmän. (Flew 2010, 86.) Tutkiessaan Singaporea, Gwee (2009, 241) on todennut kaupungin kulttuuri- ja viihdepalvelujen vahvistavan sen imagoa, jolloin myös imago turistikohteena ja asuinpaikkana ovat muuttuneet ja edistäneet näin sen houkuttelevuutta myös ammattitaitoisten työntekijöiden silmissä.

Cooke & Lazzaretti korostavat rahoituksen ja hallinnon olevan onnistuneessa kulttuuripolitiikassa monitasoisia. Lisäksi kansainvälinen vertailu kaupunkien välillä ja erilaiset tukiverkostot ovat tärkeitä. Monissa Euroopan kaupungeissa on useita merkittäviä kulttuurisia hyödykkeitä, joista nykyään median voidaan nähdä muodostavan yleisimmät klusterit moderneissa kaupungeissa. (Cooke & Lazzaretti 2008, 13.)

Ann Markusen on arvioinut kaupunkien vetävän taiteilijoita puoleensa, koska niissä on tiettyjä toimialoja ja instituutioita, enemmän koulutus- ja työharjoittelumahdollisuuksia. Tietyillä aloilla saattaa myös olla synergiaetuja, jotka on helpompi saavuttaa kaupungeissa. Suuremmissa kaupungeissa saatetaan myös kuluttaa enemmän taiteeseen liittyvien alojen tuotteita, sillä niissä vierailee enemmän turisteja. Myös palkkataso saattaa olla parempi kaupungeissa ja niissä on enemmän gallerioita ja kustantamoja. Verkostoitumisen ja oppimisen mahdollisuudet ja kaupungin tarjoamat mukavuudet (esim.

ravintolat ja mahdollisuudet kuluttaa luovia tuotteita ja palveluja) ovat myös parempia suurkaupungissa. (Markusen 2013, 478.)

*Luovan kaupungin* käsite on viimeisen kymmenen vuoden aikana ollut akateemisten kirjoitusten, poliitikkojen, konferenssien ja työryhmien kiinnostuksen kohteena. Luovaa kaupunkia on käsitelty yhdessä kaupunkien ja alueellisten luovien alojen kehittämisaloitteiden rinnalla Euroopassa, Australiassa, Kanadassa, Singaporessa, Yhdysvalloissa, Uudessa-Seelannissa ja viimeaikoina myös Afrikassa, Kiinassa ja Latinalaisessa Amerikassa. Suurimmassa osassa töistä on keskitytty kaupunkeihin, ikään kuin vain kaupungilla olisi tarjota lähtökohdat luovalle toiminnalle. Pieni määrä tutkijoita on myös kiinnittänyt huomiota maaseutuun. Samalla ilmiö on alkanut kiinnostaa myös alueiden päättäjiä. (Bell & Jayne 2010, 209.) Vaikka luovan talouden hankkeet vaikuttavat sopivilta kestävän maaseudun kehitykseen, niiden etuja ja haasteita maaseudulla ei vielä ole ymmärretty hyvin (Fleming 2009, 61).

Vaikka monet tutkimukset ovatkin keskittyneet suurkaupunkeihin, on todistetta myös siitä, että luova kulttuuritalous voi kukoistaa myös pienissä ja keskikokoisissa kaupungeissa (Scott 2004, 466). Seuraava alaluku tuo esille idean luovan talouden vaihtoehtoisesta sijainnista maaseudulla.

### **3.2 Vaihtoehtona kaupungille: luova maaseutu**

Keskustelu luovista kaupungeista saa pohtimaan, menestyvätkö luovat toimijat kaupungeissa siksi että vain niissä on juuri luovuudelle sopivat rakenteet, vai ovatko rakenteet sellaisia, jotka voi olla saatavilla ja järjestettävissä myös kaupungin ulkopuolella, esimerkiksi maaseudulla.

Maaseudulle keskittyneet tutkimukset ja raportit ovat löytäneet tärkeitä eroavaisuuksia luovan maaseudun ja kaupungin väliltä, joita ovat olleet esimerkiksi erilaiset työs-kentelytavat, erilaiset markkinat, erilainen rooli eri yhteisöissä ja sen erilaiset esteettiset piirteet. Vähitellen luovien alojen roolia alueiden eheyttäjänä on alettu yhdistää kaupunkien rinnalla myös maaseudulle, joissa luovuus on nähty taloudellisissa strategioissa myös maaseudun elvyttämisen välineenä. (Bell & Jayne 2010, 211.)

Kirjallisuudessa erityisesti Markusen on kritisoinut taiteilijoiden sijaintipäätöksien stereotyyppiseksi muodostunutta oletusta, jonka mukaan taiteilijat sijoittuisivat vain tiettyihin kaupunkeihin maailmassa (ks.esim. Florida). Hänen mukaansa suurin osa taiteilijoista ei asu suurkaupungeissa vaan päinvastoin: monet taiteilijoista ovat päättäneet asua pienissä kaupungeissa tai maaseudulla. Markusen on korostanut työssään taiteilijoiden menestymismahdollisuuksia muuallakin kuin kaupungeissa ja heidän olemassaolonsa tärkeyttä kaikenkokoisten yhteisöjen taloutta kehittäessä. Pienemmissä kaupungeissa taiteilijoita vetää puoleensa työ- ja elintapaan liittyvät mukavuudet, joita ei vält-

tämättä ole saatavilla suurkaupungissa. Näitä voivat olla esimerkiksi edullisuus, suuremmat ja halvemmät työtilat tai paremmat edellytykset perhe-elämälle. Vanha arkkitehtuuri, maatilan talot ja vanhemmat teollisuusrakennukset ovat esimerkkejä taiteilijoille sopivista tiloista. Markusen arvelee, että eristys voi olla jopa hyödyllistä tietyn alan taiteenharjoittajille, kuten kirjailijoille ja kuvataiteilijoille. Virkistysmahdollisuudet ja ympäristö voivat pienemmällä paikkakunnilla olla paljon suuria kaupunkeja parempia. Pienempiin kaupunkeihin saatetaan myös palata myöhemmin uran aikana. (Markusen 2013, 482, 487–488, 492.)

Luovien maaseutujen tutkimuksissa maaseutujen tärkeinä resursseina on koettu olevan luonnon kauneus, maaseutumaisema ja pikkukaupunkien sosiaaliset yhteisöt, joiden kaltaisia ei välttämättä ole ollut saatavilla missään muualla. Toisaalta maaseudun alueen päättäjillä ja organisaatioilla ei useinkaan ole ollut resursseja taiteilijoiden tukemiseen ensinnäkin vähäisten varojen vuoksi, mutta myös taiteilijoiden vähäisyyden tai yhteisten tavoitteiden puutteen vuoksi. (Fleming 2009, 76.)

Taiteilijoiden itse järjestämä yhteistyö näyttäisi olevan kaikkein tehokkain tapaa ajaa taiteilijoiden etuja. Maaseuduilla sosiaalinen ja maantieteellinen eristys tuovat kuitenkin lisähaasteita, samoin taiteilijoiden ja suunnittelijoiden yhteistyön vähyys. Selkeä vuoropuhelu taiteilijoiden ja suunnittelijoiden välillä voisi auttaa löytämään yhteisön yhteiset päämäärät paremmin. (Fleming 2009, 76–77.)

Luovat ihmiset eivät muuta maaseuduille taloudellisista syistä, vaan niitä ovat muun muassa monimutkaiset näkökulmat liittyen elämänlaatuun. Motiiveina voivat olla myös selkeät syyt, jotka johtuvat kaupunkielämän ongelmallisuudesta ja maalla asumisen hyödyistä. Luovien yksilöiden joukosta voidaan löytää:

1. Toimijat, jotka muuttavat maaseudulle henkilökohtaisista motiiveista johtuen
  2. Toimijat, jotka muuttavat maaseudulle puhtaasti elämäntapasyistä
  3. Toimijat, jotka muuttavat maaseudulle tullakseen luoviksi yrittäjiksi
- (Bell & Jayne 2010, 211, 214.)

Viimeaikaiset tutkimukset osoittavat, että maaseudun mikroyritykset ovat muodostumassa tärkeiksi tekijöiksi maaseudun taloudessa. Nykyään maalle ei muuteta taloudellisista syistä vaan taustalla ovat uudet elintavat ja henkilökohtaiset näkökohdat. Tutkimuksissa on keskitytty yrityksen sijainnin laadullisiin tekijöihin, joihin on peilattu maalle tulleen yrittäjän elämänlaatua ja yritystoimintaa. (Herslund 2012, 237–238.) Lisätutkimus on kuitenkin tarpeen, jotta voitaisiin ymmärtää paremmin taiteen merkitystä erilaisissa yhteisöissä (Fleming 2009, 77).

Kehittämällä luovia sektoreita maaseudulla on mahdollista tuottaa kestäviä ja korkealaatuisia yrityksiä, parantaa työllistymismahdollisuuksia ja edistää maaseudun monipuolistamista. Maaseudulla elämänlaatu, luonnonympäristö ja alueen luova perintö ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä. Liiketoiminnan haasteet liittyvät luovien osaajien houkuttelemiseen, mutta myös itse paikkaan. Myös infrastruktuuriin ja liikenneyhteydet aiheut-

tavat haasteita luoville toimijoille. Nykyään luovat toimijat voivat työskennellä lähestä tahansa käsin, kunhan heillä on käytössään internet. Alueen fyysinen ja virtuaaliset yhteydet, jotka liittyvät niin liikenteeseen kuin viestintään on koettu tärkeiksi. (White 2010, 79, 84.)

Tutkimusta varten löydetty kirjallisuus luovaan maaseutuun liittyen on valitettavan niukka, koska luovan talouden on nähty kukoistavan ja menestyvän lähtökohtaisesti kaupungeissa. Tietämys luovan talouden ja maaseudun suhteesta kärsii täten tutkimuksen vähäisyydestä. Seuraava luku esittelee luovan toimintaympäristön ominaisuuksia, joiden avulla voidaan ymmärtää paremmin luovien alojen ja sijainnin merkitystä.

### **3.3 Luovan toimintaympäristön ominaisuuksia**

#### **3.3.1 Sijainnin merkitys luovuuskeskustelussa**

Draken mukaan (2003, 512) sijainnin merkitys luovalle inspiraatiolle on mielenkiintoinen maantieteilijöille kolmesta syystä:

1. se osoittaa, miten ainutlaatuisella sijainnilla on edelleen tärkeä rooli taloudellisessa toiminnassa
2. se osoittaa, miten paikalla voi olla vaikutus luovan alan sisällön luomiseen
3. se voi lisätä ymmärrystä yksilöiden suhteesta paikkaan.

Perinteisesti luovan talouden tutkimukset ovat keskittyneet tiettyihin menestyneisiin kaupunkeihin tai alueisiin, joissa luovien alojen toimijat ovat keskittyneet niin kutsuttuihin luoviin klustereihin. Tätä tutkimusta varten luetun kirjallisuuden perusteella luovuuden keskittymisestä vallitsee kaksi kilpailevaa pääajatusta, joista toinen uskoo luovien alojen klusteroituvan ensisijaisesti suurkaupunkeihin (esim. Jacobs 1969 ja 1985; Florida 2002, 2005 ja 2008; Landry 2008). Toiset teoriat korostavat myös pienempien paikkojen ja maaseutujen merkitystä luoville toimijoille (esim. Markusen & Gadwa 2010; Waitt & Gibson 2009; Bell & Jayne 2010; Fleming 2009; White 2010; Herslund). Kulttuuri- ja luovien alojen keskittymiä ja kortteleita voidaan myös rakentaa ja kehittää tietoisesti alueen päättäjien aloitteesta, mutta myös alueen ruohojuuritason toiminnasta lähtöisin olevat keskittymät ovat mahdollisia (ks. luku 3.3.4.).

Keskittymien luomisen tavoitteena on ollut lisätä alueelle tuloja turismin ja investointien avulla. Toinen näkemys on tuotantoon perustuva, jonka mukaan kulttuuriset toimialat ovat taipuvaisia sijoittumaan lähekkäin. (Pratt 2011, 334.) Alueiden luomisen osalta kirjallisuus on tuonut esille erilaisia ominaisuuksia, joita onnistuneesta keskittymästä on erilaisissa tutkimuksissa löydetty ja samalla, millaiset tahot ovat olleet keskittymien luomisen ja kehittämisen takana. Toimialojen tuotantoon perustuvissa julkai-

suissa keskustellaan usein alueiden laatutekijöistä ja seikoista, jotka vetävät puoleensa luovia osaajia.

Sijainnin on todistettu olevan edelleen tärkeä tekijä yritysten päätöksissä, sillä teknologian muutokset ja kilpailu ovat mullistaneet liikepaikan roolia, mutta vain osittain. Vaikka jotkin resurssit voidaan ulkoistaa edullisempiin maihin, pitkälle erikoistuneet taidot, laitokset, kilpailijat ja potentiaaliset asiakkaat sijaitsevat edelleen tietyn maan alueella tai kaupungissa. (Porter 1998a, 11.)

### 3.3.2 Klusteroituminen ja vuorovaikutus

Maantieteellisestä näkökulmasta luovat ja kulttuurialat ovat mielenkiintoisia, koska ne eivät ole tasaisesti levittyneitä, vaan sen sijaan ne ovat taipuvaisia erilaisiin keskittymiin (Pratt 2011, 323, 335). Yhä useammat luovan talouden teoriat tukevat luovan talouden ja paikan suhdetta ja niissä luovuudesta puhutaan kollektiivisena tai sosiaalisena prosessina. Luovuus on nähty tiettyyn paikkaan klusteroituneiden yritysten tuotteena. (Drake 2003, 511.) Lisäksi on todettu, että luovien alojen menestys on vahvasti riippuvaista luovien toimijoiden muodostamista henkilökohtaisista suhteista (Clare 2013, 52).

Ensimmäisenä teoreettisena viitekehyksenä luovien toimialojen ja kaupunkien suhteen ymmärtämiseksi on käytetty klusteriteoriaa (Flew 2010, 86). *Luoviksi klustereiksi* kutsutaan tässä tutkimuksessa klustereita, joissa esiintyy aiemmin esiteltyjä luovan alan toimijoita toistensa läheisyydessä. Kuten maantieteellinen kirjallisuus on tulkinnut, klustereilla on positiivinen vaikutus tuotantoon: taiteilijat ja muut kulttuuriyrittäjät ovat vuorovaikutuksessa, oppivat, kilpailevat ja vertailevat ideoitaan keskenään aiheuttaen positiivisia heijastusvaikutuksia koko ympäröivään yhteisöön (Stern & Seifert 2010, 267).

Boja (2011, 34) kokoaa keskeisestä klusteritutkimuksesta neljä keskeistä empiiristä havaintoa, joita ovat:

- Suurin osa maailman ja maiden toimialoista ovat keskittyneet hyvin harvoille alueille
- Tiettyjen alojen organisaatiot ovat taipuvaisia sijoittumaan yhteisille alueille
- Klusteroituneet yritykset ovat sitkeämpiä ja pitkäikäisempiä, kuin eristyksissä toimivat yritykset
- Innovaatiot korostuvat klustereissa

Marshall kehitti idean siitä, kuinka teollisuudet hyötyvät, jos ne sijoittuvat tiettyyn paikkaan, missä ne voivat erikoistua. (Marshall 1952, 222–231.) Myöhemmin yhdysvaltalainen Michael Porter osallistui klusteriteorioiden kehittämiseen kirjassaan *The Competitive advantage of Nations*, joka ilmestyi vuonna 1990. Michael Porterin (1998a, 10)

klusterimääritelmä on eräs kirjallisuuden tunnetuimpia ja sitä on käytetty useiden tutkimusten lähtökohtana.

Klusteriteoria on yksi vaikutusvaltaisimmista teorioista talousmaantieteessä. Sitä on voitu soveltaa kaikkialla maailmassa ja kaikilla aloilla. (Dawley & Henry 2011, 280.) Klustereihin sijoittumalla yritykset vaihtavat, ylläpitävät ja hankkivat uutta tietoa. (Malmberg & Power 2005, 409.) Lisäksi klusterit parantavat innovaatiotoiminnan mahdollisuuksia ja madaltavat uusien yritysten esteitä tulla markkinoille (Porter 1998a, 10). Klustereiden positiivisia vaikutuksia ovat myös vähentyneet rahalliset, ajalliset ja kuljetuskustannukset ja suurempi erikoistuneen työvoiman tarjonta (esim. Boja 2011, 34.)

Kaupunkeihin on kehitetty kortteleita ja rakennuksia, joissa esimerkiksi kulttuuritoimialojen on annettu elää vuorovaikutuksessa ja kasvaa. (Pratt 2011, 334.) Porterin tutkimukset osoittavat, että klustereita löytyy jokaisesta maasta (Porter 1990, 149). Hän on syventänyt tutkimustaan myös pohtimalla, miksi tietyt kaupungit menestyvät paremmin kuin toiset (Porter 1990, 158). Kaikki klusterit tarjoavat mahdollisuuksia, koska jokainen klusteri vaikuttaa tuottavuuteen ja samalla myös muiden klusterien tuottavuuteen. (Porter 1998b, 89.)

Richard Florida on todennut luovien osaajien klusteroituvan tiettyihin kaupunkeihin, koska luovat osaajat suosivat kosmopoliittisia keskuksia, jossa on paljon nähtävää, mutta myös siksi, että he haluavat olla lähellä toisiaan. Klusteroituminen tuo alueen toimijoille tuottavuuden etuja, mittakaavaetuja ja tiedon leviämistä. Lahjakkuuden keskittyminen johtaa talouden tuottavuuteen, jonka vuoksi kaupungeilla ja alueilla on tärkeä rooli talouskasvussa. (Florida 2008, 9, 30.)

Klusteriteorioiden ja luovien alojen merkityksen korostumisen etuja ovat olleet kulttuurin roolin kasvu kaupunkien kehittämisstrategioissa, laajempi kulttuurin ymmärtäminen, elämäntyylin ja kulutusaktiiviteettien huomioiminen kaupunkisuunnittelussa sekä uuden kulttuuri-infrastruktuurin kehittäminen, joka on voinut parantaa kaupunkien imagoa ja samalla houkuttellen sinne lisää turisteja ja investointeja. Klusteripolitiikan ongelmia ovat olleet taiteiden ja kulttuurin hämärtyminen osaksi viihdettä, vapaa-aikaa ja palvelualoja sekä mahdolliset ristiriidat taloudellisen kehityksen ja sosiaalisen osallisuuden välillä. Lisäksi riskinä on koettu yksittäisten kiinteistöjen edun ajaminen ja se, että luovien klustereiden kehittäminen onkin johtanut vain kaupunkien samankaltaistumiseen. (Flew 2010, 87.)

Klustereita käsittelevä kirjallisuus korostaa eroa *kodifioidun* ja *hiljaisen tiedon* välillä (*engl. codified knowledge, tacit knowledge*). Hiljainen tieto on yleensä rajoitettu paikallisesti, mutta kodifioitu tieto voi liikkua vapaasti ja maailmanlaajuisesti. Hiljaisen tiedon paikkaan sidotusta ominaisuudesta johtuen yritykset hyötyvät, jos ne voivat sijoitua alueelle, jossa on muita samankaltaisia yrityksiä. (Bathelt, Malmberg & Maskell 2004, 31–32.) Hiljaisen tiedon merkitys korostuu erityisesti globaalissa taloudessa, jossa jokaisella on pääsy kodifioituun tietoon. Hiljainen tieto löytyy todennäköisesti kau-

punkien klustereiden luovasta ilmapiiristä (van Heur 2009, 1542.) Klustereilla on erityinen rooli yrittäjyyteen vaadittavien taitojen tukemisessa (van Heur 2009, 1544). Mitä enemmän kodifioitua tietoa on, sitä vähemmän merkitystä on sijainnilla. Jos tieto on hiltaijaista, se vaatii sen sijaan yritysten läheistä sijaintia ja toistuvia henkilökohtaisia tapaamisia toimijoiden välillä. Tämän vuoksi yritykset hyötyvät, jos ne voivat sijoittua klusteriin, jossa on myös muita yrityksen toimintaan liittyviä yrityksiä. (Bathelt ym. 2004, 31.) Vuorovaikutuksen tiheydellä (kuten kontaktit, tapaamiset, tapahtumat) on todettu olevan enemmän merkitystä kuin alueen ihmisten määrällä (Hospers 2003, 263–264). Tämän oletuksen vuoksi toimijoiden välisiä suhteita voidaan tarkastella myös pienissä keskittymissä.

### 3.3.3 *Luovan toimintaympäristön vetovoimatekijöitä*

Nykyinen luovan talouden alueteoria on korostanut sekä kollektiivista luovuutta että tapoja, joiden avulla luovien alojen muodostamat klusterit tietyissä paikoissa voivat edistää sinne keskittynyttä luovuutta (Drake 2003, 511). Näissä kaikissa teorioissa korostuu luovuuden merkitys kaupunkien kilpailukykyä vahvistavana tekijänä. Koska luovuus esiintyy ihmisissä, kaupunkien olisi pystyttävä houkuttelemaan alueelleen osaavia, luovia asukkaita.

Comunian, Chapain ja Clifton (2010) ovat tunnistaneeet eri luovan talouden tapaus-tutkimuksista neljä ulottuvuutta, jotka voidaan tunnistaa paikan ja luovan talouden välillä niin suurkaupungeissa kuin myös pienemmissä paikoissa. Näitä ovat:

1. *Infrastrukturi*: Liiketilöjen saatavuus, paikallisten varallisuus, turistit, liikenneinfrastrukturi.
2. *Hallinto*: Alueen poliittiset strategiat ja aloitteet sekä vuorovaikutus eri tasöjen institutionaalisten ja ei-institutionaalisten toimijöiden kanssa. Luovat alat voivat olla kytköksissä paikalliseen uudistamiseen, taloudelliseen kehitykseen ja sosiaaliseen osallisuuteen.
3. *Pehmeä infrastrukturi*: Tekijät joilla on merkitystä paikan houkuttelevuudessa kuten verkostot, paikan imago tai identiteetti ja perinteet.
4. *Markkinat*: Luovat alat toimivat nopeasti muuttuvilla markkinoilla jöiden kysyntä on epävarmaa. Markkinat eivät ole pelkästään fyysiset vaan myös virtuaaliset.

Richards (2011, 1245) on tunnistanut luovien alojen johtaneen joissakin tapauksissa myös *luovaan matkailuun* (engl. *creative tourism*). Tämä linkittyy selvästi eri strategiöihin, joita paikat voivat käyttää erottuakseen muista paikoista, joita voivat olla esimerkiksi luovien alojen, luovien kaupunkien ja luovan luokan edistäminen. Richardsin mukaan luovuus tarjoaa aktiviteetteja, sisältöä, ja ilmapiiriä turismille ja turismi puolestaan tukee näitä aktiviteetteja.

Kirjallisuudessa tunnetaan taiteilijoita puoleensa vetävät *taidekeskukset*, joiden on osoitettu vaikuttavan myös kiinteistömarkkinoiden hintoihin. Florida arvioi *Business week*-lehden artikkelissa *Bohemian today, high-rent tomorrow* vuonna 2007, että hyviä kohteita investoida ovat paikat joissa taiteilijat ja ”boheemit” elävät tänään. (Florida 2008, 128, 137). Prosessia havainnoi hyvin esimerkiksi New Yorkin East Village, joka oli alun perin taiteilijoiden edullinen vuokra-alue. Myöhemmin tulivat nykytaiteen galleriat, jonka jälkeen ostajat ja turistit. Lopulta useat taiteilijat joutuivat etsimään uusia kohteita tyhjästä tehdasrakennuksista Brooklynnissa. Koska prosessi on nähty myös monissa muissa kaupungeissa (Venetsia, Los Angeles, San Francisco), paikallishallinnon kehittäjät yrittävät houkutellessa taiteilijoita inspiroimaan kaupunkien kohennusta. (Caves 2000, 31–32.)

Floridan (2002) luovuuden teesejä on käytetty usein eri alueiden käytännön luovuushankkeiden inspiraationa. Florida on myös tutkinut paikkojen merkitystä koko ihmisen olemukseen ja elämään. Hänen mukaansa jotkin paikat tekevät onnellisemmaksi kuin toiset ja tietyt paikat tarjoavat parempia työmahdollisuuksia ja parempaa elämänlaatua. (Florida 2008, 5-6.) Florida on tuonut luovan talouden laajan yleisön tietoon ja on myös lahjakas puhuja (ks. esim. Florida 2012). Floridan teos *Who is your city* esittää, että sijainnista on tullut merkittävämpi globaalissa taloudessa kuin koskaan aikaisemmin. Hän toteaa myös, että paikat ovat yhä erikoistuneempia, mutta samaan aikaan myös yksilöllä on yhä enemmän vapautta valita itse, missä elää. (Florida 2008, 12). Floridan vuonna 2002 julkaistun teoksen *The Rise of Creative Class* ydinsanomana on, että nykypäivänä ihmiset eivät enää seuraa työpaikkoja vaan päinvastoin, työt (ts. yritykset) seuraavat ihmisiä, erityisesti lahjakkaita osaajia.

Vaikka suurin osa Floridan työstä on keskittynyt Yhdysvaltoihin, monet hänen teorioistaan ovat herättäneet kiinnostusta myös Euroopan kaupungeissa. Florida (2002; 2005; 2008) on kehittänyt tutkimuksissaan laajan valikoiman indikaattoreita, joilla voidaan lajitella ja mitata houkuttelevan paikan piirteitä: *3 T: n malli* (engl. *talent, technology, tolerance*, suom. *lahjakkuus, teknologia, avarakatseisuus*), *gay-indeksi*, *luova luokka*, *boheemi-indeksi*, *high tech-indeksi*, *lahjakkuus-indeksi*, *melting pot-indeksi*, *composite diversity-indeksi* ja *luovuus-indeksi* ovat vain esimerkkejä Floridan luovan talouden tutkimuksen laajuudesta.

Tutkimuksen toisessa luvussa esiteltiin, mitkä ammatinharjoittajat ovat Floridan mukaan luovia. Tämän tutkimuksen kannalta luova luokka-määritelmää tärkeämpiä ovat ominaisuudet, jotka paikalla on oltava houkutellessa sinne luovaa luokkaa. Floridan mukaan luova luokka pyrkii asettumaan paikkoihin, joissa on kaikki 3T: n osaa kohtavat. Kukin 3T:n osa on välttämätön, mutta yksin ne eivät riitä. (Florida 2005, 37–39.)

Floridan mukaan lahjakkuus edistää talouskasvua ja monimuotoisuus ja avoimuus houkuttelevat lahjakkuutta alueelle. Yksilön sijaintipäätöksistä onkin Floridan mukaan tulossa tärkeämpiä kuin yritysten sijaintipäätöksistä, koska yritykset menevät sinne,

missä lahjakkaat osaajat jo ovat. Lahjakkaat ihmiset pyrkivät asumaan paikoissa, joissa on houkutteleva työtilanne ja jossa ilmapiiri on avoin ja avarakatseinen. Paikat, jotka houkuttelevat ihmisiä, houkuttelevat yrityksiä, jotka tuottavat innovaatioita. Monimuotoisuuden ja avarakatseisuuden parantamisen tulisi täten olla jokaisen kaupungin tavoitteissa. (Florida 2005, 137–139 .)

Floridan luovaa luokkaa on kritisoitu useilta eri tahoilta (esim. Markusen 2006) ja kriitikot ovat kirjoittaneet useita artikkeleita ja kyseenalaistaakseen Floridan teorian. Kritiikkiä on kohdistettu esimerkiksi Floridan taipumukseen tutkia laadullisia piirteitä määrällisesti. Tilastoja tutkiessa on myös kritisoitu luovan luokan oletettua suurta roolia taloudessa. Osa kritiikistä on kohdistunut Floridan luovuuden määrittelyyn, joissa on pohdittu, onko luovan luokan sisältö oikeasti niin laaja ja voidaanko kaikki Floridan mainitsevat ammatit sisällyttää siihen. Floridan on sanottu myös olevan tutkija, joka ei ota huomioon epäonnistuneita ja epätasa-arvoa. Hän ei myöskään ota kantaa kaupunkeihin jotka ovat jääneet kehityksen ulkopuolelle, sillä Florida on kiinnostunut kriitikoiden mukaan vain menestyneistä kaupungeista. (Peck 2008; Faricy & Hoyman 2009.)

Markusen (2006, 1921, 1924) on kritisoinut Floridan taipumusta keskittyä vain korkeasti koulutettuihin yksilöihin. Hänen mukaansa on jopa vaarallista nimittää suurta ryhmää kuten johtajia ja ammatillisia työntekijöitä luoviksi, mutta samalla nimittää tuotannon ja palvelun työntekijöitä ei-luoviksi. Markusenin (2006, 1938) mukaan tietyt kaupungit eivät ole vetovoimaisia tiettyjen mukavuuksien ja palveluiden (*engl. amenities*) vuoksi, vaan vetovoimaan vaikuttavat ensisijaisesti investointipäätökset, joita kaupungit, valtiot ja rahoittajat tekevät taiteen tiloihin ja organisaatioihin liittyen.

Suurena ongelmana on nähty myös, että Florida ei anna teoksissaan selkeää vastausta siihen, kumpi on syy ja kumpi seuraus: luovuus vai talouskasvu. Lisäksi on epäilty, voidaanko Floridan tutkimuksia soveltaa Yhdysvaltojen rajojen ulkopuolella. (Peck 2008; Faricy & Hoyman 2009.) Floridan on myös kritisoitu tutkivan luovien yksilöiden käyttäytymistä tilastojen kautta sen sijaan, että hän olisi voinut suoraan tutkia luovien yksilöiden sijaintipäätöksiin liittyviä mielipiteitä ja motiiveja (Stryjakiewicz 2010, 6).

Floridaan kohdistuva kritiikki on haastanut hänet kirjoittamaan ja puhumaan aktiivisesti entistä enemmän luovuuden ja talouden välisestä suhteesta ja kritiikki on myös osaltaan toiminut uusien ideoiden lähteenä. Vaikka osa kirjallisuudesta kyseenalaistaa Floridan vetovoimateorian, hänen työnsä on tässä tutkimuksessa antanut viitettä tekijöihin, jotka houkuttelevat luovia osaajia tiettyihin paikkoihin, erityisesti niin sanottuihin luoviin klustereihin.

Floridan teorioiden lisäksi paikkojen vetovoimatekijät ovat olleet tiiviisti kytköksissä niiden kilpailukykyyn. Kaupunkien kilpailukykyä pohtineet Musterd ja Murie (2010) ovat erottaneet toisistaan neljä tärkeää tekijää liittyen luovien ja tietointensiivisten alojen sijoittumisvalinnoille joita ovat:

1. *Kovat tekijät* (konkreettiset, mitattavat tekijät)

2. *Klusterit*3. *Verkostot*4. *Pehmeät tekijät* (laadulliset, vaikeammin mitattavat tekijät)

Ensimmäisenä mainitut *kovat tekijät* (engl. *hard factors tai hard conditions*) tarkoittavat ensisijaisesti alueen pääomaa, työvoimaa, sopivia institutionaalisia rakenteita, verojärjestelmiä, infrastruktuuria ja saavutettavuutta. Kovien tekijöiden katsotaan olevan merkittävässä roolissa selitettäessä yritysten menestystä kaupunkialueilla. Toinen tekijä on jo aiemmassa luvussa esitelty *klusterit*. Toiminnot, jotka klusteroituvat yhteen, käyttävät samaa infrastruktuuria, samalla linkittyen ja hyötyen toisistaan. Kolmas tekijä on *verkostot*. Henkilökohtaisilla verkostoilla on tärkeä rooli pohdittaessa esimerkiksi, missä aloittaa yritystoiminta ja toisaalta, missä laajentaa sitä. Verkostot voivat vaihdella erittäin henkilökohtaisista enemmän liiketoimintaan perustuviin, pienistä suuriin sekä paikallisista aina alueellisiin tai globaaleihin. Verkostoissa liikkuu myös aiemmin käsitelty hiljainen tieto. (Musterd & Murie 2010,7-8.)

Neljäntenä tekijänä pidetään *pehmeitä tekijöitä* (engl. *soft conditions*). Pehmeät tekijät liittyvät läheisesti aiemmin esitellyn amerikkalaisen Richard Floridan tuotokseen. Teorian mukaan luoville ihmisille luodut oikeanlaiset olosuhteet johtavat menestykseen. Kirjallisuus keskittyy *mukavuuksiin* ja palveluihin, jotka houkuttelevat yksilöitä. Näitä voivat olla esimerkiksi elämänlaatu, ympäristön laatu, kaupungin ilmapiiri, hyvin toimivat asuntomarkkinat sekä avarakatseisuuteen, avoimuuteen ja monimuotoisuuteen vaikuttavat tekijät. (Musterd & Murie 2010,7-8.)

Yksi Musterdin ja Murien keskeisimmistä havainnoista on, että henkilökohtaiset verkostot ja suhteet ovat suuressa roolissa luovien toimijoiden sijoittumispäätöksissä. Koviilla tekijöillä kuten työpaikoilla, verojärjestelmillä ja saavutettavuudella on kuitenkin myös tärkeä rooli. Yllättävästi tutkimus osoittaa, että niin sanotut pehmeät tekijät kuten monimuotoisuus ja avarakatseisuus eivät kuitenkaan ole yhtä tärkeitä tekijöitä paikan vetovoimaisuudessa. (Musterd & Murie 2010, 347–348.)

Vaikka luovien yksilöiden sijoittumisvalinnoista ei ole saatavilla vielä tarpeeksi tutkimuksia, myös muut vastaan tulleet tutkimukset tukivat johtopäätöstä, jonka mukaan luovaan sektoriin vaikuttavat tekijät ovat paljon monimutkaisempia, kuin mitä Floridan teorian ovat oletaneet, eikä tästä johtuen voida löytää yhtä johtopäätöstä luovien alojen sijoittumispäätöksistä. Alueen oma kulttuuri vaikuttaa siihen, kuinka suuri merkitys on esimerkiksi henkilökohtaisilla suhteilla. Floridan teesien voidaankin katsoa toimivan paremmin alueilla, joissa perinteillä ei ole yhtä suurta merkitystä. Luovan sektorin sijaintivalinnat riippuvat myös siitä, mitä toimintaa kukin luova toimija alueella harjoittaa. Jotta luovan alan ammattikuntia voisi vertailla paremmin, niitä pitäisi myös pystyä määrittelemään, luokittelemaan ja tilastoimaan tämänhetkistä paremmin. (Stryjakiewicz 2010, 15.)

Taulukossa 5 on listattu kirjallisuuden esittämiä luovan talouden tärkeimpiä veto-voimatekijöitä. Tutkimuksen tuloksissa luvussa 5 tätä taulukkoa on käytetty pohjana ja sitä on täydennetty haastatteluissa esille tulleilla tärkeillä vetovoimatekijöillä.

Taulukko 5 Yhteenvedo paikkojen vetovoimaan vaikuttavista tekijöistä eri kirjoittajien mukaan

<b>Vetovoimatekijä</b>	<b>Kirjoittaja</b>
luovuus	Landry (2008), Florida (2002; 2005; 2008)
paikan imago, identiteetti, perinteet	Hospers (2003), Comunian, Chapain & Clifton (2010), White (2010)
kulttuurinen toiminta, kulttuuri- ja viihdepalvelut, galleriat, kustantamot, mukavuudet, virkistymismahdollisuudet	Pratt (2011), Gwee (2009), Markusen (2010; 2013), Florida (2002; 2005; 2008), Cooke & Lazaretti (2008)
tieto, inspiraatio, ”buzz”, teknologia, innovaatiot	Bathelt, Malmberg & Maskell (2004), Florida (2002; 2005; 2008)
rahoitus ja hallinto, paikan investointipäätökset, verojärjestelmät	Cooke & Lazaretti (2008), Comunian, Chapain & Clifton (2010), Markusen (2010; 2013), Musterd & Murie (2010)
instituutiot ja toimijat	Markusen (2010; 2013), Comunian, Chapain & Clifton (2010), Musterd & Murie (2010)
koulutus- ja työharjoittelumahdollisuudet, osaavat tekijät	Markusen (2010; 2013), Florida (2002; 2005; 2008)
verkostot, oppiminen, hiljainen tieto, vuorovaikutus, synergiaedut, sosiaaliset yhteisöt, klusterit	Markusen (2010; 2013), Comunian, Chapain & Clifton (2010), Musterd & Murie (2010), van Heur (2009), Bathelt, Malmberg & Maskell (2004), Hospers (2003), Fleming (2009), Porter (1990; 1998), Marshall (1952)
paikan ja työtilojen edullisuus, suuremmat työtilat kuin kaupungissa	Markusen (2010; 2013)
infrastruktuuri, liikenneinfrastruktuuri, alueen saavutettavuus, alueen pääoma	Comunian, Chapain & Clifton (2010), Musterd & Murie (2010)
markkinat, taiteellisten tuotteiden kulutus, paikallisten varallisuus	Comunian, Chapain & Clifton (2010), Markusen (2010; 2013)
avarakatseisuus, avoimuus, monimuotoisuus	Florida (2002; 2005; 2008), Musterd & Murie (2010)
työvoima, palkka	Musterd & Murie (2010), Markusen (2010; 2013)
elämänlaatu, ilmapiiri, edellytykset perhe-elämälle	Musterd & Murie (2010), Florida (2002; 2005; 2008), Markusen (2010; 2013), White (2010)
toimivat asuntomarkkinat	Musterd & Murie (2010), Florida (2002; 2005; 2008)
eristys	Markusen (2010; 2013)
kauneus, maisemat, luonnon ympäristö	Fleming (2009), White (2010)

### 3.3.4 Luova keskittymä alueen elvyttämisen välineenä

Tämänhetkinen luoviin ja kulttuurikeskittymiin erikoistunut kirjallisuus on huomionnut (Floridan julkaisuja lukuun ottamatta) enemmän suunnitellut keskittymät, kuin paikallisten asukkaiden, taiteilijoiden, kulttuurialojen työntekijöiden ja yrittäjien ruohonjuuritason toiminnasta syntyneet, niin sanotut orgaaniset klusterit. Monissa tutkimuksissa luova talous on ollut lähtökohtana ja niissä on oltu kiinnostuneita keskittymien mahdol-

lisuuksista tuottaa kaupallista toimintaa. Aikaisemmat tutkimukset ovat eritelleet 1) tuotannolliset klusterit ja 2) kulutusorientoituneet viihdekeskukset, jotka liittyvät läheisesti matkailuun ja ravintolapalveluihin. Luovia kortteleita ja luovia keskittymiä tarkasteleva kirjallisuus on auttanut ymmärtämään tuottajien, pääoman, kiinteistöjen ja kuluttajien välistä epävirallista vuorovaikutusta, jotka usein ohjaavat luovia toimialoja. (Stern & Seifert 2010, 263–264.)

Luovien- tai kulttuurikortteleiden kehittäminen on ollut näkyvä osa kaupunkien elvyttämistä ja suunnittelua jo 1980-luvulta lähtien. Kortteleissa on perinteisesti nähty sekoitus luovan teollisuuden tuotantoa ja kulutusta ja tiloina on käytetty uudistettuja rakennuksia. Kirjallisuuden eräs keskeisimpiä teemoja ovat olleet pohdinnat siitä, kuinka saada aikaan onnistunut luova kortteli kaupungissa. Keskustelussa on pohdittu, pitäisikö luovan korttelin saada kasvaa rauhassa vai vaatiiko sen kehitys toimenpiteitä eri tasojen toimijoilta? (Porter & Barber 2007, 1327, 1329.)

Kulttuurialueita voidaan rakentaa joko institutionaalisten toimijoiden ja kaupunkisuunnittelijoiden aloitteesta, mutta myös yksityisten henkilöiden ehdotuksesta. (Cooke & Lazzaretti 2008, 14.) John Montgomery (2003; 2004) on pohtinut, kehittyvätkö keskittymät itsestään, vai tarvitsevatko ne valtiovallan toimenpiteitä ja tukea kehityksen eri vaiheissa. Hänen mukaansa useissa suurissa kaupungeissa on kulttuurikortteleita, jotka vetävät puoleensa taiteilijoita ja yrittäjiä. Kuuluisina esimerkkeinä hän mainitsee Lontoon Sohon, New Yorkin Lower East Siden ja Pariisin vasemman rannan (Montgomery 1995, 135; Montgomery 2003, 293; Rudi.net, ks. myös Cooke & Lazzaretti 2008, 3). Perinteisesti keskittymät ovat kehittyneet ajan kuluessa tai sattumalta, mutta viime aikoina niiden kehittäminen on otettu käyttöön poliittisena mekanismina osana kaupungin elvyttämistä (Montgomery 2003, 294).

Graeme Evans on kansainvälisesti laajassa tutkimuksessaan tunnistanut kuusi tärkeintä interventiotapaa, joilla voidaan vaikuttaa klustereiden syntyyn. Näitä ovat omaisuuteen liittyvä interventio, liiketoiminnan tukipalvelut, tuet ja lainat, verojärjestelmät sekä fyysinen ja pehmeä infrastruktuuri. (Evans 2009b, 1028.) Simon Roodhouse (2006) on koonnut teoksen kulttuurikortteleiden perusteista ja käytännöistä ja hän on käyttänyt teoksessaan esimerkkeinä Englantia, Irlantia ja Itävaltaa. Roodhouse ottaa kantaa julkisen ja yksityisen sektorin rooliin hankkeiden tukemisessa ja rahoittamisessa, mutta hänen johtopäätöksensä mukaan todellisuudessa menestys tulee yhteisön luovista yksilöistä itsestään.

Monessa eurooppalaisessa kaupungissa on viime aikoina alettu vakavasti panostaa erilaisiin projekteihin, jotka tukevat alueen luovan alan osaajia ja klusterien syntymistä (ks. esim. *Create Berlin, Creative Cities, Projekt Zukunft*). Kaupungin omana etuna on nähty kehittyä vetovoimaiseksi kaupungiksi, joka houkuttelee asukkaaksi ja työntekijäksi osaavia yksilöitä (Florida 2002; Florida 2005; Landry 2008). Kulttuuriklusterit ja luovat klusterit ovat siten tärkeässä roolissa rakentaessaan paikallista luovaa taloutta,

houkutellessa paikalle matkailijoita ja lisätessä paikan houkuttelevuutta (Richards 2011, 1232).

Klusterit poikkeavat toisistaan maantieteellisiltä alueiltaan, toimijoiltaan, taloudellisilta resursseiltaan, suunnitelmatavoiltaan ja hallinnoiltaan (Cinti 2008, 70). Kirjallisuudesta löytyy useita eri tapoja luokitella ja vertailla keskittymien välisiä eroja. Kulttuuri- ja luovat keskittymät poikkeavat toisistaan syistä, jotka liittyvät esimerkiksi niiden syntymisen (itse toimijoiden kehittämänä tai poliittisen aloitteen johdosta); sijaintiin (kohde sijaitsevat joko kaupungissa tai maaseudulla); tekijänoikeuksiin; sijainnin aiheuttamiin rajoitteisiin (erilaisia eri toimialoilla) (OECD 2005).

OECD on jakanut kulttuuri- ja luovat alueet viiteen luokkaan joita ovat:

1. Museoihin ja perinteisiin perustuvat alueet, jotka ovat vahvasti kytköksissä turismiin
2. Alueet, jotka ovat seurausta toimialojen maantieteellisestä klusteroitumisesta kyseisellä alueella (esimerkiksi Hollywood)
3. Alueet, jonka tuottajilla on sekä taiteellinen että kaupallinen ulottuvuus
4. Alueet, joilla on tunnustettu erityispiirre tuottaa juuri tätä tuotetta (esimerkiksi Grassen hajuvesikylä Ranskassa)
5. Kaupungeissa ja metropoleissa sijaitsevat suuret kulttuurialueet (OECD 2005, 107–110.)

John Montgomery (Rudi.net) on puolestaan jakanut kulttuurikorttelit neljään kategoriaan, joita ovat:

1. Museotoimintaan perustuvat kulttuurikorttelit
2. Institutionaaliset kulttuurialueet, esim. taidelaitokset
3. Metropoliset kulttuurialueet
4. Kulttuuriteollisuuteen perustuvat alueet

Kaksi ensimmäistä liittyvät kulttuurin ilmaisuun ja kulutukseen, kolmas enemmän kaupunkisuunnitteluun. Neljäs esimerkki on suoraan yhteydessä talouteen, työllisyyteen ja yritysmaailmaan.

Markusen (2006, 1921,1932–1935) on tutkimuksessaan tunnistanut kaupungeissa kolmen eri tyyppin luovaa tilaa joita ovat 1) taidekeskukset, 2) taidarakennukset ja 3) pienemmän mittakaavan tapahtumapaikat. Entisten teollisuusrakennusten käyttämisen taiteilijoiden studioina ja asumispaikkoina ovat usein panneet alulle taiteilijat itse tai voittoa tavoittelemattomat kehittäjät. Taiteilijat elävät ja tekevät työtä toistensa läheisyydessä, samalla kun ideat ja palautteet kiertävät epävirallisissa verkostoissa. Joissakin rakennuksissa on kahviloita ja gallerioita, joissa toimijat voivat kokoontua, puhua työasioista tai esitellä töitä.

Keskittymät voivat joko muodostua hylättyihin teollisuusrakennuksiin, niitä voidaan suunnitella uusia rakennuksia rakentaessa. Vaihtoehtoisesti alueen käyttö ei välttämättä ole tarkalleen rajoitettu. Alueet saattavat muodostua kokonaan taiteen ja kulttuurin akti-

viteeteista, mutta ne voivat myös sisältää vapaa-ajan ja viihteen piirteitä, jotka voivat saada myös eri muotoja tuottamisen ja kuluttamisen välillä. Näitä voivat olla esimerkiksi teatterit, kuvataiteet, musiikki, media, kahvilat, ravintolat, liikunta ja hyvinvointi. (Cinti 2008, 89.)

Erilaisten luovien hankkeiden onnistumisen edellytyksenä ovat eri tason luovat kumppanuudet. Yksityinen sektori on monesti hyvä saamaan asioita nopeasti aikaiseksi, vapaaehtoissektori tuo esille paikallista näkökulmaa ja kommunikoi itse käyttäjien kanssa. Julkisen sektorin tärkein rooli on yleisnäkökulman ylläpito ja yhteistyön tavoitteiden saavuttamisen takaaminen. (Landry & Bianchini 1998, 49.)

Ann Markusenin ja Anne Gadwan *Creative Placemaking* vuodelta 2010 tutki useaa eri esimerkkitapausta Yhdysvalloissa, joissa taide, kulttuuri ja luovuus olivat onnistuneesti sulautettuja kaupungin tai alueen strategiaan. Tutkimus korostaa eri partnereiden merkitystä. Näissä hankkeissa julkiset, yksityiset, voittoa tavoittelemattomat tahot ja yhteisöt muokkaavat strategisesti kaupunkia tai aluetta siten, että taide ja kulttuuri ovat tärkeässä roolissa. Onnistuneissa hankkeissa julkiset ja yksityiset tilat saadaan elävämmiksi, paikallisten yritysten kannattavuus paranee ja erilaisten ihmisten välille muodostuu yhteistyötä. Haasteet voivat liittyä esimerkiksi kumppaneiden löytämiseen, rahoitukseen, yhteisön motivoimiseen, sääntelyjen purkamiseen, hankkeen kestävyuden ylläpitoon ja oikeanlaisen mittariston kehittämiseen. (Markusen & Gadwa 2010, 3, 5.)

Suunnittelijoille on yleensä ollut helpompaa ajatella fyysisten rakenteiden, kuten maanteiden ja parkkipaikkojen uudistamista, kuin pehmeää infrastruktuuria. Vapaaehtoisten organisaatioiden rooli voidaan nähdä tärkeänä sosiaalisten verkostojen, sosiaalisten innovaatioiden ja oman naapuruston yhteisön kehittämisessä. (Landry & Bianchini 1998, 21.)

Aiemmin mainittu Evans (2009) on pohtinut kulttuurikorttelien ja luovien korttelien ulottuvuuksia perustuen niiden taloudellisiin, sosiaalisiin ja kulttuurisiin erityispiirteisiin taulukon 6 mukaisesti. Evansin mallissa on erotettu kulttuurikortteli ja luova kortteli toisistaan.

Taulukko 6 Kulttuurikorttelin rationaliteetit (Lähde: Evans 2009)

Perussyyt	Kulttuurikortteli (engl. Cultural Quarter)	Luovan talouden kortteli (engl. Creative Industry Quarter)
<b>Taloudellinen</b>	Paikallistalouden kehittäminen Vierailutalous Brändääminen Kaavoitus Kulttuuri ja elvyttäminen	Kaupunkialueen taloudellinen kehittäminen Tietotalous Luova matkailu Tuotantoketju Innovaatioiden heijastusvaikutukset
<b>Sosiaalinen</b>	Identiteetti Erityiskäyttö Etninen kortteli	Tilojen sekakäyttö ja hallinta Monimuotoisuus Kaupungin designin laatu
<b>Kulttuurinen</b>	Historian säilyttäminen Konservointi, käsityötaidot Festivaalit Kulttuurikaupunki	Luovuus Design ja arkkitehtuuri Esittelyt/ Messut Luova kaupunki

Kulttuurikorttelille on tyypillistä paikalliskohteen kehittäminen paikan oman brändin avulla. Niissä arvostetaan historiaa ja konservointia ja ne toimivat kaupungin festivaali- ja kulttuurikeskuksina. Luoville kortteleille on sen sijaan ominaista niiden moninainen käyttö ja rakennusten urbaani suunnittelu. Luovat korttelit tuottavat uusia palveluja, tuotteita ja innovaatioita. Kulttuurikorttelin ja luovan korttelin piirteet eivät kuitenkaan sulje pois toisiaan. (Sihvonen 2011, 8.)

Menestyneessä kulttuurikorttelissa on ainutlaatuinen yhdistelmä näiden kolmen ominaisuuksista ja kortteli ei voi toimia jos yksi osa-alue ei ole kunnossa. Niissä panostetaan siihen, missä ne ovat hyviä, mutta on myös oltava joustava ja kykenevä mukautumaan muutoksiin sekä omaksumaan uusia ideoita ja tapoja tehdä asioita (Montgomery 2003, 302.)

Oleellisia edellytyksiä keskittymälle ovat monipuoliset kulttuuriaktiviteetit, jotka liittyvät kulttuurin tuottamiseen, mutta myös kuluttamiseen. Lisäksi alueella pitäisi olla tarjota tapahtumapaikkoja, jotka kannustavat ihmisiä aktiivisempaan katuelämään. Esiintymistilojen lisäksi paikoilla pitäisi olla harjoitustilat ja gallerioita jotka ovat auki päivisin ja iltaisin. (Montgomery 2003, 296.)

Montgomeryn mukaan toinen tärkeä edellytys kulttuurikorttelin toimivuudelle on myös vahva iltaelämä palveluineen (*engl. evening economy*), jolloin korttelissa on tapahtumia vuorokauden eri aikoina. (Montgomery 2003, 297.) Pääsääntöisesti kaikista vilkkaimmat ja mielenkiintoisimmat kulttuurikorttelit sisältävät useita pieniä yrityksiä jotka käyvät kauppaa asiakkaiden ja muiden yritysten kanssa. Onnistuneessa kulttuurikorttelissa on monipuolisesti pienten ja keskisuurten yritysten muodostamia verkostoja. (Montgomery 2003, 297.)

Tarkastellessaan keskittymien kehityksen seurauksia Mommaas (2004, 517–525) on löytänyt viisi johtopäätöstä joihin keskittymien kehittäminen voi johtaa, joita ovat:

- Paikan identiteetin, vetovoiman ja markkina-aseman vahvistuminen
- Taiteen ja kulttuurin yrittäjyysnäkökulman kannustaminen
- Innovaation ja luovuuden kannustaminen
- Uusien käyttötarkoitusten löytäminen vanhoille rakennuksille ja teollisuus-alueille
- Kulttuurin monimuotoisuuden ja kulttuurin demokratian edistäminen

Taiteilijoiden ja kulttuurituottajien läsnäolo voi auttaa alueita palauttamaan menetetyn elinvoimansa, kehittämään myönteistä imagoa ja luomaan työllisyyttä. Toisaalta riskinä on, että taiteilijoiden muodikkaiksi tekemät alueet kasvavat niin arvokkaiksi, että taiteilijoilla ei itsellään ole varaa enää asua siellä. (Landry & Bianchini 1998, 44.)

Kirjallisuuden perusteella voidaan sanoa, että kulttuuri- tai luovien keskittymien kehittäminen tuo alueille taloudellista hyötyä. Koska paikat poikkeavat toisistaan niin monella eri tavalla, on mahdotonta löytää yhtä oikeaa tapaa tai sääntöä, joka sopisi kaikkien keskittymien rakentamiseen. Seuraava luku esittelee tutkimuksen kohteena olevan maaseudulla sijaitsevan luovan keskittymän, joka on rakentunut vanhalle teollisuusalueelle. Vaikka Fiskarsin taajama sijaitseekin maaseudulla ja kohtuullisen kaukana suuremmista kaupungeista, sen toimijat eivät ole pelkästään eristyksissä, vaan eri ammattikuntien välillä on muodostunut aktiivista toimintaa. Täten toimintaympäristöstä voidaan tutkimuksen kuluessa tunnistaa myös paljon pienelle kaupungille tyypillisiä piirteitä.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 4.1 Tutkimuksen kohde: Fiskarsin ruukin luova keskittymä

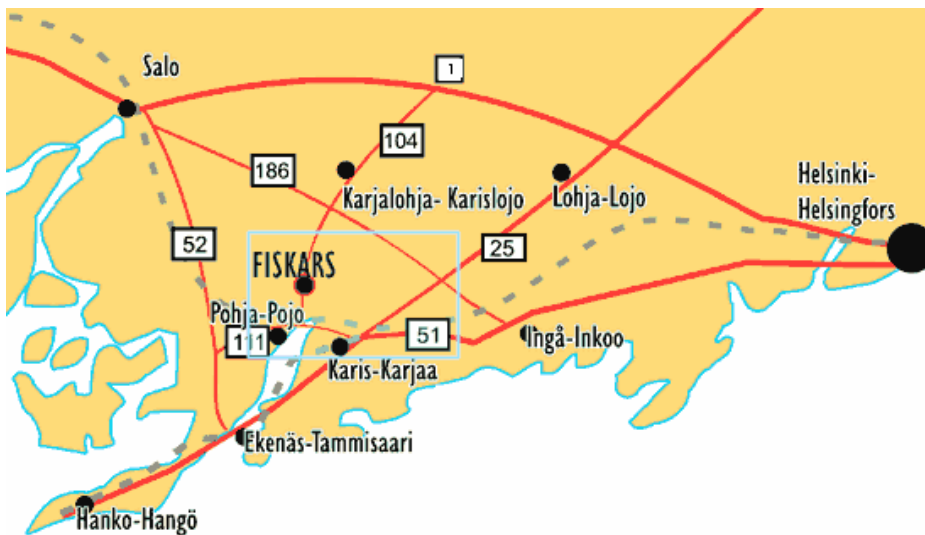
#### 4.1.1 Perustietoja kohteesta

Fiskars on valittu tutkimuksen empiiriseksi tutkimuskohteeksi, koska se on sekä luovien toimijoiden keskus että suosittu matkailukohde. Monille suomalaisille nimi Fiskars tuo ensimmäisenä mieleen Fiskars-nimisen yrityksen, jonka tunnetuimpiin tuotteisiin kuuluvat sen oranssit keittiösakset. Fiskarsin ruukki on Suomen vanhimman yrityksen, Fiskarsin koti ja nykyään se tunnetaan myös kotimaisen taiteen ja muotoilun keskuksena. Tällä perusteella kirjallisuuden käyttämä termi luova keskittymä sopii hyvin Fiskarsiin.

Fiskarsin kylä sijaitsee Länsi-Uudellamaalla, Raaseporin kaupungissa (Kuvio 2). Pääkaupunki Helsinki on noin 100 kilometrin päässä lännessä (Fiskars Villagen verkkosivut: Sijainti). Fiskarsin kylä on taajama, joka kuuluu Raaseporin kaupunkiin. Suomessa taajamassa on oltava vähintään 200 asukasta ja se voi sijaita useamman kuin yhden kunnan alueella. (Tilastokeskus verkkosivut.) Raasepori yhdistyi 1.1.2009 kahdesta eri kaupungista: Tammisaaresta ja Karjaasta sekä Pohjan kunnasta Väestöstä 65,5 % puhuu ruotsia äidinkielenään, 30,9 % on suomenkielisiä ja 3,5 % muita. (Raaseporin verkkosivut.) Fiskarsissa ruotsinkielisten osuus on kuitenkin suomenkieltä puhuvia alhaisempi, alle 20 %. Uudet asukkaat ovat myös Suomen keskimääräistä ikää nuorempia. (Kulvik & Siltavuori 2009, 87.) Alla olevista kartoista (Kuviot 2 ja 3) näkee tarkemmin kohteen sijainnin. Fiskarsin ja Raaseporin tietoja on listattu niitä ennen olevaan taulukkoon 7.

Taulukko 7 Raaseporin ja Fiskarsin perustiedot 2012 (Lähde: Tilastokeskus)

	<b>Raasepori</b>	<b>Fiskars</b>
<b>Väkiluku</b>	28 829	446
<b>Miehiä</b>	14 170	228
<b>Naisia</b>	14 659	218
<b>Maapinta-ala km<sup>2</sup></b>	1148 km <sup>2</sup>	2,32 km <sup>2</sup>
<b>Väestötiheys</b>	25,11 henkeä/km <sup>2</sup>	192,2 henkeä/km <sup>2</sup>



Kuvio 2 Fiskarsin sijainti Länsi-Uudellamaalla (Lähde: Fiskars Villagen verkkosivut)



Kuvio 3 Rakennuskartta (Lähde: rakennuskartta Fiskars Villagen verkkosivut)

Kuviossa 3 on Fiskarsin markkinointimateriaaleissa esitetty piirroskartta, joka havainnollistaa hyvin kylän toimintojen sijainnin ja sisällön. Verkkosivuilla toiminnot on jaettu viiteen ryhmään jotka ovat 1) pajat ja myymälät, 2) ravintolat ja juhlatilat, 3) majoitus, 4) aktiviteetit ja 5) muut. Liitteissä (Liite 3) on lueteltu tarkemmin kaikki kartalta löytyvät toimijat ja niiden sijainti kartalla.

#### 4.1.2 Ruukin historiaa

Rautateollisuus vakiintui Pohjan alueelle jo 1600-luvulla, jolloin Suomi oli vielä Ruotsin vallan alaisuudessa. Alueella oli paljon vesivoimaa, sekä monipuolista metsää, joita tarvittiin puuhiilen tuotannossa. Myös Pohjankurun satama sijaitsi tarpeeksi lähellä. Pohjasta tuli Suomen rautateollisuuden kehto, kun ruukkialue perustettiin lähellä sijaitsevaan Antskogin kylään (suom. Ansku) vuonna 1630. Billnäsin ja Fiskarsin ruukkien

perustaminen seurasivat vuosina 1641 ja 1649. Lisäksi Mustioon rakennettiin ruukki vuonna 1616 ja Fagervikiin vuonna 1646. (Kulvik & Siltavuori 2009, 8-9.)

Fiskarsin ruukin perustaja hollantilainen Peter Thorwöste saapui Hollannista Tukholman kautta Turkuun. Hän sai vuonna 1649 oikeudet valmistaa valettuja ja taottuja tuotteita, lukuun ottamatta tykkejä. Thorwöste perusti Fiskarsiin myös masuunin ja kankivasaran. Fiskarsin rautatehtaan käyttämä malmi tuli lähinnä Utön kaivoksista. Fiskarsissa tehtiin nauvoja, rautalankaa, veitsiä, kuokkia ja pyöriä. Tehdyt tuotteet kuljetettiin Pohjankurun satamasta Tukholmaan ja muihin Suomenlahden maakuntiin. Suurin osa kankiraudasta vietiin Tukholmaan. Fiskarsin ruukki tarvitsi toimiakseen osaavaa työvoimaa ja se houkutteli alueelle myös ulkomaalaisia. On raportoitu, että ruukissa työskenteli työvoimaa myös Ruotsista, Saksasta ja Alankomaista. (Kulvik & Siltavuori 2009, 10–12, 18–19.)

Vuonna 1731 John Montgomerie osti ruukin. Vuonna 1750 ruukki myytiin Ruotsista tulleille Finlaylle ja Jenningsenille. Finlay laajensi ruukin toimintaa myös kupariin. Finlayn mentyä konkurssiin, uusi omistaja Björkman osti Fiskarsin ja Antskogin ruukit. Björkman ei itse muuttanut Suomeen, mutta hänen vanhin poikansa Bengt Magnus johti Fiskarsin, Antskogin ja Kosken ruukkeja. Ruukki myytiin jälleen vuonna 1822, jolloin turkulainen apteekkari Johan Jacob Julin osti sen. Julinin aikana Fiskarsin tuotanto siirtyi raudan jalostukseen ja hänen aikansa sanotaan olevan tärkeimpiä ruukin historiassa, jolloin teollinen ja taloudellinen kehitys kiihtyivät Euroopassa. Julin perusti alueelle myös koulun ja sairaalan, lisäksi hän paransi alueen maataloutta ja metsänhoitoa. Hänen elinaikanaan kehitettiin myös erilaisia hevospöytäisiä auroja, joita myytiin yli miljoona. (Kulvik & Siltavuori 2009, 21–22, 24, 27–28, 35.)

Julinin kuoleman jälkeen vuonna 1853 ruukki oli hetken holhoojahallinnon alla, kunnes vuonna 1883 perustettu Fiskarsin osakeyhtiö otti ruukin hallintaansa. 1900-luvulla ruukki menestyi Venäjältä tulleiden tilausten myötä. Sotien aikana toiminta laajeni ja modernisoitui. Lama-ajat toivat kuitenkin myös haasteita toiminnalle. Fiskars sai myös paljon tilauksia sotakorvauksien johdosta. (Kulvik & Siltavuori 2009, 35–36, 39–40, 43.)

Fiskarsin ensimmäiset oranssit sakset kehitettiin vuonna 1967. Pian tuotanto siirtyi läheiseen Billnäsin ruukin suurempiin tiloihin. Fiskars kehitti tuotteitaan edelleen ja vuoteen 2000 mennessä yhtiö saavutti asemansa kansainvälisenä yrityksenä. Nykyään kaksi kolmasosaa Fiskarsin työntekijöistä on ulkomailla ja 90 % myynnistä tulee Suomen ulkopuolelta. Fiskarsin liiketoiminta-alueet jaottuvat kotiin, ulkoiluun ja puutarhaan. (Kulvik & Siltavuori 2009, 45–46.)

### 4.1.3 *Taiteilijat saapuvat ruukkiin*

Tänä päivänä Fiskarsin kylä on vakiinnuttanut roolinsa suosittuna matkailukohteena, joka tarjoaa perintöympäristön lisäksi erilaisia palveluja ja nähtävyyksiä. Kesällä näyttelyihin tulee vierailijoita eri puolilta maata, mutta myös ulkomailta. Kylä on taiteilijoiden, käsityöläisten ja muotoilijoiden yhteisö ja se on onnistunut pitämään yllä ainutlaatuisuutensa. Vanhoja rakennuksia alettiin uusiokäyttää, koska ne eivät soveltuneet enää nykyisten suurien tilausten toteuttamiseen. Kylän yhteisö oli kohdannut muillekin teollisuuskeskuksille tyypillisen ongelman: ihmiset alkoivat muuttaa muualle, talot jäivät tyhjiksi ja palvelut vähenivät. Lopulta alueen vetovoimainen ympäristö, historia ja perinteet voittivat. Vaikka Fiskarsissa on paljon samaa kuin muissakin vanhoissa teollisuuden keskuksissa, sitä ympäröi ainutlaatuinen luonto. (Kulvik & Siltavuori 2009, 83–84.) Lisäksi Fiskars on kuuluisa kauniista arkkitehtuuristaan. Sen rakennukset ovat peräisin 1800- ja 1900-luvulta. (Fiskars Villagen verkkosivut: Kulttuuri.)

Fiskarsin Ingmar Lindberg oli vastuussa projektista, jossa teollisuuskeskuksen tiloille suunniteltiin uutta elämää. Yritys Fiskars omistaa alueen rakennukset ja maat, joten projektia oli helpompi hallita, kuin esimerkiksi jos samankaltaisella alueella olisi ollut yli 100 eri omistajaa. 1990-luvun alussa puuseppä Kari Virtanen oli eräs ensimmäisistä Fiskarsiin tulleista yrittäjistä, jota seurasi pian 15 uutta tulijaa. Nykypäivänä Fiskarsiin olisi enemmän tulijoita kuin mitä sinne mahtuisi. Fiskars yritys on mukana kehittämässä toimintaa, jonka avulla alueelle saadaan uusia rakennuksia. (Kulvik & Siltavuori 2009, 84–85.)

Fiskars konserniin kuuluva Fiskarsin Kiinteistöt omistaa ruukkialueen, joka koostuu yhteensä 15 000 hehtaarin maa-alueesta ja 3700 hehtaarin vesialueesta. Fiskars Kiinteistöt korostaa kestävään käyttöön perustuvaa metsänhoitoa. Fiskarsin Kiinteistöt on myös tärkeässä roolissa Raaseporin alueen kehittämisessä. Viimeaikoina Fiskarsin alueelle on kaavoitettu 140 uutta tonttia. (Fiskarsin Yhtiön verkkosivut: Fiskarsin ruukki.)

Käsityöläisten, muotoilijoiden ja taiteilijoiden muutto alueelle on myös vaikuttanut alueen työllisyyteen. Itse Fiskarsin yritys toimii Billnäsissä, mutta sen rooli on edelleen tärkeä Fiskarsin alueella, koska se omistaa ja hallinnoi alueen rakennuksia. Ensimmäinen näyttely Fiskarsissa pidettiin vuonna 1994, jonka jälkeen alueen maine taidekeskukseksi on kasvanut tasaisesti. Muuta toimintaa pidetään yllä ympäri vuoden, mutta kesä on edelleen vilkkainta aikaa vierailijoille. Kylä on myös kansainvälisesti aktiivinen, sillä se majoittaa ulkomailta vierailevia taiteilijoita taideresidenssissään. Osa Fiskarsin toimijoista on ollut mukana näyttelyissä eri puolilla maailmaa. (Kulvik & Siltavuori 2009, 87–88, 90.)

Erittäin tärkeässä roolissa kylän toiminnan eheyttäjänä on ollut Fiskarsin käsityöläisten, muotoilijoiden ja taiteilijoiden osuuskunta Onoma, joka perustettiin vuonna 1996. Osuuskunta on kasvanut tasaisesti, ja siinä on vuonna 2014 121 jäsentä, jotka lähes

kaikki työskentelevät taiteen, käsityön ja muotoilun aloilla. Suurimmat ammattiryhmät ovat puusepät, keraamikot, teolliset muotoilijat ja taiteilijat. Osuuskunnan tärkeimpänä tehtävä on edistää sen jäsenien elinkeinon harjoittamista. Osuuskunta myy jäsenien tuotteita ja järjestää näyttelyitä. (Onoman verkkosivut: Osuuskunta.) Näyttelyt ovat osuuskunnan näkyvin toiminnan muoto. Niitä on tähän mennessä järjestetty yli 50. Nykyään vuosittain niissä käy noin 25 000 vierailijaa. (Onoman verkkosivut: Näyttelyt.) Itse Fiskarsin ruukissa kävijämäärä on vielä suurempi, noin 150 000 kävijää vuodessa (Fiskarsin Yhtiön verkkosivut: Fiskarsin ruukki).

Vuonna 2014 Fiskarsin kylä viettää 365-vuotissyntymäpäiviään. Juhlavuoden aikana kylässä järjestetään Fiskars 365-näyttelyn lisäksi useita erilaisia tapahtumia, kuten näyttelyitä, markkinoita, messuja ja luontotapahtumia. Fiskars pyrkii ylläpitämään kävijämääräänsä järjestämällä aktiivisesti tapahtumia ympäri vuoden. (Fiskars Villagen verkkosivut: Etusivu.) Fiskarsin tapahtumia markkinoi FiskarsInfo, jonka omistaa Fiskars Oyj Abp. Fiskars Villagen verkkosivuja päivittävät FiskarsInfo ja Fiskars Oyj Abp yhdessä. (Fiskars Villagen verkkosivut: Tietoa meistä.)

Fiskarsin luova keskus on muodostunut alun perin suuren päättävän tahon tietoisesta toiminnasta, jolloin alueelle on alettu houkutella taiteilijoita ja käsityöläisiä edullisten asuntojen avulla. Nykypäivänä Fiskarsin erilaiset verkostot, aktiivinen toimijoiden välinen yhteistyö ja etenkin osuuskunta Onoma ovat todisteita myös luovien toimijoiden ruohonjuuritason toiminnan merkitystä. Fiskars on voinut muodostua taiteen ja käsityön kehdeksi, koska alueen tonttien omistajana on ollut yksi taho (yritys Fiskars), jolla on ollut valtaa ja rahaa päättää asuntojen ja työtilojen tarjoamisesta taiteilijoiden käyttöön. Fiskarsin ruukkihistoriassa myös korostuu, kuinka tärkeää on ollut alueen käsityön perinne, jota on haluttu pitää elinvoimaisena myös nykypäivänä. Huomionarvoista on, että historiikki jättää kertomatta miksi nähtiin kannattavana houkutella alueelle juuri taiteen, käsityöiden ja muotoilun osaajia.

## **4.2 Tutkimusmenetelmät**

### **4.2.1 *Kvalitatiivinen tapaustutkimus***

Tutkimuksen luonteesta johtuen tämän tutkimuksen menetelmäksi on valittu kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Laadullinen tutkimus sopii tähän tutkimukseen, koska sen avulla voi hakea vastauksia laadullisiin kysymyksiin tutkimalla sosiaalisia ympäristöjä ja niissä olevia yksilöitä. Tässä tutkimuksessa tutkija on kiinnostunut selvittämään, kuinka Fiskarsin toimijat järjestäytyvät kyseessä olevaan kontekstiin ja kuinka he käsittelevät ympäristöään symbolien, rituaalien, sosiaalisten rakenteiden ja roolien kautta.

Laadullinen menetelmä antaa keinon päästä ymmärtämään määrittelemättömiä ja ennalta tunnistamattomia faktoja ihmisistä, joita tutkija havainnoi tai joiden kanssa hän keskustelee. Menetelmien avulla on pyritty ymmärtämään, kuinka ihmiset antavat merkityksiä jokapäiväisessä elämässä ja kuinka tutkittavat ihmiset oppivat ja käsittävät itsensä ja muut. (Berg 2004, 7; Silverman 2000.)

Laadullisen tutkimuksen aineisto perustuu melko pieneen tapausmäärään. Tutkimus ei pyri tilastollisiin yleistyksiin, vaan sen sijaan kuvaamaan jotakin tapahtumaa, ymmärtämään jotain toimintaa tai antamaan teoreettinen tulkinta jostakin ilmiöstä. Aineiston koolle ei ole sääntöä, eikä se vaikuta välittömästi tutkimuksen onnistumiseen. Aineistoa tarvitaan tutkijan apuna, jotta voidaan ymmärtää tutkittavaa ilmiötä rakentamalla aineistosta teoreettisesti kestäviä näkökulmia. (Eskola & Suoranta 1998, 61–62.)

Tässä tutkimuksessa laadullisen tutkimuksen valinta on perusteltua, koska tutkimuksen avulla on pyritty ymmärtämään luovien toimijoiden arkea ja löytämään teoreettisia tulkintoja haastateltavien suhteesta liiketoimintaan sekä toimintaympäristöönsä. Laadullisen tutkimuksen aineisto on kerätty itse, koska sitä ei ennen tutkimuksen aloittamista ollut olemassa vaadittavassa muodossa.

Laadullisessa tutkimuksessa tutkijalla ei välttämättä ole ennako-olettamuksia tutkimuskohteesta tai sen tuloksista. Tätä kutsutaan hypoteesittomuudeksi. Tutkijalla saattaa kuitenkin olla oletuksia, jotka perustuvat aikaisempiin kokemuksiin, mutta niistä ei silti muodosteta asetelmia, jotka rajaisivat tutkimuksellisia toimenpiteitä. Sen sijaan tutkijalla voi olla käytössään ”työhypoteeseja” eli arvauksia, mitä analyysi saattaa paljastaa. Aineistojen avulla tutkija löytää uusia näkökulmia, oppii uutta, eikä pelkästään tuo toteen alun perin epäilemäänsä. (Eskola & Suoranta 1998, 19–20.) Tämän tutkimuksen työhypoteeseina olivat esimerkiksi oletukset siitä, että luovat toimijat eivät ajattele toimintaansa lähtökohtaisesti liiketoiminnan kannalta, mutta työhypoteesi oletti myös, että eroja löytyisi eri toimialojen välillä. Lisäksi työhypoteesi oletti, että luovien toimijoiden väliltä voisi tunnistaa erilaisia tyypejä tai ryhmiä, jotka jakaisivat samat ominaisuudet.

Monet laadulliset tutkimukset hyödyntävät *case-* eli *tapaustutkimusta*. Keskittymällä yhtenäiseen ilmiöön, yksilöön, yhteisöön tai laitokseen, tutkija pyrkii löytämään merkittävien tekijöiden vuorovaikutusta, jotka ovat ominaisia kyseessä olevalle tapaukselle. Tapaustutkimukset ovat usein käytössä esimerkiksi oikeustieteellisessä ja liiketalouden tutkimuksissa, jotta tutkimuksen aikana voidaan yhdistää tutkimukset ja käytäntö. (Berg 2004, 251–252.) Tapaustutkimuksessa tutkimusmateriaali tulee yhdestä tai useammasta esimerkkitapauksesta, eikä niitä yleensä ole valittu satunnaisesti. Siksi tutkimusta ei voida yleistää samalla tavalla kuin esimerkiksi kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Silverman 2000, 102.) Tapauksen kohteeksi voidaan valita joko mahdollisimman tyypillinen ja edustava tapaus tai vaihtoehtoisesti jonkinlainen rajatapaus tai poikkeuksellinen kohde (Eskola & Suoranta 1998, 65).

Tässä tutkimuksessa kohteeksi on valittu Fiskarsin ruukki, koska se edustaa suomalaisittain ainutlaatuisen edistyksellistä ja tunnettua luovan toiminnan keskusta, jota on pidetty myös esimerkkinä muita luovia keskuksia suunniteltaessa niin kotimaassa kuin ulkomaillakin (esim. haastateltava Alfaan mukaan). Fiskarsin valitsemista kohteeksi voidaan perustella myös sillä, että sen yrittäjäkunta on varsin suuri ja monimuotoinen. Koska kohde sijaitsee syrjässä suurista kaupungeista, on mielenkiintoista nähdä, kuinka sijainti vanhassa ruukissa vaikuttaa toimijoiden kokemuksiin ja merkityksiin, jotka he antavat sijainnille.

#### 4.2.2 Menetelmänä teemahaastattelu

Haastattelun valitseminen tämän tutkimuksen metodiksi on perusteltua, koska sen avulla on voitu ymmärtää paremmin haastateltavien ihmisten kokemuksia. (Silverman 2000, 89–90.) Metodina haastattelu sopi tutkijan mielestä hyvin tutkimuksen tekijälle, joka nauttii keskustelusta, eikä jännitä liikaa sosiaalisia tilanteita ja uusien ihmisten tapaaamista.

Haastattelun tavoitteena on selvittää, mitä kullakin tutkimuksen haastateltavalla on mielessään. Haastattelua voidaan sanoa keskusteluksi, jota tutkija ohjaa. Haastattelussa ovat vuorovaikutuksessa sekä haastattelija että haastateltava. (Eskola & Suoranta 1998, 86.) Haastattelu on usein ainoa keino kerätä tulkintoja ja merkityksiä, joita ihmiset antavat asioille. Eräissä tapauksissa haastattelun haittana on kuitenkin niiden tarjoama epäsuora tieto, sillä haastattelussa käsitys perustuu vastaajan kokemukseen, ei itse asiaan. (Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005, 106–107.)

Tässä tutkimuksessa on valittu tutkimusmenetelmäksi haastattelu, koska se on tehokas tapa kerätä yrityksiä koskevia kokemuksia ja ajatuksia. Haastattelun valintaa perustelee myös se, että haluttavaa tietoa yrityksistä ei ole voinut selvittää esimerkiksi niiden internet-sivujen kautta, vaan tiedonsaanti on edellyttänyt henkilökohtaista keskustelua itse toimijoiden kanssa.

Haastattelut voidaan jakaa *strukturoiduun*, *puolistrukturoiduun* ja *avoimeen haastatteluun* (engl. *standardized*, *semistandardized*, *unstandardized*). (Berg 2004, 78–79; Eskola & Suoranta 1998, 87.) Tässä tutkimuksessa on hyödynnetty puolistrukturoidua haastattelua. Puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelun kysymykset on valittu etukäteen ja ne on kysytty kaikilta haastateltavilta samassa järjestyksessä. Haastattelun sanamuodot on valittu siten, että haastateltavat ovat voineet ymmärtää ne. Haastattelijan on lähestyttävä aihetta haastateltavan näkökulmasta. Haastateltava saa vastata kysymyksiin omin sanoin. (Berg 2004, 80–81; Eskola & Suoranta 1998, 87.)

Tässä tutkimuksessa on käytetty metodina puolistrukturoidua haastattelua, koska kysymykset ovat olleet kaikille haastateltaville samoja, mutta niiden aihepiirien hahmot-

tamiseen on hyödynnetty *teemahaastattelun* muotoa. Eskolan ja Suorannan (1998, 87) mukaan teemahaastattelussa kysymykset eivät ole yhtä tarkassa muodossa ja järjestyksessä kuin strukturoidussa haastattelussa. Haastattelijan on pidettävä huolta, että kaikki haastattelussa mukana olevat teemat käydään läpi jokaisen haastateltavan kanssa, mutta niihin käytetty aika ja laajuus voivat vaihdella haastattelusta toiseen. Haastattelijalla voi olla käytössä tukilista teemoista. (Eskola & Suoranta 1998, 87.)

Teemahaastattelua voidaan pitää käytetyimpänä kvalitatiivisen aineiston keruun menetelmänä yhteiskunta- ja liiketaloustieteissä ja sen merkitys on korostunut 1980-luvulta lähtien (Koskinen ym. 2005, 105).

Teemahaastattelussa *haastattelurungolla* on kaksi päätehtävää. Se antaa haastattelulle hahmon ja vahvistaa, että tutkija esittää kaikki tarvittavat kysymykset. Runko auttaa haastattelijaa myös muistamaan paremmin, mitä asioita on jo käsitelty ja mitä pitää kysyä seuraavaksi. Se estää myös haastattelua kulkemasta liian nopeasti. Kysymyksiä ei yleensä pysty järjestämään teorian mukaisesti, mutta niiden rooli on myöhemmin tuottaa informaatio, jota voidaan tulkita teorian avulla. (Koskinen ym. 2005, 108–109.)

Teemahaastattelun suosiota on perusteltu sen avoimuudella ja jäsentyneisyydellä. Niissä vastaaja pääsee puhumaan melko vapaamuotoisesti, joten kerätty materiaali edustaa silloin hyvin vastaajien puhetta. Toiseksi teemojen käyttö takaa sen, että jokaisen haastateltavan kanssa tulee puhutuksi samoista asioista ja ne muodostavat konkreettisen kehyksen joka auttaa haastatteluaineiston käsittelyä. On kuitenkin muistettava, että teemahaastattelu luo haastattelulle tiukemmat rajat, kuin avoin haastattelu. (Eskola & Suoranta 1998, 88–89.)

Teemahaastattelun hyödyntäminen on valittu tähän tutkimukseen, koska se seuraa loogisesti tutkimuksen teorian osa-alueita, antamalla kuitenkin jokaisen haastateltavan käyttää heille itselleen sopivan ajan kuhunkin osa-alueeseen. Puolistrukturoidut haastattelukysymykset on lähetetty haastateltaville sähköpostitse haastattelua edeltävällä viikolla, jotta he ovat halutessaan voineet tutustua niihin etukäteen. Jokainen haastattelu oli luonteeltaan ja kestoaltaan hyvin erilainen ja joidenkin kohdalla puolistrukturoitu haastattelu sai enemmän avoimen haastattelun piirteitä.

Haastatteluista noin puolet seurasi melko tarkasti haastattelurungon järjestystä, loput saivat myös avoimen haastattelun piirteitä, sillä haastateltavat olivat valmiita antamaan näkökulmia, kokemuksia ja mielipiteitä vapaamassa muodossa myös haastattelurungon ulkopuolelta. Haastattelijan ja haastateltavan suhde kaikissa haastatteluissa oli tuttavallinen ja tutkijan tuntemuksien mukaan haastateltavat antoivat mielellään aikaansa tutkimukseen.

Tutkimusta varten kaikilta (yhtä lukuun ottamatta) haastateltavilta kysyttiin samoja kysymyksiä (ks. Liite 1), mutta niitä muokattiin hieman sen mukaan, että ne olivat oleellisia kyseessä olevan haastateltavan ammatin näkökulmasta. Yhdelle haastateltavalle (haastateltava Kappa) käytettiin erilaista haastattelupohjaa, koska hän oli mukana

kylässä tapahtuvassa tukitoiminnossa (ks. Liite 2). Tutkimuksen kannalta olisi ollut ihanteellista saada useampi tukitoimintoihin keskittyvä taho haastatteluun, mutta tähän tutkimukseen saatiin vain yksi osallistuja.

Yksi haastatteluista (Beeta) suoritettiin puhelimitse aikataulujen yhteensopimattomuuden vuoksi. Koska tutkimuksen luonteen mukaista oli tehdä haastattelut paikan päällä, puhelinhaastatteluihin suostuttiin ainoastaan silloin, kuin muu tapa haastatella ei ollut mahdollinen. Myös puhelinhaastatteluissa käytettiin samaa haastattelupohjaa, kuin muihinkin haastatteluihin (ks. Liite 1). Tässä tutkimuksessa puhelinhaastattelu osoittautui nopeaksi haastattelutavaksi, mutta sitä pyrittiin välttämään. Puhelinhaastattelujen heikkous on niistä puuttuva kehonkieli, mutta etuina on esimerkiksi se, ettei haastattelu ole sidottu yhteen paikkaan. Puhelinhaastattelut onnistuvat parhaiten, kun haastattelijalla on joko strukturoitu tai puolistrukturoitu haastattelu. (Berg 2004, 93.) Puhelinhaastattelujen suosio on ollut kasvussa, koska se on nopea ja halpa toteuttaa (Wilson & Sapsford 2006, 93). Tutkijan mielestä tässä tutkimuksessa puhelinhaastattelun avulla ei päästy yhtä syvälliseen ja luottavaiseen keskusteluun, kuin kasvotusten haastattelussa. Se toi joka tapauksessa esille tutkimuksen kannalta tärkeää tietoa, jota voitiin hyödyntää.

### 4.3 Tutkimuksen kulku

Tutkimuksen kohde oli tutkijalle tiedossa syyskuusta 2013 asti. Silloin lähetettiin alustava sähköposti Fiskars Infoon ja kysyttiin mahdollisia vinkkejä tutkimuksen toteuttamiseksi. Koska tutkimus ei saanut Fiskarsilta erityisiä ehdotuksia, tutkija otti itse yhteyttä haastateltaviin tammikuussa 2014. Haastatteluja varten etsittiin Fiskars Villagen verkkosivuilta kaikki luovat toimijat (sivun otsikoista: pajat ja myymälät sekä aktiviteetit ja muut), joilta saatiin yhteystieto joko suoraan sivun kautta tai toimijan oman verkkosivun kautta. Loput toimijat löydettiin osuuskunnan verkkosivuilta, mutta läheskään kaikilla ei ollut esillä yhteystietoja (puhelinnumeroa tai sähköpostia). Fiskarsin osuuskunnan Onoman jäseniä tavoiteltiin lähettämällä osuuskunnan yhteiseen sähköpostiin viesti, jonka osuuskunnan puheenjohtaja lähetti eteenpäin kaikille jäsenille. Kohderyhmän sopivuutta tutkimuksen tarkoituksiin tukee Onoman verkkosivujen tieto, jonka mukaan osuuskunnan jäsenen on oltava ammatiltaan käsityön, taiteen tai muotoilun alalla ja hänen on asuttava ja /tai työskenneltävä Fiskarsissa (Onoman verkkosivu: Jäseneksi).

Henkilökohtaiset yhteystiedot saatiin yhteensä 39 eri toimijaan, joista viiteen voitiin ottaa yhteyttä puhelimitse ja jäljellä oleviin 34:ään sähköpostitse. Viestien kattavuutta lisäsi osuuskunnalle lähetetty sähköposti, jonka jäsenenä Onoman verkkosivun mukaan oli vuoden 2014 tammikuussa yhteensä 121 jäsentä. Osa toimijoista saikin viestin kah-

desti. Fiskarsin ei-luoviin toimijoihin, majoitus-, ravintola- ja juhlatiloihin liittyviin yrityksiin ei otettu yhteyttä, koska niissä luovuuden ajateltiin olevan vain sivutuote eikä päätoimintaa (vrt. Työ- ja elinkeinoministeriö 2013, 9). Tätä voidaan perustella myös sillä, ettei alan kirjallisuus luokittele majoitus- ravintola- ja juhlatilatoimintaa luovan talouden toiminnaksi, vaikka niissä hyödynnettäisiinkin sitä.

Kaikkiin vastaajiin otettiin yhteyttä samana päivänä. Yhteydenotto tapahtui sähköpostitse lähettämällä kaikille vastaanottajan nimellä varusteltu haastattelupyynnö. Kaksi sähköpostiosoitteista ei toiminut. Haastateltavien positiivinen reaktio tuli tutkijalle yllätyksenä. Ensimmäiset kolme haastateltavaa vastasivat jo tunnin kuluessa viestien lähettämistä ja ensimmäisenä päivänä haastatteluun ilmoittautui yhteensä seitsemän osallistujaa. Toisena päivänä haastatteluun ilmoittautui kolme lisää, kolmanteen päivään mennessä haastatteluun oli yhteensä ilmoittautunut kaksitoista osallistujaa. Tutkijan päämääränä oli haastatella mahdollisimman monipuolisesti erilaisia luovan alan toimijoita. Taulukossa 8 on listattu haastattelupyynnön kohteena olevat toimijat, joista saatiin mukaan kaikkien muiden ryhmien edustus ryhmiä 6 ja 7 lukuun ottamatta. Myöhemmin haastatteluun ei ilmoittautunut lisää osallistujia. Mukaan tuleviin haastateltaviin luvattiin olla yhteydessä seuraavalla viikolla uudelleen.

Taulukko 8 Haastateltavien yritysten ja toimijoiden toimialarakenne

Toimiala	Toimialan tarkempi sisältö	Mukana haastattelussa
1) muoti ja tekstiilitaide	muoti ja asusteet (vaatteet, asusteet, tekstiiliartistit, design)	✓
2) arkkitehtuuri & muotoilu	arkkitehdit, sisustusarkkitehdit, kalusteet, sisustustuotteet, teollinen muotoilu	✓
3) sepät	sepät (puu, kivi tai metalli)	✓
4) käsityöläiset	käsintehty paperi, nahkatuotteet, käsintehty kynttilät ja lasinpuhallus	✓
5) taide	kuvanveistäjät ja kuvataiteilijat, valokuvaus	✓
6) korun suunnittelu & kultasepät	korujen suunnittelu ja valmistus, kultasepät	-
7) posliini, kivitavara, keramiikka	posliini, kivitavara, keramiikka	-
8) grafiikka	grafiikkatuotteet, graafinen suunnittelu	✓
9) tukitoiminnot	kylän toimintaa tukevat toiminnot	✓

Haastateltavien edustuksen katsottiin olevan tätä tutkimusta varten tarpeeksi kattava, koska ne edustivat lähes kaikkia mahdollisia erilaisia toimialoja Fiskars Villagen yritysten ja taiteilijoiden joukossa. Taulukossa 8 ruikin toimialat on esitelty yhdeksään eri

ryhmään luokiteltuna. Tutkimusta varten tutkija on etsinyt toimialoista yhteisiä piirteitä ja lajitellut ne samankaltaisuuksiin perustuen omiin luokkiinsa, jotta lukija voi tarkemmin ymmärtää alojen pirstaleisuutta. Osalla toimijoista voi olla piirteitä useammasta kuin yhdestä ryhmästä.

Haastattelujen ajankohdat sovittiin Fiskarsiin viikon kuluttua haastattelupyynnöstä. Haastattelupäiviksi valikoituivat toimijoiden ehdotuksesta tiistai 28.1.2014, keskiviikko 12.2.2014 sekä maanantai 24.2.2014. Toimijat olivat erittäin aktiivisia ja joustavia haastattelupäivien ja aikojen suhteen ja lähes kaikki tapaamiset oli helppo järjestää. Tähän vaikutti myös sopiva vuodenaika: talvikuukaudet ovat hiljaisimpia Fiskarsin toimijoille. Joulun alla ja kesällä olisi varmasti ollut vaikeampi saada yhtä monta haastateltavaa mukaan tutkimukseen. Yhteensä haastateltiin 10 toimijaa, sillä kaksi toimijaa ei kiireiden vuoksi voinutkaan osallistua haastatteluun. Haastattelumatkat tehtiin autolla ja ajotunteja kertyi yhteensä kolmelta vierailulta noin 9 tuntia. Vierailupäivinä pyrittiin tekemään täysiä haastattelemalla joka vierailulla 3-4 toimijaa, jotta aika Fiskarsissa saatiin käytettyä mahdollisimman tehokkaasti. Haastattelut tapahtuivat joko ravintolassa tai toimijan omissa toimitiloissa; pajalla tai myymälän yhteydessä. Haastattelujen kestot vaihtelivat noin puolesta tunnista puoleentoista tuntiin.

## 4.4 Tutkimuksen aineiston esittely

### 4.4.1 Perustietoa tutkimuksentehtyistä haastatteluista

Yritysten perustietoihin tutustuttiin niiden verkkosivujen ja mahdollisten *Facebook*-sivujen kautta jo ennen haastattelua, jotta haastattelussa voitiin keskittyä kysymyksiin, joihin internet ei tuonut vastausta. Lähes kaikilla toimijoilla oli omat internetsivut, mutta muutama oli laajentanut aktiivisuuttaan myös sosiaalisen median ja verkkokaupan ylläpitoon. Haastateltavista 2 oli miehiä ja loput naisia. Yksi haastattelu tehtiin yhdessä kahden toimijan kesken samanaikaisesti (Zeeta ja Eeta), koska heidän työhuoneensa sijaitsevat lähellä toisiaan ja toiminta on muutenkin samankaltaista. Suurin osa haastateltavista oli yhden henkilön toiminimiä, neljällä haastateltavista oli yrityksessä mukana itsensä lisäksi myös muita. Taulukossa 9 on vedetty yhteen haastateltavien perustiedot. Toimijan Fiskarsiin tulovuodet on lajiteltu seuraavasti:

- 1990-luvun alkupuoli (välillä 1990–1994): 1 toimija
- 1990-luvun loppupuoli (välillä 1995–1999): 1 toimija
- 2000-luvun alkupuoli (välillä 2000–2004): 3 toimijaa
- 2000-luvun loppupuoli (välillä 2005–2009): 4 toimijaa
- 2010-luvun alkupuoli (välillä 2010–2014): 1 toimija

Taulukko 9 Haastateltavien ja haastattelujen perustiedot

Vastaaja	Fiskarsissa	Haastattelun tyyppi, ajankohta ja kesto
Alfa	1990-luvun loppupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa ravintolan kabinetissa 28.1.2014, 43 min.
Beeta (haastateltava edustaa yritystä, jossa hänen lisäksi myös muita)	1990-luvun alkupuolelta asti	Puhelimitse, Fiskarsista käsin 28.1.2014, 28 min.
Gamma (haastateltava edustaa yritystä, jossa hänen lisäksi myös muita)	2000-luvun alkupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa työhuoneella 28.1.2014, 1h 20 min.
Delta	2000-luvun alkupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa työhuoneella 12.2.2014, 1h 8 min.
Epsilon (haastateltava edustaa yritystä jossa hänen lisäksi myös muita)	2010-luvun alkupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa työhuoneella 12.2.2014, 31 min.
Zeeta	2000-luvun alkupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa työhuoneella 12.2.2014, 1h 37 min, yhdessä toimija Eetan kanssa.
Eeta	2000-luvun loppupuolelta asti	Kasvotusten Fiskarsissa työhuoneella 12.2.2014, 1h 37 min, yhdessä toimija Zeetan kanssa.
Theeta	2000-luvun loppupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa ravintolan kabinetissa 24.2.2014, 37 min.
Ioota	2000-luvun loppupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa työhuoneella 24.2.2014, 43 min.
Kappa	Toimintaa 2000-luvun loppupuolelta, haastateltava mukana toiminnassa 2010-luvun alkupuolelta asti	Kasvotusten, Fiskarsissa ravintolassa 24.2.2014, 1h 14 min.

Tutkimuksen haastateltavia luvattiin käsitellä nimettöminä, joten yrityksiä nimitetään tässä tutkimuksissa kreikkalaisin aakkosin. Yhteensä haastatteluista kertyi nauhoitettua materiaalia noin 8,5 tuntia. Haastattelujen kesto vaihteli haastateltavien välillä, koska osalla heistä oli enemmän aikaa kuin toisilla, toisaalta pidempikestoisissa haastatteluissa haastateltavat kertoivat innoissaan asioita myös haastattelurungon ulkopuolelta. Myös haastateltavien työrytmi ja kiireisyys vaikuttivat siihen, mihin aikaan päivästä he halusivat haastateltaviksi.

Tutkijalle itselleen haastattelu oli erittäin sopiva aineistonkeräilymetodi, koska sen avulla pääsi oikeasti keskustelemaan luovien toimijoiden kanssa. Toimialan luonteen ymmärrystä lisäsi myös se, että monet haastateltavista esittelivät tarkemmin työhuonettaan tai myyntitilojaan haastattelun jälkeen. Osan kanssa voitiin myös lounastaa tai juoda kahvia haastattelun jälkeen ja keskustella epävirallisemmin.

Haastattelujen aikana oli tärkeää pohtia haastateltavan suhdetta liiketoimintaan. Osa näki itsensä ensisijaisesti taiteilijana tai käsityöläisenä, osa oli taustastaan riippuen voinut kehittää liiketoimintaa myös hyvin pitkälle. Jo ensimmäisen haastattelupäivän perusteella haastateltavat osoittautuivat olevan hyvin heterogeeninen joukko, jotka jakoiivat keskenään samankaltaisuuksia, mutta myös eroavia mielipiteitä ja toimintatapoja. Samankaltaisuuksien puolesta puhuivat luvussa 5 tarkemmin esiteltävät eri toimijoiden kokemat vetovoimatekijät ja kuinka he suhtautuivat kylän verkostoihin ja yhteistyöhön. Toisaalta yritysten suhtautuminen liiketoimintaan vaihteli suuresti eri haastateltavien välillä. Myös suhtautumisesta eri toimijoiden väliseen kilpailuun toi esille erilaisia käsityksiä. Osa toimijoista suorastaan vierasti sanaa ”yrittäjä”, kun taas osalla toiminta oli hyvin liiketoimintalähtöistä. Samoin eroja löytyi toimijoiden vuosirytmistä: kuinka he kokevat työmäärän vaihtelun vuoden eri aikoina. Kirjallisuuden linjasta poiketen vain muutama haastateltavista oli patentoinut tai rekisteröinyt tuotteensa tai palvelunsa. Kaikista toimijoista löytyi tietoa myös internetin kautta, mutta vain muutama toimija oli erityisesti panostanut tuotteiden myyntiin verkon välityksellä.

#### 4.4.2 *Toimijoiden esittely*

Ensimmäinen haastateltava toimija **Alfa** on työskennellyt Fiskarsissa 1990-luvun loppupuolelta asti. Hän kertoo tulleen Fiskarsiin sattumalta, mutta lopulta kylä on osoittautunut paikaksi, jossa hän on asunut pisimpään kuin missään muualla. Hän ei valmistuttuaan taiteilijaksi heti halunnut perustaa yritystä, mutta kerättyään kokemusta, uskalsi hän perustaa toiminimen. Työtilan- ja asumisjärjestelyjen kannalta Fiskars on mahdollistanut Alfalle tilat, johon esimerkiksi Helsingissä ei olisi ollut varaa.

Toimija **Beeta** on ollut kylässä jo 1990-luvun puolivälistä lähtien. Viime vuosina Beeta on kansainvälistynyt määrätietoisesti ja se on saanut tuotteitaan myyntiin useisiin eri maihin. Kansainvälisyys on tuonut Beetalle kiireiden lisäksi myös mahdollisuuksia olla mukana aktiivisesti alan tapahtumissa. Tulevaisuudessa Beetalle saattavat olla ajankohtaisia myös patentit ja mallisuoja, mutta tähän asti toimija on luottanut julkisuuden tuomaan suojaan. Tuotteet ovat huolella viimeistelyjä, tarpeeksi tunnettuja, eikä niitä ole helppo kopioida. Tällä hetkellä Beetan tuotteita voi ostaa Fiskarsista, mutta myös useiden jälleenmyyjien kautta.

Toimija **Gamma** on tullut Fiskarsiin 2000-luvun alkupuolella. Aiemmin Gamma on toiminut myös pääkaupunkiseudulla, mutta Fiskarsin elämänlaatuun vaikuttavat edut ovat vieneet voiton. Gamman toimintaan kuuluu työskentely useiden eri alojen asiantuntijoiden kanssa, myös kylän ulkopuolella. Yhteistyö on usein myös haasteellista, sillä eri tekijöillä on usein oma näkemys siitä, mikä on oikea tapa toimia. Luovuus on erittäin

tärkeää työssä, mutta samalla pitää myös osata ymmärtää asiakasta. Gamman työssä asiakkaan kuuntelu on äärimmäisen tärkeää, koska työn tuotos ei ole pelkästään taidetta, vaan myös funktionaalista, jonka asiakas lopulta maksaa. Luovassa työssä yksikään päivä ei ole samanlainen ja oman yrityksen kautta saa vapautta vaikuttaa toimintatapoihinsa. Gamman mukaan jokaiselle päivälle on olemassa kuitenkin tietty kiintiö luovalle ajattelulle ja loput ajasta voi käyttää rutiinotoimintaan. Luovassa työssä Gamma hyödyntää myös tietoteknistä osaamista, joka on asiakaslähtöisyyden ohella toimialalla kasvava trendi.

Toimija **Delta** on ollut Fiskarsissa 2000-luvun alusta alkaen. Silloin hän perusti myös oman toiminimen. Toimintaan kuuluu paja sekä myymälä Fiskarsissa, mutta lisäksi hän työskentelee osan viikosta muualla, eikä toimeentulo rajoitu pelkästään Fiskarsin toimintaan. Deltalla on takana monta kiireistä vuotta opintojen ja työn parissa, mutta nykyään hän yrittää ehtiä myös lomailemaan muutaman viikon vuodessa. Deltan ei ole tarkoitus kasvaa suuremmaksi kuin yhden hengen yritys, toisinaan hänellä on kuitenkin ollut apunaan harjoittelijoita.

Toimija **Epsilonia** veti Fiskarsissa puoleensa sen ainutlaatuinen ruukkimiljö ja myönteinen imago. Hän on haastateltavista toimijoista ollut lyhyimmän ajan Fiskarsissa. Epsilon on erittäin näkyvä internetissä ja sosiaalisessa mediassa ja digitaaliset kanavat on otettu tehokkaasti käyttöön. Liiketoimintaa on ajateltu pitkälle, mutta tarkoitus ei ole kasvattaa yrityksen kokoa: oman vapauden on tarkoitus jatkossakin säilyä, joka edellyttää toimintaa ilman alihankintaa ja jälleenmyyjiä.

Toimija **Zeeta** on ollut Fiskarsissa 2000-luvun alkupuolelta. Hän tapasi 2000-luvun loppupuolella **Eetan**, joka saapui silloin Fiskarsiin. Zeeta ja Eeta edustavat perinteistä taiteenmuotoa, jonka jakelu on haastavaa järjestää. Koska molempien toiminta perustuu pääosin näyttelyihin, ne edellyttävät toimijalta paljon materiaali- ja matkakustannuksia, eivätkä galleriat lähtökohtaisesti maksa taiteilijoille palkkaa näyttelyistä. Näyttelyissä olevat työt eivät myöskään takaa tuloja, koska töiden katsominen tai niistä pitäminen ei vielä tarkoita, että asiakas ostaisi mitään.

Toimija **Theeta** on ollut Fiskarsissa 2000-luvun loppupuolelta asti. Hänen liiketoimintaansa hyödyntää teknistä osaamista ja Theetalla on kumppanuuksia myös Fiskarsin ulkopuolella. Theetan mielestä liiketoiminnan astuttua kuvaan on asiakkaalla ollut maksajan ja päättäjän rooli. Silloin myös toimijan oma vapaa visiointi on jäänyt vähemmälle. Theetan toiminta jakautuu kolmeen eri päätoimialaan, joilla on jokaisella oma kohdeyleisönsä. Hän hoitaa suuren osan asiakkuuksista puhelimitse tai internetin välityksellä, eikä toiminta näin ole paikkaan sidottua. Hän kokee kuitenkin hyötyneensä Fiskarsin imagosta.

Toimija **Ioota** on tullut Fiskarsiin niin ikään 2000-luvun loppupuolella. Aiemmassa toimintaympäristössään Iootalla oli paljon enemmän kollegoja ja Fiskarsissa toimiesaan hän on ollut melko omillaan. Hän on kuitenkin tullut puolisonsa kanssa johtopää-

tökseen siitä, että Fiskars on paras ympäristö hänen kaltaiselleen tehdä luovan alan töitä. Toiminnan liiketoiminnalliseen puoleen Ioota on saanut apua puolisoiltaan, jolla on myös omaa toimintaa Fiskarsissa. Ioota on tehnyt myös yhteistyötä toisen Fiskarsissa toimivan yrityksen kanssa, joka on ollut hänelle tärkeä tulonlähde oman toiminnan lisäksi.

Toimija **Kappa** edustaa Fiskarsissa toimivaa kehittäjää. Hän on toiminut hankkeessa 2010-luvun alkupuolelta lähtien, mutta itse yhdistys rekisteröitiin jo ennen Kappan aikoja. Hanke eteni välillä hitaammin kuntaliitosten vuoksi. Toiminnan ideana on luoda luovan alan toimijoita auttavia konsepteja ja tukitoimintoja, joiden avulla itse luovat tekijät voivat keskittyä omaan luovaan työhönsä. Kappan mielestä Fiskarsilla on useita ainutlaatuisia piirteitä ja koska kylän osuuskunta on kasvanut varsin suureksi, se ei välttämättä yksin enää riitä. Fiskarsissa pienelle alueelle on syntynyt ainutlaatuista synergiaa ja sen ihmisillä on suuri usko oman toimintoympäristöön vaikuttamiseen. Kappa uskoo, että Fiskarsin synergiassa piilee vielä käyttöön ottamatonta potentiaalia, joka olisi tärkeä osata valjastaa käyttöön.

## 4.5 Aineiston analyysi

Aineiston analyysin tavoite on luoda aineistoon selkeyttä ja näin tuottaa uutta tietoa tutkittavasta aiheesta. Analyysin avulla voidaan kasvattaa aineiston informaatioarvoa luomalla hajanaisesta aineistosta selkeämpää. (Eskola & Suoranta 1998, 138.)

Laadullisen aineiston analyysitekniikoita on useita ja niiden käyttö riippuu kyseessä olevan aineiston laadusta. Ensimmäiseksi aineisto puretaan tekstiksi esimerkiksi siirtämällä haastattelu nauhurilta koneelle tai paperille. Aineiston lukeminen vie usein kauan aikaa ja se on luettava moneen kertaan. Teemahaastattelun etuna on se, että se muodostaa jo itsessään aineiston jäsenyyksen, josta on hyvä lähteä liikkeelle. (Eskola & Suoranta 1998, 151–152.) Teemahaastattelun teemoja on käytetty runkona, jonka avulla tutkimusaineistoa on voitu vertailla tutkimuskirjallisuuteen. Tutkimuskirjallisuuden käsittelemät teemat olivat selvillä jo tutkimuksen alkuvaiheissa ja ne liittyivät läheisesti luovuuden ja talouden suhteeseen, luovan toimintaympäristön piirteisiin sekä verkostojen merkityksiin. Seuraavia teemoja on käytetty tutkimuksen analysointivaiheessa teoriaa ja aineistoa vertaillen, joka seuraa myös haastattelurungon jakoa:

- Luovan toimijan työ (luku 5.1)
- Luovan toiminnan ja toimintaympäristön suhde (luku 5.2)
- Paikallinen vuorovaikutus ja yhteistyön muodot (luku 5.3)
- Suomalaisen luovuuden tulevaisuusnäkyymiä (luku 5.4)

Koskisen ym. (2005, 319) mukaan aineiston voi litteroida viidellä eri tasolla sen tarkkuuteen perustuen. Ensimmäisen tason litterointi tarkoittaa vain haastattelujen vas-

tausten pääkohtien kirjoittamista ylös ranskalaisin viivoin. Toisen tason litterointi sisältää myös sitaatteja. Kolmas taso litteroi tekstin ”sanatarkasti”. Litteroimiseen menevä aika ja vaativuus kasvavat tasolta toiselle siirtyessä ja 4. tai 5. tason litterointi tarkoittavat erittäin vaativaa litterointimenetelmää, jossa kirjoitetaan ylös myös ei-sanallista toimintaa ja liikettä. Yleensä kolme ensimmäistä tasoa riittävät lähes kaiken tutkimuksen litteroinnin tarkkuudeksi. (Koskinen ym. 2005, 319–325.)

Litteroitu aineisto voidaan joko koodata tai sen analyysiin voidaan soveltaa aineiston ulkopuolista teoriaa. Teemahaastattelun tapauksessa haastattelurungon rakentamisessa on käytetty apuna aiempia tutkimuksia ja omaa kokemusta. Näin aineistosta voidaan etsiä kohtia, jotka vastaavat tiettyjä kohtia teoriassa tai tutkimusongelmassa. Niiden avulla voidaan vertailla tiettyjä teemoja ja niiden esiintymistä aineistoissa. Aineiston tekstistä on pyrittävä löytämään keskeiset aiheet ja erottelemaan tutkimuksen kannalta niistä olennaiset. Onnistuakseen, teorian ja empirian on oltava vuorovaikutuksessa keskenään. (Eskola & Suoranta 1998, 153, 175–176.)

Kaikki haastattelut yhtä lukuun ottamatta nauhoitettiin haastateltavien luvalla ja ne litteroitiin tarkkuustasoa 2 ja 3 hyväksikäyttäen haastattelun kestosta riippuen heti haastattelujen jälkeisenä päivänä. Tarpeeksi tarkka litterointi edellytti kaikkien haastattelujen kuuntelemista 3–4 kertaa. Kun haastattelujen litterointi oli valmis, koko työ haastateluineen luettiin moneen kertaan, jotta voitiin alkaa löytää yhteyksiä teorian ja empirian välillä. Lisäksi apuna toimivat haastattelujen aikana ja jälkeen kirjoitetut avainsanat ja tärkeät lauseet, joiden merkitys voitiin muistaa myöhemmin analyysivaiheessa.

Koska haastattelu oltiin teemoitettu kirjallisuuden pohjalta, vastausten ryhmittely teemojen alle oli melko helppoa. Vähitellen voitiin alkaa hahmottaa yhteyksiä ja myös eroavaisuuksia eri toimijoiden välillä. Tätä varten kaikki litteroitu teksti tulostettiin ja eri teemoja ryhmiteltiin koodausten avulla. Näin tehdäkseen, tutkija erotteli litteroidusta haastatteluaineistosta erilaisuuksia ja samankaltaisuuksia käyttäen erivärisiä korostuskyniä. Kun tarpeeksi teemoja oli löydetty, ne voitiin kirjoittaa kokonaiseksi tekstiksi teemoja vastaavien otsikkojen alle. Koska toimijoiden kokemukset ja kerrotut tarinat ovat tärkeitä tämän tutkimuksen kannalta, esille tulleita toimijakohtaisia lainauksia on hyödynnetty harkinnan mukaan tekstin elävöittämiseksi.

Teemojen jälkeen analyysiä voi jatkaa pitemmälle muodostamalla vastauksista yleisimpiä tyyppisiä. Tyyppien avulla aineisto ryhmitellään tyypeiksi etsimällä samankaltaisuuksia niiden väliltä. (Eskola & Suoranta 1998, 182.) Tyypittely toimii tässä tutkimuksessa, koska haastateltavat toimijat voitiin jakaa kolmeen ”alaluokkaan”. Haastateltavista voitiin nostaa esille kolme pääryhmää joita ovat 1) muotoilijat ja suunnittelijat, 2) käsityöläiset sekä 3) perinteisen taiteen tekijät. Seuraava taulukko 10 esittelee eri ryhmien tyypilliset piirteet.

Taulukko 10 Haastateltavien toimijoiden piirteitä

<b>Muotoilijat ja suunnittelijat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esim. arkkitehtuuri, muotoilu &amp; teollinen muotoilu, sisustusarkkitehtuuri</li> <li>• Voi olla asiakaslähtöinen tai taiteilijalähtöinen</li> <li>• Esineellä tai luomuksella taiteellinen arvo mutta myös käyttöarvo</li> <li>• Vientimahdollisuudet alasta riippuen</li> <li>• Viennissä on paljon potentiaalia, koska suomalaiset suunnittelijat tunnettuja maailmalla jo etukäteen</li> <li>• Arkkitehtuuri ja teollinen muotoilu yhä enemmän teknologiaan nojaavaa</li> <li>• Muotoilussa kestävä kulutus-ajattelu, kuluttajat haluavat kasvavasti tuotteen, jonka elinkaaren ja ehkä myös tekijän tuntevat</li> <li>• Haastateltavista osalla työ tuo tarpeeksi tuloja, osalla taustalla lisäksi apurahoja, tai lainoja</li> <li>• Tulevaisuuden uhat: teollisuus ei tarvitse muotoilua, taiteelle ei riitä budjetista osaa</li> <li>• Tulevaisuuden mahdollisuudet: syntyy uusia työpaikkoja, koska muotoilijoiden on "pakko" perustaa yrityksiä</li> </ul>
<b>Käsityölläiset</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Esim. käsintehdyt esineet, muoti, design</li> <li>• Design ja grafiikka suuressa roolissa</li> <li>• Myös tässä lajissa esineen käyttötarkoitus asiakkaalle tärkeä</li> <li>• Asiakkaat, jotka haluavat ostaa tuotteen jonka laatuun, alkuperään ja tekijään voi luottaa</li> <li>• Toimijoiden koko varsin pieni: nettikaupan ja sosiaalisen median kasvumahdollisuudet</li> <li>• Ikäryhmät kuluttajissa vaikuttavat: nuoremmat ostavat herkemmin verkossa, iäkkäämmillä on enemmän rahaa</li> <li>• Asiakaslähtöisyys usein tärkeää</li> <li>• Markkinat sesonkien aikana (etenkin joului) tärkeitä</li> <li>• Luovan alan työ voi olla esim. opetustyön ohella</li> <li>• Tulevaisuuden uhat: ymmärtävätkö kuluttajat uniikin tuotteen merkityksen vai haluavatko ostaa ulkomailla tuotettuja massatuotteita?</li> <li>• Tulevaisuuden mahdollisuudet: kestävä kehitys ja tuotteen elinkaarta arvostavat asiakkaat</li> </ul>
<b>Perinteiset taiteen tekijät</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuvataide ja veistokset</li> <li>• Kaikista vaikein järjestää jakelu</li> <li>• Tunnettuus perustuu paljon näyttelyihin mutta näyttelyt eivät takaa tuloja, koska katsominen tai kuvan jakaminen Facebookissa ei maksa asiakkaalle mitään</li> <li>• Taiteen vaikea rooli: kuluttajan kohdalla ostos on harkittu ja harvinaisen</li> <li>• ”Taidetta taiteen vuoksi”</li> <li>• Tulojen epävarmuus ja epätasaisuus</li> <li>• Tulevaisuuden uhat: kannattaako taidetta tehdä Suomessa?</li> <li>• Tulevaisuuden mahdollisuudet: kuluttajien tietoisuuden kasvattaminen, internetin hyödyntäminen, taidelainaamot ja toimivien yhteisötyökumppanien löytäminen (esim. sisustajat)</li> </ul>

## 4.6 Tutkimuksen arvioitavuus

Laadullisessa tutkimuksessa voidaan kulkea paljon kvantitatiivista tutkimusta vapaammin aineiston analyysin ja tehtyjen tulkintojen välillä (Eskola & Suoranta 1998, 209). Laadulliseen tutkimukseen liittyvä ongelma on sen uskottavuudessa, liittyen siihen, kuinka johdonmukaisesti tutkija kategorisoi analyysin kohteena olevat ilmiöt. Tätä ongelmaa kutsutaan *reliabiliteetiksi*. Toinen keskeinen kriteeri on *validiteetti* eli tutkimuksen pätevyys mitata juuri sitä mitä sen sanotaan mittaavan. Validiteettia ja reliabiliteettia kannattaa miettiä jo tutkimuksen alkuvaiheessa. (Silverman 2000, 90–91.) Laadullisessa tutkimuksessa validiteetti ja reliabiliteetti eivät kuitenkaan sovellu sellaisinaan luotettavuuden perusteiksi (Eskola & Suoranta 1998, 212).

Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta voidaan tarkastella esimerkiksi *uskottavuuden*, *siirrettävyyden*, *varmuuden* sekä *vahvistuvuuden* pohjalta. Uskottavuudella tarkoitetaan sitä, että tutkijan on tarkistettava, vastaavatko hänen tulkintansa tutkittavien käsitystä. Tulosten siirrettävyys tarkoittaa tutkimusten tulosten yleistettävyyttä muissa konteksteissa tai tilanteissa. Siirrettävyyden sanotaan olevan mahdollista vain tietyin ehdoin, eivätkä yleistykset yleensä ole mahdollisia. Varmuudella tarkoitetaan sitä, että huomioidaan tutkimukseen ennakoimattomasti vaikuttavat ennakkoehdot. Vahvistuvuudella tarkoitetaan, että myös muut vastaavat tutkimukset tukevat tässä tutkimuksessa tehtyjä tulkintoja. (Eskola & Suoranta 1998, 212–213.)

Ladullisissa tutkimuksissa tutkitaan yleensä pientä määrää tapauksia ja ne pyritään analysoimaan mahdollisimman perusteellisesti. Aineiston tieteellisyyden kriteeri on laatu ja käsitteellistämisen kattavuus, ei määrä. Jotta tutkija osaa tehdä harkinnanvaraisen otannan aineistosta, hänen on rakennettava vahvat teoreettiset perustukset, jotka ohjaavat aineiston hankintaa. Tähän vaikuttavat haastateltavien tunnusmerkit ja tunnusmerkkien tunteminen on kiinni siitä, miten käsitteet (esimerkiksi tutkimuskohteen *luovat toimijat*) on määriteltu. (Eskola & Suoranta 1998, 18.)

Tässä tutkimuksessa uskottavuutta voidaan perustella nauhoitetuin haastatteluin ja haastattelujen aikana ja jälkeen tehtyjen muistiinpanojen avulla. Koko työ on lähetetty haastateltaville tarkastettavaksi analyysivaiheen valmistuttua ja haastateltavat ovat voineet puuttua asiaan, mikäli ovat löytäneet jotain korjattavaa tai lisättävää. Tutkimuksen osallistujat käyttivät tottuneesti luovan talouden sanastoa (luova toimija, luova talous, luovuus), ja esille nousi kirjallisuudesta tuttuja teemoja, vaikkakin haastateltavat saattoivat käyttää eri asioista kirjallisuudesta poikkeavaa sanastoa. Siirrettävyyttä on edesautettu esittämällä tutkimuskohde ja haastateltavat, jotta tutkimuksen tuloksia voidaan yleistää muissa vastaavissa konteksteissa ja tilanteissa. Tutkimuskohteissa on piirteitä samankaltaisista tutkimuksista, mutta toisaalta kohde on itsessään aina niin uniikki, että yleistykseen on suhtauduttava varauksella. Varmuudessa on otettu huomioon tutkimukseen vaikuttavat ennakkoehdot, joita voivat olla esimerkiksi tutkimuksen osallistu-

jien edustavuus. Tutkimukseen saatiin mukaan edustajia lähes kaikilta toimialoilta korun suunnittelua ja valmistusta sekä posliinia, kivitavaraa ja keramiikkaa lukuun ottamatta. Tutkimuksen haastateltavista voitiin hahmottaa myös erilaisia ryhmiä, joten haastateltavat olivat edustukseltaan monipuolisia.

Vaikka haastattelupyynnö lähetettiin kaikille Onoman jäsenille ja Fiskarsin luoville toimijoille, haastatteluun saattoivat ilmoittautua vain he, joiden toiminta on vakiintunutta ja menestyksellistä. Tämän vuoksi on suhtauduttava pienellä varauksella siihen, vastaavatko haastateltujen kokemukset tyypillistä luovan alan toimijan kokemusta Fiskarsin ruukissa, vai onko haastatteluun päätyntä ainoastaan ääripäätaedustavien luovien toimijoiden kokemukset. Toisaalta monet haastateltavat toivat hyvin luottavaisesti esille työssään kohtaamia ongelmia ja haasteita, mikä vahvisti käsitystä, että tutkittavista saatiin haastatteluissa melko realistinen vaikutelma. Lopuksi vahvistuvuus voidaan todeta muiden samankaltaisten tutkimuksien avulla, jotka ovat löytäneet samankaltaisia tuloksia ja piirteitä kuin tämä tutkimus.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 5.1 Luovan toimijan työ

#### 5.1.1 Luovuus ja liiketoiminta

Itse luovuus sellaisenaan on monimutkaista määritellä jopa alan asiantuntijoiden mielestä. Monelle haastateltavista luovuus on koko työ, vaikka jokainen tehty tunti ei luovuutta olisikaan. Luovuus on tekijöilleen pyhä asia, ilman luovuutta myös oma olemassaolo tulisi kyseenalaistaa.

Toimijoiden työnkuva on laaja: se sisältää aina sekä suunnittelua että tekemistä. Nämä molemmat vaativat tekijöiltään luovuuden lisäksi luovuuden ylittävää monipuolista osaamista ja monen asian tekemistä yhtäaikaisesti. Koska suurimmalle osalle luova toiminta on päätyö ja ainut tulonlähde, liiketoiminnan ja luovuuden yhdistäminen ei ollut kenellekään aivan uusi asia. Silti monet haastateltavista kokivat liiketoiminnan vieraana ja etäisenä ja suorastaan luovuutta rajoittavana tekijänä.

Taulukko 11 Toimintatavat

Haastateltava	Toimintatapa
Alfa	Taiteilija, toiminnalliset luomukset
Beeta	Yritysmäinen, toiminnalliset luomukset
Gamma	Yritysmäinen, toiminnalliset luomukset
Delta	Käsityöläinen, kouluttaja
Epsilon	Yritysmäinen, käsityöläinen
Zeeta	Taiteilija
Eeta	Taiteilija
Theeta	Yritysmäinen, toiminnalliset luomukset
Ioota	Käsityöläinen

Luvussa 4.5. kylän toimijat jaettiin kolmeen ryhmään, joista ensimmäinen oli muotoilijat ja suunnittelijat. Niitä voidaan pitää toiminnallisina luomuksina, koska työssä on taiteellisen puolen lisäksi myös funktio, sillä asiakas ostaa taide-esineen, joka on samalla käyttöesine. Toinen ryhmä eli käsityöläiset ovat toiminnallisten luomuksien ja perinteisen taiteen välimuoto, koska siinä hyödynnetään taiteellista osaamista, mutta esineellä on usein myös käyttöarvo. Kolmas ryhmä on perinteinen taiteen tekijä. Lisäksi toimijoiden väliltä voidaan huomata eroavuuksia siinä, kuinka liiketoimintamaisena tai asia-

kaslähtöisenä toimintaa voidaan pitää. Neljä haastateltavista (Beeta, Gamma, Epsilon ja Theeta), edustivat niin sanotusti ”yritysmäistä” toimijaa. Yritysmäistä toimintaa tukee myös se, että näistä yrityksistä kolme on osakeyhtiöitä ja yhdellä toimijalla on kaupallinen tausta. Yrittäjämäisessä toiminnassa toiminta on hyvin asiakaslähtöistä, liiketoimintaa on voitu mietitty pidemmälle ja joidenkin kohdalla on saatu asiakkuuksia myös ulkomailta. Puhtaasti taiteilijaksi itsensä mielsi kolme haastateltavaa (Alfa, Zeeta, Eeta) ja kaksi käsityöläiseksi (Delta ja Ioota). Taiteilijoille ja käsityöläisille sopivampi yritysmuoto on toiminimi. Viimeinen haastateltava Kappa edustaa kylän tukitoimintoja, joten häntä on analysoitu muista toimijoista poikkeavalla tavalla analyysiluvuissa.

Alfa luonnehtii itseään ensisijaisesti taiteilijaksi, mutta on pohtinut myös toimintaansa liiketaloudellisesta näkökulmasta. Hänen mukaansa liiketoiminnallisia asioita tulee ajateltua, mutta itse päätyö taiteilijana vie suurimman osan ajasta, eikä liiketoimintaan yksin toimiessa ehdi panostaa enemmän, vaikka halua löytyisikin. Toisaalta jos toimisi liian yrityshenkisesti ja asiakaslähtöisesti, täytyisi joustaa paljon myös omissa näkemyksissä. Moni kuvailee Alfan tapaan luovuutta tärkeänä liikkeellä pitävänä voimana ja motivaation lähteenä, jota toimijoiden voi olla kuitenkin vaikea liittää liiketoimintaan ja kannattavuuteen.

*Se luovuus on ikään kun se, jossain mielessä se mikä pitää sut jatkuvasti liikkeellä, joka on se käynnistävä voima, et se on hirveen tärkeä, mutta yhtä tärkeä jossain mielessä on se käsillä tekeminen ja se ikään kuin tietty yhteys siinä... ja -- se kuvio on aika vaikea liiketaloudellisesti, koska se ei ole missään nimessä erityisen tuottava tapa toimia... ja jos sitä -- miettii et mikä on se-- ratkaisumalli yleensä ni yleensä se on niin että tän alan tekijät rahoittaa ainakin osittain toimintaansa joko apurahoin tai opetustyöllä tai sit jollain muulla palkkatyöllä. (Haastateltava Alfa)*

*On se semmonen heikompi linkki varmaan sit kuitenkin--monet taiteilijat on..taiteilijoita -- ne ei osaa niinku ajatella sitä -- on tietysti sit toisenlaisia -- monet ei niinku välitä siitä maailmasta (liikemaailmasta) niin paljoo, eikä osaa... (Haastateltava Eeta)*

Luovan toimijan arki ei silti tarkoita, että toimijan työ koostuisi pelkästään luovasta työstä:

*Se tärkein asia on tietysti on se niinku se oma semmonen luova suunnittelijan panos, mutta hirveen suuri osa on kaikkee muuta. (Haastateltava Gamma)*

Luovuus on koettu myös käytännön osaamisena ongelmaratkaisujen edessä, jolloin se voidaan nähdä voimavarana, joka tarkoittaa muutakin kuin sen perinteistä taiteellista merkitystä.

*Eniten nyt luovuutta kyllä tarvitaan ongelmanratkaisussa aina että se on se..että ku aina niinku malttais pysähtyä niiden ongelmien kohalle -- että mieltis miten tä kannattaa ratkasta... (Haastateltava Delta)*

*Liiketoiminta vaatii huomattavasti luovuutta (Haasteltava Beeta)*

Kuten kirjallisuus antoi olettaa, haastateltavat toimijat olivat kaikki joko yhden hengen toiminimiä tai pieniä, muutaman hengen yrityksiä. Monen kohdalla yrittäjyyteen tai toiminimen perustamiseen on ajauduttu sattumalta ja tarinoita värittävät riskinotto, epävarmuuden sietäminen ja heittäytyminen. Mitä vähemmän yrittäjämäistä toiminta on, sitä enemmän siihen on usein ajauduttu suunnittelematta. Alfa kertoo haastattelussaan, ettei valmistuttuaan olisi ollut valmis perustamaan toiminimeä, mutta saatuaan tärkeää työkokemusta, hän uskalsi aloittaa oman toiminimen. Gamma työskenteli ennen Fiskarsiin tuloa Helsingissä ja nauttii suuresti oman yrityksen perustamisen tuomasta vapaudesta:

*Tässä saa tehdä mitä ite lystää...tietysti siin on se... täytyy pitää varansa että jos ei tee jotain hommaa niin ei sitä kukaan muuka tee -- siis liiketoimintahan on...kyllä tää luovuutta vaatii.*

*Ja ei tässä niinku ei oo kyllä niinku yhtää samanlaista päivää (Haastateltava Gamma)*

Oman yrityksen kautta pääsee paremmin vaikuttamaan omaan toimintaan, mutta se tuo myös vastuuta, sillä kaikki asiat pitää hoitaa itse. Gamma on tosin ulkoistanut muutamia liiketoiminnallisia toimintoja toiselle yritykselle. Välillä Gammalla on ollut harjoittelijoita tutustumassa toimintaan, mutta tällä hetkellä yritys ei suunnittele kasvattavansa työntekijämäärää.

Myös Delta on kokenut ottaneensa suuren riskin puolittaessaan virkansa alun perin opetustyöstä, jonka jälkeen hän aloitti toiminimen, muutti Fiskarsiin ja perusti pajan, jonka yhteydessä on myös myymälä. Takana on jo monta kesää ja Deltan mukaan toiminta on helpottunut koko ajan. Nykyään hän pohtii, että monta asiaa olisi voinut tehdä eri lailla ennen oman toiminimen perustamista, mutta hän on samalla todella tyytyväinen siihen, että sai toiminnalleen otollisen mahdollisuuden perustaa pajan ja saa myös tänä päivänä tehdä sitä, mistä nauttii.

*Monia asioita tekis toisin että ennen kun perustaa mitää myymälää tai avaa ovia niin että mitä pitäis olla valmiina... logo ja kaikenlaista kotisivua ja muuta...mut -- elämä on semmosta -- että asiat tapahtuu jos joku antaa tilaisuuden -- on tietenkä muitakin asioita elämässä -- kaikkihan aina yleensä menee päällekkäin ja kasaantuu... (Haastateltava Delta)*

Luovankin toimijan pitää kuitenkin elää, eli saada tuotteita ja palveluitaan myydyksi. Toimintaedellytyksenä on, että tuotteiden tai palveluiden markkinointi ja myynti onnistuvat. Usein luovan alan toimija on kuitenkin asiantuntija luovana tekijänä ja liiketaloudellinen tai myyntiosaaminen puuttuvat. Näihin tekijällä saattaa olla mielenkiintoa, mutta monesti aika ja resurssit eivät riitä liiketoiminnallisiin aktiviteetteihin ja niiden kehittämiseen. Koska luova toiminta yksinään ei välttämättä riitä, usealla on toimintansa tukena apurahoja, opetustyötä tai muuta työtä.

Suuri osa haastateltavista kokee toiminnan rahoituksen ja kannattamattomuuden alan toiminnan suurimpina haasteina. Alan koulutus ei kovin usein sisällä liiketoimintaan liittyviä opintoja ja kun koulutuksesta valmistutaan, toimija on usein yksin ja joutuu ottamaan usein suuren riskin perustaessaan toiminimeä tai yritystä. Suomessa käynnissä olevat luovan talouden hankkeet ja projektit eivät tulleet esille toimijoiden puheessa, osa oli kuitenkin saanut avukseen lainoja, starttirahoja tai apurahoja. Taiteen edistävää agenttitoimintaa tai muita välikäsiä ei koeta kannattavaksi, jos niistä joutuu maksamaan enemmän kuin taloudellisesti hyötyy. Toimijoiden puheessa ensisijaisen tärkeänä tukena pidettiin kylän omaa toimintaa ja verkostoja: virallisia ja epävirallisia.

Apurahat ovat monelle tärkeä rahoitusmuoto myös toiminnan myöhemmissä vaiheissa, mutta niiden hakemista varjostaa aina hakemisprosessin työläisyys ja epävarmuus. Zeeta pitää tästä syystä kansalaispalkkaa hyvänä ratkaisuvaihtoehtona luovan alan toimijoiden köyhyyden vähentämiseen. Sen avulla voitaisiin vapauttaa paljon energiaa luovaan toimintaan ja pieniin yrityksiin perustamisen ja toimijat uskaltaisivat ottaa enemmän riskejä. Hänen mielestään kansalaispalkka ei passivoisi toimijoita millään lailla, päinvastoin.

Liiketoiminnan kannalta käsityöläiset Delta ja Ioota näkevät suuren haasteen korkeassa arvonlisäverossa. Jos tuotteita haluaa myydä jälleenmyyjien kautta, myyjät ottavat tuotteen hinnasta myös oman osuutensa, jolloin itse tekijälle jää hyvin pieni osuus koko summasta.

*Pitäis olla vaan niin luova ja fiksu et pitäis keksiä ne semmoset tuotteet -- missä on niinku se kate kohdallaan. (Haastateltava Delta)*

Luovuus ei aina käyttäydy loogisesti ja taloudelliset ehdot ja tehokkuusvaatimukset enemmänkin rajoittavat kuin ohjaavat sitä. Aloitettuaan toiminimen, Ioota kertoo toimintansa muuttuneen heti vaativammaksi.

*Pitäis vaan enemmän ehtii tehdä...mutta ku ei ehdi...mä teen niin hitaasti -- se sommittelu -- joskus voi ihan pieneen asiaan mennä pari päivääkin, se on kyl liiketoiminnast niin kaukana ku pippuri kasvaa. (Haastateltava Ioota)*

Jokainen haastateltavista on pohtinut luovaa toimintaa taloudellisena resurssina, riippumatta siitä, kuinka lähellä liiketoimintaa oma toiminta on. Syyt, miksi liiketoiminta ei välttämättä ole kaikilla selkeästi esillä, on ensisijaisesti ajan ja resurssien puute, koska yritys on usein yhden hengen toimintaa ja päätyö vie jo sellaisenaan niin paljon aikaa. Jotta kaikki liiketoiminnallinen voitaisiin ottaa huomioon, se maksaisi tekijälle lisää, jolloin toiminnan tulisi myös kasvaa. Useat toimijat eivät kuitenkaan halua palkata kehtään, joten toiminnan on lähtökohtaisesti pysyttävä omavaraisena.

*Aika on semmonen vähän kans, et sitten jää kaikki tää tämmönen niinkun markkinointi ja tämmönen jää yleensä vähän tekemättä, koska siihen ei riitä enää resurssit...ja just tämmönen tiedottaminen et on tullu jotain uutta, niin sitä mä en tuu tehneeksi, vaikka pitäis aivan ehdottomasti, se ois hirveen tärkeitä... (Haastateltava Alfa)*

Kaikkea ei kuitenkaan tarvitse osata itse. Osa toimijoista on tietoisesti ulkoistanut liiketoiminnan kannalta tärkeitä toimintoja, kuten kirjanpidon. Myös siinä on syynä ajanpuute ja tarve keskittyä täysipäiväisesti omaan ydintoimintaan. Osa toiminnoista on silloin suostuttu ulkoistamaan, vaikka se onkin maksanut toimijoille.

*Mä mielellään niinku maksan niistä -- ei niin et ne ois niinku mitenkään tyhmää (kirjanpito ym.) -- syy, miks mua ei niin kiinnosta nykyään ne, on se et mulla ei oo nykyään aikaa -- homma mitä tehään, se vie niin paljon - ihan aikaa ja voimia... (Haastateltava Gamma)*

*Apua tarvitaan...se on kyllä kanssa hyvä oppitunti se että ei kaikkee tarviikaan ite niinku osata että...täytyy vaan olla tarkkana siitä että keneltä pyytää apua että -- pitää niinku se tajuta, et ku kaikki maksaa ku sä pyydät apua, ni pitää niinku ymmärtää, se et se on sen väärsti, niinku joku kirjanpitäjä -- mä varmaan selviäisin niistä kirjanpidoista, mutta mikä*

*valtava niinku homma ois ottaa selville, mulla menis siinä arvokasta työ-aikaa --ja se semmonen henkinen stressi... (Haastateltava Delta)*

Arkisissa tilanteissa kylässä muodostuneet verkostot toimivat tärkeinä avunlähteinä usealle toimijalle. Toimijat voivat auttaa toisiaan, mutta myös työskennellä yhdessä toisen toimijan kanssa. Tällöin voidaan puhua virallisista ja epävirallisista yhteistyön muodoista, joita käsitellään tarkemmin luvussa 5.3.

Luova toiminta vaatii yhä aiempaa enemmän monipuolista osaamista ja taiteellisen osaamisen rajojen ylittämistä. Luova toiminta muuttuu koko ajan yhä enemmän yrittäjämäiseksi ja pelkkä taiteellinen osaaminen ei välttämättä enää riitä.

*Siis omaa osaamista täytyy laajentaa, se ei voi olla pelkästään taiteellinen osaaminen siis täytyy olla omaa osaamista laajalti, tai muuten sitte putoaa kelkasta. (Haastateltava Epsilon)*

### **5.1.2 Asiakkaat ja kasvu**

Toimijoiden suhtautuminen asiakkaisiin eroaa hieman eri toimijoiden välillä, koska osa tapaa asiakkaitaan suoraan ja osalla myynti tapahtuu jälleenmyyjien kautta. Toimijoista jokainen yhtä lukuun ottamatta ovat osuuskunta Onoman jäseniä, joten Onoma-kauppa on myös yksi tärkeistä myyntikanavista. Onoma-kaupan lisäksi tärkeä aktiviteetti on osuuskunnan järjestämät näyttelyt, mutta monet toimijat osallistuvat näyttelyihin, messuille ja markkinoille myös kylän ulkopuolella.

Osalla toimijoista on käytössään toimisto tai työpaja (Alfa, Beeta, Gamma, Zeeta, Eeta ja Theeta), osalla on työpajan yhteydessä myös myymälä (Delta, Epsilon, Ioota). Välillä Zeeta ja Eeta ovat pitäneet avoimia ovia, mutta työskentely edellyttää rauhallista työympäristöä. Erot asiakkaisiin suhteutumisesta perustuivat myös siihen, että osalla asiakkaana on kuluttajia, osalla yrityksiä ja osalla molempia. Niillä toimijoilla, joilla kuluttajat olivat pääkohdeyleisönä, korostui usein *keski-ikäiset, melko korkeasti koulutetut asiakkaat, joilla on varaa ostaa tarjottavia tuotteita*. Myös Ioota kuvailee tuotteidensa kohteeksi keski-ikäiset ja varttuneemmat naiset. Hän myy tuotteitaan pajansa yhteydessä tai markkinoilla, mutta asiakkaat voivat lähestyä häntä myös internetin kautta.

Lisäksi tuotteita ostavaa kohdeyleisöstä pidettiin tietoisina kuluttajina, ainakin Alfa ja Deltan haastattelussa. Tietoisille kuluttajille ovat tärkeitä tuotteen alkuperä, kotimainen materiaali ja työn huolellisuus.

*Mun työt on aika -- viimeisteltyjä ja aika pitkälle vietyjä -- he (asiakkaat) on myös ehkä valmiita maksamaan niistä, koska ne (tuotteet) ei kilpaile*

*missään nimessä sarjatuotteiden tai tuontitavaran kanssa että ne on niiku selkeesti erilaisia. (Haastateltava Alfa)*

Deltan mukaan moni luovan alan toimija pitää ongelmana Suomen korkeaa verotusta. Hän itsekin myi ennen tuotteitaan Stockmannin kautta, jolloin tuloksena on, että itse toimijalle jää todellisuudessa hyvin vähän tuotteesta, sillä jälleenmyyjä ottaa tuotteen hinnasta 40–50 % ja lopulta yrittäjän on maksettava vielä 24 % arvonlisäveroa. Kaiken lisäksi itse loppuasiakkaat saattavat pitää tuotteita hintavina, mutta luovan toimijan todellinen osuus myyntihinnasta on pieni. Sama ongelma tulee toimijoille vastaan esimerkiksi joulumarkkinoille osallistuessa: kulut ja työmäärä ovat suuret suhteessa siihen, mitä toimijalle lopulta jää. Toisaalta markkinat ovat tärkeä tapahtuma olla esillä ja tehdä itseään tunnetuksi kuluttajille.

Kannattavampana ratkaisuna on koettu asiakkaiden suorat yhteydenotot. Theeta kommunikoi asiakkaidensa kanssa pääsääntöisesti puhelimitse. Häntä on myös suositeltu uusille asiakkaille. Myös Delta luottaa toiminnassaan perinteiseen sananleviämiseen. Haastateltujen toimijoiden aktiivisuus internetissä vaihtelee, mutta tällä hetkellä jokaisesta haastateltavasta toimijasta löytyy ainakin perustietoa internetistä. Jokaisella toimijalla yhtä lukuun ottamatta on omat verkkosivut. Toimijoiden aktiivisuus sosiaalisessa mediassa vaihtelee hyvin suuresti eri toimijoiden välillä ja toistaiseksi vain muutama hyödyntää verkkokauppa mahdollisuutta. Vaikka toimijalla ei olisi verkkokauppaa, he ottavat kuitenkin vastaan tilaustöitä henkilökohtaisten yhteydenottojen kautta. Toisaalta lähes jokaisen toimijan tuotteita voi ostaa Onoma-kaupan verkkosivujen kautta, joka toimii tällöin myös tärkeänä kanavana.

Taulukkoon 12 on koottu yhteen toimijoiden kohdeyleisöt, myynti- ja tilauspaikat, käytössä olevat digitaaliset kanavat ja toimijoiden kasvutavoitteet.

Taulukko 12 Kohdeyleisö ja myyntikanavat

Haastateltava	Pää kohdeyleisö	Myynti- ja tilauspaikat	Digitaaliset kanavat	Kasvutavoitteet
Alfa	Kuluttajat, näyttelyt	Onoma-kauppa ja jälleenmyyjät, tilaustyöt, toisinaan messut ja näyttelyt	Verkkosivut	Aika rajoittaa toimintaa, joitakin tilauksia ulkomailta mutta todellinen kasvu vaatisi tukitoimintoja
Beeta	Yritykset, myös kuluttajia	Onoma-kauppa ja useita jälleenmyyjä, aktiivisesti messut	Verkkosivut, facebook, twitter	Määrätietoinen myynnin lisääminen myös ulkomaille, aktiivinen sosiaalisen median hyödyntäminen
Gamma	Yritykset, julkiset, yksityiset asiakkaat	Yhteydenotot ja toimisto	Verkkosivut	Kasvuun vaadittaisiin lisätilauksia, tyytyväinen tämänhetkiseen toimintaan
Delta	Kuluttajat ja taiteilijat	Onoma-kauppa, oma paja, suorat yhteydenotot, tilaustyöt, toisinaan markkinat	Verkkosivut	Toimintaa opetustyön ohella. Kokemus kasvanut, tulevaisuudessa halua panostaa enemmän joulu- tai kesäkauteen, mutta ei halua kasvattaa henkilömäärää
Epsilon	Kuluttajat, käsityöläiset	Oma työpaja, oma verkko-kauppa, aktiivisesti messut ja markkinat	Verkkosivut, facebook, twitter, instagram	Halu pysyä omavaraisena, mutta kasvua markkinoiden, messujen ja verkkomyynnin kautta, myös kansainvälisyyttä
Zeeta	Kuluttajat, näyttelyt, julkiset ja yksityiset tilat	Onoma-kauppa ja suorat yhteydenotot, näyttelyt ja taiteilijaseura	Verkkosivut	Kasvattaisi mielellään myyntiä, osallistuu aktiivisesti näyttelyihin
Eeta	Kuluttajat, näyttelyt, julkiset ja yksityiset tilat	Onoma-kauppa ja suorat yhteydenotot, näyttelyt ja taiteilijaseura	Profiili taiteilijaseuran verkkosivuilla	Kasvattaisi mielellään myyntiä, osallistuu aktiivisesti näyttelyihin
Theeta	Yritykset, alan harrastajat, näyttelyt	Onoma-kauppa ja jälleenmyyjät, suorat yhteydenotot	Verkkosivut	Haluaisi jatkossa useampia projekteja alihankkijoiden kanssa
Ioota	Kuluttajat, alihankkijat, näyttelyt	Onoma-kauppa, oma työpaja, suorat yhteydenotot	Verkkosivut	Kasvattaisi mielellään myyntiä, asiakaslähäinen ote

Luovasta toiminnasta on olemassa kaksi toiminnan ääripäätä, joista toinen ottaa ensisijaisesti taiteen huomioon ja toinen asiakkaan. Yhtälö ei kuitenkaan ole yhtä yksinker-

tainen kuin kirjallisuus väittää (esim. Howkins: markkinat, myyjät, ostajat). Asiakasläh-  
töinen toimintatapa tarkoittaa monesti, että toimijan omista näkökulmista tulee joustaa.  
Toinen tapa toimia on pitää taiteellinen näkemys ensisijaisena kriteerinä, jolloin asiak-  
kaita ja tuloja on luonnollisesti haastavampaa saada.

*No...jos nyt jotain -- rahaa meinaa jostain saada niin se täytyy tehdä sen maksajan ehdoilla, et siin ei oikee oo vaihtoehtoja -- teknis-taloudelliset reunaehdot pitää olla hanskassa -- mitä se tulee maksamaan ja niin edelleen, se on aina päällimmäisenä...että semmonen vapaa visiointi on kyllä hyvin vähissä -- kyllä sitä omaan piikkiin voi tehdä kaikkea, mutta se että joku siitä maksais niin se on kyllä sitten hyvin harvinaista... (Haastateltava Theeta)*

*Se mikä mejän alalla kokoajan -- muuttuu on se -- asiakkaitten palvelu, mä tiedän että osa ajattelee niin että tota 'tämä on minun taideluomukse- ni', mutta mä olen -- aika vahvasti sitä mieltä että tässä pelataan niin pitkälle muitten rahoilla -- se on aika pikku juttu siinä että mitä -- se tekijä siitä haluaa -- se pitää nimenomaan lähtee siitä että se, joka sen mak- saa ja käyttää sitä, on tyytyväinen. (Haastateltava Gamma)*

Itse luovuus saattaa kärsiä, jos on ajateltava lähtökohtaisesti asiakasta. Jos toimijan työ on asiakaskeskeistä, luovuudesta joutuu väistämättä joustamaan, ainakin sen verran, että voidaan taata asiakastytyväisyys ja tulot myös jatkossa.

Suurin osa haastateltavista haluaa pysyä omavaraisina, eikä kasvattaa toimintaansa työntekijöiden määrällä. Haastattelujen perusteella vaikuttaa siltä, että yksin työskennel- lessä saa tehdä ja ideoida niin vapaasti, että laajentuminen olisi myös riski sekä toiminnalle että itse luovuudelle. Epsilon ei halua toimintaansa alihankkijoita eikä jälleenmyy- jiiä, vaan haluaa pitää toiminnan jatkossakin omavaraisena. Samankaltaisia ajatuksia on myös Alfalla ja Deltalla. Laajentumiseen, varsinkin vientiin, tarvittaisiin ulkopuolista apua, johon nykyisellä toiminnalla ei useimmilla ole varaa. Agentit ja managerit eivät ole ilmaisia. Luovuuden ympärillä toimivat ihmiset ottavat osuutensa välistä, eikä eri- laisten agenttien tai managerien käyttö ole välttämättä toimijalle kannattavaa.

*Meil ei oo alihankkijoita ja meillä ei oo varsinaisesti jälleenmyyjiä, eikä me aijota tästä vapaudesta sitä maksaa, että ruvettais niitä ottamaan- eli me ei hankita kumpaakaan, laajentuminen, semmonen suurisuuntai- nen laajentuminen ei oo tarkoitus että -- tarkoitus on että tää on tässä ja täällä eletään, jos ei eletä ni sit tehää jotain muuta. (Haastateltava Epsi- lon)*

*Varmaan aika monilla on vähän samanlainen niinkun lähestymistapa ja tavoitteet kun mulla -- on niitäkin, jotka halua selkeesti kasvaa ja tulla suuremmaks, mut aika monilla on kuitenkin se tietty raja, ettei halua kasvaa kovin suuriksi -- ja suurin osa haluaa pysyä itsenäisinä, yksin..*  
(Haastateltava Alfa)

*Mä uskon kauheesti kanssa tohon niinku sanan leviämiseen --mä en halua tästä tehdä mitää jättibisnestä, raja menee siinä että mä en halua koskaan palkata ketään...et mä haluan pitää sen niin että mä oon se -- pääioma...(Haastateltava Delta)*

*Se on aika vähäistä (asiakkaat ulkomailla)..ulkomaisis näyttelyis on -- mut ne ei oo myyntinäyttelyitä. .mä luulen et mahdollisuuksia varmaan ois enemmän, mut se vaatis sitä että olis joku manageri tai agentti, joka tekis sen työn mun puolesta et se on ku mä teen itse teen melkeen kaikki työt... (Haastateltava Alfa)*

Epsilon pitää asiakaspalvelua erittäin tärkeänä Fiskarsin ruukissa. Hän harmittelee huvittuneena, ettei usean kielen osaamisesta huolimatta osaa puhua kaikkia asiakaskuntansa käyttämiä kieliä. Käytössä olevan vieraskirjan kautta on ollut mielenkiintoista seurata, monetko vierailut johtavat myöhempiin yhteydenottoihin verkkokaupan kautta.

*Asiakaspalveluhan on tälläses paikas hirveen tärkeitä...et asiakasta ei jätetä yksin -- tänne tullaan sitä varten, et tääl kohdataan tekijöitä ja täältä löydetään jotain kivaa ja tääl on mukavaa ja tänne tullaan lomalle- ja vietetään vapaapäivää. (Haastateltava Epsilon)*

Koska ihmiset voidaan nähdä koko paikan toiminnan ajureina, on tärkeää luoda itse toimijoille mahdollisimman miellyttävät oltavat. Kun päätöksissä vastuussa olevat tahot ottavat huomioon pohjimmaiset seikat, kuten asumisen ja työtilojen kohtuulliset hinnat, saadaan luovan alan toimijat pysymään alueella myös jatkossa. Itse osajien avulla paikkaa voidaan myös profiloida oikealla tavalla.

Kun luovat toimijat profiloituvat asiakkaiden silmissä hyviksi asiakaspalvelijoiksi, sana leviää ja alueelle tulee matkailijoita (ts. luovaa matkailua) myös jatkossa, joka varmistaa alueen toimijoille kannattavuutta ja tuloja. Toimijoiden viihtyvyyttä lisäävät kylän verkostot ja toiminnat, jotka muodostavat kylään yhteistyökuvioita ja vahvistavat synergiaa entisestään.

Vaikka haastateltavat toimijat eivät halua kasvaa toimijakoossa, lisämyyntiä voidaan kuitenkin hakea digitaalisin keinoin lisäämällä jakelukanavia. Tällöin myöskään syrjäinen sijainti ei ole toiminnalle rajoite. Asiakas voi rauhassa tutustua tuotteisiin Fiskarsissa sijaitsevassa myymälässä ja tehdä ostokset myöhemmin kotona. Epsilon on huomannut, että verkkokauppa ja sosiaalinen media tavoittavat toistaiseksi paremmin nuoremmat kuluttajat. Haasteena on saada potentiaalinen asiakasryhmä myös tekemään ostoksia verkossa. Aktiivisuus sosiaalisessa mediassa on tehokas tapa lisätä toimijan tunnettuutta ja sanan leviämistä.

*Meillon verkkokauppa, facebookki -- sosiaalista mediaa että twitter, instagram -- kyllä niistä tulee...on hyötyä...kyllä se sana sitte niiden kautta leviää -- me aina annetaan ihmisille mukaa yhteystiedot, pieni tollanen käyntikortin kokonen muistilappu, että missä on sitte justiin netti ja facebookki ja sitä kautta pääsee sitte liikkeelle siitä..*

*Verkkokaupan kautta tulee aina välillä -- kansainvälisesti pienestä paikasta hankkiminen, ihmisillä on kynnys hankkii et saako ne oikeesti sen tuotteen mitä ne on tilannu...nuoremmat ihmiset ostaa herkemmin...nuoret luottaa enemmän nettiä ku vanhemmat ihmiset, sen mä oon huomannu et ihan selkeesti. (Haastateltava Epsilon)*

Toimijoista Beeta ja Epsilon olivat aktiivisimpia sosiaalisessa mediassa. Haastateltavista kaikilla muilla paitsi Beetalla oli melko vaatimattomat tavoitteet kasvaa ja sitä perusteltiin tarpeena pysyä yhden henkilön toimintana. Beeta on kasvanut määrätietoisesti viime vuosina useaan eri maahan ja jatkaa kasvuaan luultavasti myös tulevina vuosina.

### **5.1.3 Patentit ja tekijänoikeudet**

Luovaa alaa käsittelevä kirjallisuus tuo usein esille luovien alojen patenttien ja tekijänoikeuksien tärkeyden. Tätä perusteltiin muun muassa Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisussa (2012, 12–13), jonka mukaan luovan talouden muodostavat yksilöt tai yritykset, jotka tarjoavat luovuuteen tai tekijänoikeuksiin perustuvia tuotteita tai palvelujaan asiakkaille, joita voivat olla kuluttajat, yritykset tai kolmas sektori ja julkiset toimijat. Myös usein tässä työssä käytetty Howkins korosti patenttien, tekijänoikeuksien, tuotemerkkien ja designin merkitystä (Howkins 2001, xi-xiii). Bilton perusteli luovien alojen syntymisen pohjautuvan tekijänoikeuksien kaupallisiin mahdollisuuksiin (Bilton 2007,

164–165). Työ- ja elinkeinoministeriö (2013, 43) piti tekijänoikeuksia myös edellytyksenä sille, että luova sektori voi säilyä elinvoimaisena.

Fiskarsissa eivät patentit ja tekijänoikeudet ole toistaiseksi olleet ajankohtaisia kovin usealle toimijalle. Useimmat haastateltavat eivät olleet ottaneet käyttöönsä mallisuoja tai patenteja. Tätä voitiin perustella esimerkiksi sillä, että oma tuote on niin tunnettu tai uniikki, että sitä on vaikeampi lähteä kopioimaan (haastateltava Alfa ja Beeta). Jos kopioita tulee vastaan, niihin on Alfan mukaan vaikea puuttua, elleivät ne ole täysin identtisiä versioita omasta työstä. Alfa ja Beeta eivät kuitenkaan sulje pois mahdollisuutta hyödyntää patenteja tai mallisuoja tulevaisuudessa. Tähän asti ne eivät kuitenkaan ole tulleet ajankohtaisiksi.

Delta koki kohtaavansa käsityöläisenä, että *kaikki on maailmassa keksittyä*, joten toimija tavallaan hyväksyy tämän jo laittaessaan tuotteita myyntiin. Delta on kuitenkin iloinen, jos myymälässä vierailevat asiakkaat kysyvät lupaa ennen kuin ottavat kuvia ja jakavat ideoita muille.

Muista poiketen Epsilonilla on käytössä tuotemerkki, jonka johdosta hänen tuotteen sa on turvattu kopioilta. Toimija on myös lanseerannut erään tuotteen materiaalin nimen, jonka avulla yritys löytyy helposti myös internetin välityksellä. Haastateltavista Epsilonilla on käytössä tekijänoikeudet ja hän kuuluu tekijänoikeuksien kautta myös alan tekijänoikeusyhdistykseen. Tällöin mahdollisessa kopiointitilanteessa Epsilonilla on lakimies selvittämässä asiaa. Hän ei ole kuitenkaan törmännyt vakaviin kopiointiongelmiin, vaikka joskus asiakkaat ovat kysyneet, voisivatko he käyttää Epsilonin materiaalia ja tehdä samanlaisia tuotteita itse.

Myös Theeta on ottanut käyttöön patentin varmuuden vuoksi, mutta pitää sitä tällä hetkellä vain kuluna. Hän on myös yrittänyt lisensoida tuotteensa. Haastateltavista Iootalla on ollut käytössään sarjanumero, jonka avulla hän on voinut hyvin seurata ja dokumentoida tuotantoaan ja myytäviä tuotteita. Iootaa inspiroi järjestelmällisyyteen oma puoliso.

Eetan ja Zeetan mielestä taideteoksesta näkee heti, jos se on kopioitu. Suomessa on heidän mukaansa perinteisesti annettu paljon huomiota sille, kenen työ on kyseessä ja joskus työn oikean alkuperän huolimaton selvittäminen on johtanut kopiotöiden esittelyyn. Oma työ on aina henkilökohtainen, eikä toinen pysty ikinä kopioimaan toisen työtä, vaikka kuinka haluaisi. Zeetan mukaan kopioimiseen voi myös suhtautua positiivisesti: jos joku lähtee kopioimaan työtä, ehkä siinä on vielä jotain kehitettävää.

Haastattelujen perusteella patentit ja tekijänoikeudet eivät olleet yhtä suuressa roolissa, kuin mitä kirjallisuuden perusteella olisi voinut olettaa. Kirjallisuus perusteli luovien alojen selviämisen edellytyksenä olevan patentit ja tekijän oikeudet, joten vain aika näyttää, olisiko kaikkien toimijoiden toiminta kestävämpää tekijänoikeuksien tukemana.

## 5.2 Luovan ympäristön vetovoimatekijöitä

Fiskarsissa vetovoimatekijät ovat tärkeässä roolissa pohdittaessa luovan talouden ja alueellisen toimintaympäristön suhdetta. Hyvä toimintaympäristö on erityisen tärkeä luoville aloille, koska ala on herkkä muutoksille ja kärsii epävarmuudesta ja kannattamattomuudesta. Silloin laadulliset asiat, kuten inspiroiva ympäristö ja alueen ihmisten muodostamat viralliset ja epäviralliset verkostot voivat saada muita toimialoja suuremman merkityksen.

Kaikki haastateltavat pitivät Fiskarsin ympäröivää ympäristöä ja luontoa tärkeinä vetovoimatekijöinä luovalle toiminnalle:

*Ne on niin kliseitä ne että ympäristö ja tä luonto ne on ihan hirveen tärkeitä...se että sä avaat oven ni sä oo metsässä, jos semmosesta tykkää ni sit oot paratiisissa. (Haastateltava Delta)*

Fiskarsin vetovoimatekijät tukivat kirjallisuuden löydöksiä luovan toimintaympäristön tärkeistä ominaisuuksista, varsinkin luovan maaseudun kirjallisuuteen pohjautuen. Tärkeimpänä Fiskarsin vetovoimatekijänä pidettiin sen kaunista inspiroivaa luontoa, ihmisiä ja osuuskuntaa, sekä edullisia asumis-, elin- ja työtilakustannuksia. Inspiroiva luonto on ainutlaatuinen ja poikkeaa perinteisestä suomalaisesta maisemasta rikkaalla puustollaan. Osuuskunnan tukemana Fiskarsiin on muodostunut dynaaminen yhteisö, jonka toimijat ovat tekemisissä niin epävirallisten kuin virallistenkin työkuvioiden kautta. Epävirallista toimintaa ovat esimerkiksi yhdessä järjestetty harrastustoiminta, virallisempaa ovat kylän erilaiset kokoukset, yhteistyökuviot ja näyttelyt.

Näyttelyjen järjestämiseksi tarvitaan paljon talkootyötä ja monen toimijan yhteistä aktiivista panosta. Fiskarsin päättäjien linjauksien johdosta luovilla toimijoilla on ollut mahdollisuus suuriin työtiloihin ja asumiseen kohtuullisin hinnoin. Kun pienelle alueelle on keskittynyt suuri määrä luovan alan toimijoita, on saatu aikaan synergiaa, jolloin toimijoiden potentiaali on enemmän kuin mitä ne olisivat yksin. Haastateltavien mainitsevat synergiaedut liittyivät nimenomaan verkostoihin, vertaistukeen ja auttamiseen enemmän kuin toimintaa tukeviin fyysisiin ominaisuuksiin. Toisaalta osaavan asuuskunnan johdosta kylän toimijat voivat elää suhteellisen omavaraisesti, koska kylästä löytyy apua ja osaamista moneen asiaan.

Taiteilijalle erakoituminen on tärkeää. Vaikka Helsingissä olisi lähempänä itse taidemarkkinoita, ostajia ja apurahoja, kaunis luonto ja ympäristö ovat inspiroineet jättämään Fiskarsiin. Syrjäinen sijainti ei ole haitannut toiminnan aloittamista. Edulliset työtilat ovat monelle toimijalle niin tärkeitä, että niiden vuoksi on ollut kannattavaa aloittaa toiminta vaikka hieman syrjässä kuluttajista ja suuremmista kaupungeista. Alfan mukaan moni taiteilija joutuu tästä syystä perustamaan työtilansa muualle kuin Helsinkiin.

*Olis paljon helpompaa, jos olis lähempänä Helsinkiä...mä aina välillä mietin et jos muuttais Helsinkiin, mut se on esimerkiks mun työkuvion kautta todella vaikeaa, koska työtilan hankkiminen Helsingistä on jo niinku sellanen kustannus...työtila ja asunto yhteensä niin se on yhtälönä aika mahdoton...(Haastateltava Alfa)*

Fiskarsin kylämiljöö luo toimijoille miellyttävän ympäristön, jossa työ ja vapaa-aika eivät välttämättä ole kaksi toisistaan erillistä asiaa, kuin mitä voisi olla esimerkiksi työskennellessä kaupungissa. Näin on ainakin käynyt Gamman kohdalla:

*Mä luulen, mul on aika monta kollegaa, jotka on tuolla Helsingissä -- kyllä mä luulen että ne vähän eri tavalla tekee niinku hommia...*

Usea haastateltavista on perheellinen tai nauttii muuten vain laadukkaasta ja rauhallisesta elämästä maaseudulla. Ympäristö on myös turvallinen ja kannustava ilmapiiri kasvattaa lapsia, sillä taideyhteisössä elävät lapset eivät kohtaa tyypillisiä paineita esimerkiksi pukeutumisen suhteen. Paikkaan sitoutumista vahvisti usean haastateltavan kohdalla perhe-elämä (lapset ja lemmikit), talon hankinta ja remonttiprojektit. Haastateltavat vaikuttavat tyytyväisiltä asunpaikkaansa, eivätkä ole suunnitelleet poislähtöä lähiaikoina. Kylän asukkaaksi on ollut helppo sopeutua, koska lähes kaikki muutkin asukkaat ovat kotoisin jostain muualta.

*Kyl seki varmaan vaikuttaa aika paljon, et monet täällä, ei oo paikkakuntalaisii, et sä voit olla vieraal paikkakunnalla niinku kotonas. (Haastateltava Eeta)*

Kun kylään muuttaa uusia asukkaita, voivat he halutessaan hakea suoraan osuuskunnan jäseniksi ja esittäytyä kokouksessa. Toisinaan uusi toimija avaa pajansa, jotta kylän vakiintuneet asukkaat voivat käydä tutustumassa uuden tulokkaan toimintaan paremmin. Kylän sähköpostilistalla tiedotetaan monenlaisista tapahtumista, joten kylään tullut saa nopeasti uusia kontakteja, kollegoja ja ystäviä.

Perheelliset haastateltavat kehuivat Fiskarsia erityisen turvalliseksi ja avoimeksi paikaksi kasvattaa lapsia. Kylän lapset ovat itsekin osuuskunnan jäsenien lapsia, joten avoin, avarakatseinen ilmapiiri on selkeämmin mahdollinen, kuin mitä se olisi esimerkiksi kaupungissa.

*Tä on semmonen tosi hyvä kompromissipaikka myös kasvattaa lapset ja sitte tehä tätä rauhassa ja aika pienet niinku asumis- ja elämiskustannuk-*

*se -- no on se just tää ilmapiiri et tääl ei oo mitenkään erikoinen, tai niinku tääl ei oo outo, vaan tääl on ihan tavallinen, et jossai muual ois varmasti...jossai pienel paikkakunnal ainaki. (Haastateltava Zeeta)*

*Kyllä täällä on aika erikoista sakkia -- niin tuota me ollaan joskus puhuttu ihan huvikseen et olis kiva jos tänne tulis ihan 'tavalline ihmine' -- jos me asuttais jossain Helsingissä ni siel ei ois tämmöstä porukkaa...tääl on kauheen fiksua jengiä -- kyllä ne on järjestäen niinku semmosia kivoja ihmisiä -- kyllä mejän hommassa on niin paljon yhteistä... just siinä taiteen tekemisen prosessissa et tutustutaan aiheeseen ja mietiskellään... (Haastateltava Gamma)*

Zeeta toi myös esille tärkeänä seikkana, että Fiskarsissa lapsilla ei ole paineita pu-  
keutua esimerkiksi merkkivaatteisiin, kuten saattaisi olla muissa, kaupungeissa sijaitse-  
vissa kouluissa. Paineettomuus korostuu myös aikuisten arjessa: kolme haastateltavista,  
Delta, Zeeta ja Eeta kehuivat myös kylän rentoutta, siellä saa olla oma itsensä, eikä tar-  
vitse liiaksi hienostella.

*Tääl on niin ihanaa, ku täällä voi lähtee niinku, mä en yhtää mieli mitkä vaatteet on päällä ja onko meikkiä...on jotenki niin rentoo... (Haastateltava Delta)*

*Ei täällä tarvii kauheesti mieltä sitä, et minkä näkönen on ja mitä laittais päällensä, et tääl saa niinku elää. (Haastateltava Eeta)*

Luovan talouden kirjallisuus korostaa taiteilijoille tärkeää erakoitumista. Tämä oli tärkeää myös monelle haastateltavista. Osalle haastateltavista juuri hiljaiset talvikuu-  
kaudet ovat ihanteellisia, koska silloin voi tosissaan keskittyä työhön ennen kesän kii-  
reistä sesonkia (Alfa, Delta). Tällaisilla toimijoilla työntekoon liittyvä vuosikierto tiivis-  
tyy ääripäihin: hiljaiseen talveen ja kiireiseen kesään. Delta kertoo huvittuvansa aina,  
kun asiakkaat pohtivat ääneen, kuinka kamalaa Fiskarsissa mahtaa olla talvella. Todelli-  
suudessa hän nauttii Fiskarsin hiljaisuudesta, koska kesä on kiireisenä aikana toimijalle  
henkisesti raskasta. On tosin niitäkin, joilla työrytmi on enemmän riippuvaista koulujen  
lomista (Gamma, Zeeta, Eeta) tai asiakasyritysten loma-ajoista (Beeta, Gamma, Theeta).

Todella tärkeänä erakoitumisen vastapuolena nähtiin myös mahdollisuus olla halu-  
tessaan yhdessä. Fiskars on hyvä kompromissipaikka, jos pitää luonnosta, muttei halua  
asua Deltan sanoin *keskellä metsää*. Jos kokee itsensä yksinäiseksi, voi mennä ulos ja  
pian törmääkin kylän asukkaisiin, joiden kanssa voi epävirallisesti ideoida tulevia pro-  
jekteja tai jakaa luovaan työhön liittyviä ongelmia ja haasteita.

Beetan mukaan logistisesti Fiskars ei sijaitse ihanteellisessa paikassa, mutta nyky-päivänä puhelimen ja internetin avulla pärjää hyvin. Inspiroiva ilmapiiri on ollut Beetan toiminnalle sen verran tärkeää, että alueella on kannattanut pysyä. Toisaalta moni piti Fiskarsin sijaintia Helsingistä juuri sopivana, eikä muutenkaan pitänyt syrjäistä sijaintia kovin ratkaisevana tekijänä, sillä *netti ja puhelin toimii*. Osalla sen sijaan matkakustannukset nousevat usein liian korkeiksi, eikä suuremmissa kaupungeissa päästä vierailemaan kuin kerran kuukaudessa. Gamma kertoo vierailevansa usein perheen kanssa Helsingissä viikonloppu- tai loma-aikana, ja usein on ajettu *ruuhkaa vastaan*.

Theetan mielestä Fiskarsissa ovat tärkeitä edulliset asumiskustannukset ja aktiivinen osuuskunta. Fiskarsiin on tultu, koska se on taannut luoville toimijoille edulliset asumisen ja työtilat. Sen lisäksi kylällä on asiakkaiden mielestä hyvä maine ja imago. Epsilon ja Theeta mainitsivat haastatteluissa paikan imagon ja maineen tärkeyden toiminnalleen. Gammalle myös alueen historiallisuus ja maisemat ovat tärkeitä vetovoimatekijöitä. Hän pitää Fiskarsia suomalaisittain poikkeavana miljöönä, *puusta tehtynä eteläsakslaismaisena kylänä*, jossa on useita Suomen luonnolle harvinaisia puulajeja.

Fiskarsin toimintaympäristö on hyvä esimerkki maaseudun elävöittämisestä ja vanhojen rakennusten uusiokäytöstä, joka voisi toimia myös muualla päin Suomea ja useissa muissakin maissa. Jos kylän toimintaan voidaan jatkossa lisätä sopivasti myös koulutus- ja elämystoimintaa osuuskunnan tueksi, voitaisiin sen vuosikierto saada mahdollisesti tämänhetkistä tasaisemmaksi.

Taulukossa 13 on esitetty koottuna kirjallisuuden tuntemat vetovoimaan vaikuttavat tekijät joita on verrattu haastatteluissa vastaan tulleisiin tekijöihin. Tämä on tehty luettelamalla oikeaan sarakkeeseen kirjallisuudessa aiemmin vastaan tulleet tekijät ja vasemmalle puolelle on haastateltaville tärkeät seikat.

Taulukko 13 Luovan paikan vetovoimatekijöitä Taulukon 5 pohjalta

Vetovoimatekijät aineiston perusteella	Vetovoimatekijät kirjallisuuden perusteella
luovuus	luovuus
<b>paikan imago</b> , identiteetti, <b>perinteet</b> , <b>maine</b>	paikan imago, identiteetti, perinteet
kulttuurinen toiminta, kulttuuri- ja viihdepalvelut, <b>galleriat</b> , kustantamot, mukavuudet, <b>virikistymismahdollisuudet</b> , <b>harrastusmahdollisuudet</b>	kulttuurinen toiminta, kulttuuri- ja viihdepalvelut, galleriat, kustantamot, mukavuudet, virikistymismahdollisuudet
tieto, <b>inspiraatio</b> , ”buzz”, teknologia, innovaatiot	tieto, inspiraatio, ”buzz”, teknologia, innovaatiot
rahoitus ja hallinto, paikan investointipäätökset, verojärjestelmät	rahoitus ja hallinto, paikan investointipäätökset, verojärjestelmät
<b>instituutiot ja toimijat</b> , <b>osuuskunta</b>	instituutiot ja toimijat
<b>koulutus-</b> ja työharjoittelumahdollisuudet, osaavat tekijät, <b>koulu</b>	koulutus- ja työharjoittelumahdollisuudet, osaavat tekijät
<b>verkostot</b> , oppiminen, hiljainen tieto, <b>vuorovaikutus</b> , <b>synergiaedut</b> , <b>sosiaaliset yhteisöt</b> , klusterit, <b>viralliset ja epäviralliset kokoonpanot</b> , <b>vertaistuki</b> , <b>monipuoliset yhteistyömahdollisuudet</b> , ”fiksut & ystävälliset ihmiset”	verkostot, oppiminen, hiljainen tieto, vuorovaikutus, synergiaedut, sosiaaliset yhteisöt, klusterit
<b>paikan ja työtilojen edullisuus, suuremmat työtilat kuin kaupungissa</b>	paikan ja työtilojen edullisuus, suuremmat työtilat kuin kaupungissa
infrastruktuuri, liikenneinfrastruktuuri, <b>alueen saavutettavuus</b> , alueen pääoma, <b>palvelut</b> , <b>julkinen liikenne</b> , <b>matkakustannukset</b>	infrastruktuuri, liikenneinfrastruktuuri, alueen saavutettavuus, alueen pääoma
markkinat, taiteellisten tuotteiden kulutus, paikallisten varallisuus, <b>markkinat muualla</b>	markkinat, taiteellisten tuotteiden kulutus, paikallisten varallisuus
<b>avarakatseisuus</b> , <b>avoimuus</b> , <b>monimuotoisuus</b> , ”ei tarvitse miettiä, miltä näyttää”, ”sä voit olla vieraalla paikkakunnalla niinku kotona”	avarakatseisuus, avoimuus, monimuotoisuus
työvoima, palkka	työvoima, palkka
<b>elämänlaatu</b> , <b>ilmapiiri</b> , <b>edellytykset perhe-elämälle</b>	elämänlaatu, ilmapiiri, edellytykset perhe-elämälle
toimivat asuntomarkkinat, <b>asumisen edullisuus</b>	toimivat asuntomarkkinat
<b>eristys</b>	eristys
<b>kauneus</b> , <b>maisemat</b> , <b>luonnon ympäristö</b>	kauneus, maisemat, luonnon ympäristö

**Lihavoitu**= kirjallisuuden ja Fiskarsin yhteiset ominaisuudet

**Punaisella** = haastattelun perusteella Fiskarsin positiiviset ominaisuudet (vain haastattelujen perusteella)

**Sinisellä** = haastattelun perusteella Fiskarsin negatiivisesti vetovoimaan vaikuttavat tekijät (sekä kirjallisuudessa että Fiskarsissa mainitut)

Erot kirjallisuuden ja tutkitun toimintaympäristön välillä saattavat johtua kirjallisuuden keskittymistä kaupunkiympäristöön, kun taas tässä tutkimuksessa tutkittiin maaseudulla sijaitsevaa luovaa keskittymää. Useat ominaisuuksiin liittyvät negatiiviset tekijät

liittyivät juuri paikan eristyneisyyteen, mutta toisaalta kehuttuja verkostoihin viittaavia seikkoja kirjallisuus käsitteli etukäteen myös kaupunkiympäristöissä, joka viittaa vahvasti toiminnan keskittymiseen ja synergiaetuihin.

Vain muutama toimintaan liittyvä haaste liittyi juuri itse Fiskarsin toimintaympäristöön. Haastateltavien suurina toimintaympäristöön liittyvinä haasteina nähtiin vaikeus pitää ympärivuotista toimintaa, koska Suomen sää ja valo-olosuhteet vaihtelevat suuresti, tehden vuosikierrosta epäsäännöllisen. Vaikka Fiskars pyrkii jatkuvasti kasvattamaan kävijämäärää, vilkkaimmat ajat rajoittuvat edelleen joulun ja kesäsesonkiin. Epsilon pitää Fiskarsin kesäsesonkia kannattavampana kuin joulusesonkia ja joulun alla toimijalle on tärkeää lähteä pois kylästä. Myös Delta on huomannut, että joulun aikaa myynti käy parhaiten vain niissä myymälöissä, jotka sijaitsevat pääkadulla, koska vierailijoiden konservatiivisuus sijainnin suhteen näyttää korostuvan erityisesti pimeinä aikoina.

Asiakkaiden määrä on oltava suuri, jotta toiminta on kannattavaa, sillä todella monen täytyy käydä ensin myymälässä katselemassa, ennen kuin joku oikeasti ostaa. Deltan mukaan Fiskarsin toiminta on kannattavaa toukokuusta syyskuuhun. Hiljaisemmat ajat ovat kuitenkin toimijoille tärkeitä, sillä silloin tuotteita myyvät toimijat voivat tehdä tuotteita valmiiksi varastoon sesonkiaikojen varalle.

Deltan mielestä alueen tarjoamat palvelut (esim. kaupat, lääkärit, posti) ovat puutteelliset ja liian kaukana. Epävarmuutta aiheuttavat myös jatkuvat uhkapuheet julkisen liikenteen tai koulun lakkauttamiseen liittyen. Kylän koulu on monelle toimijalle äärimmäisen tärkeä tekijä, koska se mahdollistaa pienempien lasten turvallisen kasvattamisen. Useat haastateltavat sanoivat vaikeiden kulkuyhteyksien aiheuttavan toiminnalle haasteita ja ylimääräisiä kuluja. Monet mainitsivat Fiskarsin sijaitsevan materiaalikuljetusten vuoksi logistisesti vaikeassa paikassa, koska lentokentät ovat kaukana, mutta Beetan mukaan internetin ja puhelimen avulla asiat hoituvat silti hyvin.

Taiteilijat, jotka eivät työskentele Fiskarsissa, saattavat Eetan ja Zeetan mukaan pitää Fiskarsin toimijoita *sisäänpäinlämpeävinä*, mutta he eivät itse ole kokeneet asiaa niin. Yhtenä ongelmana nähtiin kuitenkin, että osuuskunta on kasvanut jo niin suureksi, että päätöstenteko on hidastunut ja vaikeutunut. Osuuskunta toimii kuin yhteiskunta pienessä koossa, joten pienellä alueella voi syntyä *monenlaista liikehdintää niin hyvässä kuin pahassa*. Myös pienempien ryhmien toiminta voi olla vaikeaa:

*Jos pienempi ryhmä irrottautuu ja menee jonneki niin siin on aika monta, jotka kysyy miks mä en oo mukana.* (Haastateltava Alfa)

Myös Kappan mukaan osuuskunta on kasvanut jo niin suureksi, että se kaipaisi rinnalleen myös muuta luovia tekijöitä tukevaa toimintaa jotka voisivat auttaa saamaan toiminnasta enemmän ympärivuotista. Kappan näkee potentiaalia luovuuden, innovaation ja koulutuksen yhdistämisessä ja erilaisten elämys- ja koulutuspalvelujen tarjoami-

nessa vierailijoille. Kappan mielestä luovaan innovaatioympäristöön kuuluu hyvänä lisänä koulutustoiminta, jota voidaan levittää niin alan toimijoiden kesken kuin Fiskarsiin matkaaville turisteille. Vierailijoille järjestettävä koulutus- ja elämystoiminta voisi tuoda Fiskarsin vuosikiertoon myös tasaisemman kävijämäärän, sillä vaikka kylässä järjestetäänkin aktiivisesti tapahtumia ympäri vuoden, Suomen sää- ja valo-olosuhteet ovat usein haastavia. Haasteena on löytää luovat toimijat, jotka voivat toteuttaa täydennyskoulutusta luovan alan toimijoille, mutta samalla ymmärtävät myös yrityksille tarjottavien elämyspakettien merkityksen. Opetustapahtumat voivat parhaillaan tarjota yrityksille ja ryhmille mielenkiintoisia yhteisiä elämyksiä ja tiiminrakennusta.

### **5.3 Paikallinen vuorovaikutus ja yhteistyön muodot**

Seuraavaksi esitettävässä taulukossa on lueteltu haastateltavien toimijoiden suhtautumista verkostoihin ja erilaisiin yhteistyön tapoihin. Yhteistyö ei välttämättä tarkoita kumppanuuksia pelkästään Fiskarsissa tai oman toimialan sisällä, vaan osalla on yhteistyötä myös muiden alan toimijoiden kanssa sekä kylän ulkopuolella. Yhteistyön lisäksi tässä luvussa käsitellään eri toimijoiden suhtautumista kilpailuun, joka osoittautui jakavan selvästi eri toimijoiden mielipiteitä.

Taulukko 14 Toimijoiden yhteistyö ja vuorovaikutus

Haastateltava	Yhteistyön muodot	Toimintaa kylän ulkopuolella	Suhtautuminen kilpailuun
Alfa	Onoman toiminta, yhteistyökuvioita myös oman alan ulkopuolella	Näyttelyitä, joitakin messuja, jälleenmyyjät	Ei kilpailua, enemmänkin kollegoja muiden toimijoiden kanssa
Beeta	Onoman toiminta, eri yritykset kylässä	Aktiivisesti messuilla ja tapahtumissa myös kansainvälisesti, jälleenmyyjät	Ei kilpailua, enemmänkin kollegoja muiden toimijoiden kanssa
Gamma	Onoman toiminta, myös kylän muut yhdistykset ja harrastustoiminta, yhteistyötä oman alan sisällä ja ulkopuolella	Alan messut, suuri osa asiakkaista kylän ulkopuolella	Ei kilpailua, enemmänkin kollegoja muiden toimijoiden kanssa
Delta	Onoman toiminta, yhteistyö muiden toimijoiden kanssa, epävirallinen harrastustoiminta	Opetustyö, messut	Ei, koska kylässä ei periaatteessa muuta vastaavaa toimintaa
Epsilon	Fiskarsin kauppiat	Joulumarkkinat kylän ulkopuolella, useat messut vuoden ympäri	Kyllä
Zeeta	Onoma, yhteistyötä oman alan sisällä ja joitakin kumppanuuksia myös oman alan ulkopuolella	Näyttelyt, alan seuran jäsenyys	Kyllä
Eeta	Onoma, yhteistyötä oman alan sisällä ja joitakin kumppanuuksia myös oman alan ulkopuolella	Näyttelyt, alan seuran jäsenyys	Kyllä
Theeta	Onoma, yhteistyötä toimijoiden kanssa, epäviralliset verkostot	Messut, suuri osa asiakkaista	Ei varsinaisesti, joissain projekteissa ehkä
Ioota	Onoma, yhteistyötä toisen kylässä sijaitsevan yrityksen kanssa	Messut, alihankintaa	Ei, koska kylässä ei periaatteessa muuta vastaavaa toimintaa

Fiskarsissa pääyhteistyömuotona on osuuskunta Onoma, jossa on tällä hetkellä yli 120 jäsentä. Osuuskunnan toiminta tähtää kylän toimijoiden toiminnan tukemiseen ja edistämiseen. Tärkeitä yhteistyömuotoja ovat vuosittaiset näyttelyt. Onoma pitää myös yhteistä myymälää, josta voi ostaa jäsenien tuotteita. Haastateltavista toimijoista vain yksi ei kuulunut Onomaan, mutta liittyminen saattaa olla ajankohtaista myöhemmin.

Alfa on ollut erittäin aktiivinen osuuskunnan toiminnassa ja tekee yhteistyötä myös muiden Fiskarsin toimijoiden kanssa. Yhteistyökumppanit eivät välttämättä ole samalta toimialalta, kuin hän itse. Beeta pitää Fiskarsin tilojen lisäksi uniikkia taideyhteisöä merkittävänä tekijänä, minkä vuoksi kylässä on viihdytty pitkään ja hyvin. Beeta on saanut myös muutamia yhteistyökumppanuuksia alueen muista toimijoista. Gamma on erittäin aktiivinen erilaisissa vapaa-ajan toiminnoissa Fiskarsin kylässä. Fiskarsissa työ ja vapaa-aika eivät Gamman mukaan ole kaksi erillistä asiaa, vaan ne sulautuvat yhteen.

Deltan mielestä tärkeää alueen ihmisissä on vertaistuki. Varsinkin oman toiminimen tai yrityksen perustamisen alussa jokainen kohtaa ongelmia ja haasteita ja on tärkeää, että kylässä on samoja ongelmia kohdanneita, joille voi mennä kertomaan ongelmistaan ja pyytämään apua. Taiteilijoille on verkostoitumisen lisäksi tärkeää myös mahdollisuus halutessaan erakoitua. Tähän usean mielestä Fiskars luo sopivat puitteet.

Onoma kokoontuu virallisina kokouksina ja kylässä järjestetään myös ”sparraus”- ja keskustelutilaisuuksia toimijoille. Osuuskunnan toiminta tuo yhteen ihmisiä, joiden kanssa eri ammattitaidosta johtuen ei välttämättä muuten olisi tekemisissä. Lisäksi kylässä toimii myös Martat, MLL, Fiskarsin kyläseura ja Fiskarsin kauppiaat. Harrastusmahdollisuuksia on tarjolla monipuolisesti. Zeetan mukaan tarjonnasta on välillä jopa ylitarjontaa, eikä kaikkeen ehdi osallistua. Kuten jo mainittiin, Fiskars on miellyttävä paikka perhe-elämälle ja osa on löytänyt myös elämäkumppaninsa tai hyviä ystäviä kylän asukkaiden joukosta. Kylässä tapahtuu myös paljon aktiviteetteja, esimerkiksi musiikki-iltoja, joita on ollut mahdollista järjestää kylän asukkaiden henkilökohtaisten suhteiden avulla.

Onoman kautta on tutustuttu myös kumppaneihin, joiden kanssa voidaan tehdä yhteistyötä. Yhteistyötä ei välttämättä tehdä aina kuitenkaan juuri oman alan toimijoiden kanssa, vaan kylän avoin ilmapiiri on rohkaisseut myös sekoittamaan eri luovien alojen toimijoiden työtä keskenään. Henkilön oma persoonallisuus vaikuttaa tietysti suhtautumiseen yhteistyöhön ja verkostoihin, mutta joidenkin osalla yhteistyö on ollut positiivinen lisä, vaikka tavallisesti kokisikin itsensä ”*itsensä kanssa puurtajaksi*”, kuten esimerkiksi haastateltava Alfa. Kappan mukaan luovat ideat ovat usein jo valmiina toimijoiden päässä, mutta niiden ollessa kontaktissa ihmisten ja luonnon kanssa, ne aktivoituvat ja ideoista syntyy konkreettista toimintaa.

Onoman kautta muodostuu tutkimuksen perusteella virallisen yhteistyön lisäksi myös epävirallisia kokoonpanoja, jolloin voidaan kokoontua yhteen ja viettää aikaa muiden toimijoiden kanssa. Hyvinä esimerkkeinä ovat Deltan mainitsevat saunaillat, lautapeliillat, ruuanlaittoillat, sienestys syksyisin ja talvisin avantouinti. Monesti epävirallisissa tapaamisissa keskustellaan myös tulevista näyttelyistä, sesongeista ja työasioista.

Monelle kylän asukkaat ovat tärkeä vertaistuki, joille voi jakaa ilot ja surut. Jos toimija tarvitsee työssään tukea, tietävät he helposti keneltä pyytää apua, sillä *kaikki tuntevat kaikki*. Kylässä on monipuolista osaamista, joten toimija voi seurailta kollegojen

käyttämiä palveluja, kuunnella ystävien suosituksia ja kysyä halutessaan vinkkejä virallisemmin vaikka kylän toimijoiden sähköpostilistalta.

Eräs suurimmista toimijoiden välisistä eroavuuksista liittyi heidän suhtautumiseensa kilpailuun. Kilpailua pidetään tärkeänä tekijänä klusteriteoriassa, sillä sen mukaan samassa keskittymässä sijaitsevat saman alan toimijat ovat vuorovaikutuksessa, *oppivat, kilpailevat ja vertailevat ideoitaan keskenään* aiheuttaen positiivisia heijastusvaikutuksia koko ympäröivään yhteisöön (Stern & Seifert 2010, 267). Suurin osa tutkimuksessa haastateltavista toimijoista ei pitänyt kilpailua itselleen oleellisena vuorovaikutuksen muotona tai toiminnan uhkana. Haastateltavien näkökulmat jakautuivat erittäin polarisoidusti joko ehdottomaan kilpailuun tai muiden työntekijöiden kokemiseen enemmänkin ”kollegoina”.

Alfa ei pidä muita kylän toimijoita kilpailijoina, vaan kokee positiivisena, että joku uusi tulee alalle ja tekee mielenkiintoisia töitä.

*Toi on hassu, ku siihen aina joskus törmää, kun mä en osaa mieltää kilpailijoiksi ihmisiä, kollegoita, mä en vaan osaa mieltää, vaikka ne oliskin sitä -- et niinkun mä oon jotenki vaan iloinen, jos alalle tulee joku uusi ja varsinki jos ne tekee jotain erityisen kiinnostavia töitä, niin mä oon vaan innostunut. (Haastateltava Alfa)*

*Siis kaikkihan me kilpaillaan samasta niukasta resurssista eli rahasta, näinhän se menee. (Haastateltava Epsilon)*

Epsilonin tuntemukset niukoista resursseista voi osaltaan motivoida toimimaan innokkaasti ja pyrkimään parhaaseen mahdollisuuteen toimintaan. Kilpailua ei kuitenkaan välttämättä koeta epätoivottuna, sillä se on tyypillistä klustereille ajatusten ja tiedon vaihdon sekä yhteistyön lisäksi.

Beeta ei pidä Fiskarsin toimijoita kilpailijoina, vaan enemmänkin kollegoina, joiden työtä tulee kannustaa ja tukea. Beetan mielestä suurin haaste luoville aloille tulevaisuudessa ei ole pelkästään osata tehdä hyvää työtä, vaan myös taito tuoda esille, että osaa. Myös internet tuo haasteita sekä uhkia: haastateltavan mukaan pitää osata tulla löydeytyksi muiden taitavien osaajien joukosta.

Haastateltavista ne, jotka kokivat kilpailevansa kylän toimijoiden kanssa, käsittivät kilpailun koskevan koko kylän toimintaa, ei pelkästään oman alan sisäistä kilpailua. Haastattelun perusteella vuorovaikutuksen muodoista oppiva ja vertaileva vuorovaikutus olivat kuitenkin toimijoille suuremmassa roolissa, kuin itse kilpailu.

## 5.4 Fiskarsin SWOT

Tässä tutkimuksessa on käytetty Fiskarsin vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia analysoidessa liiketaloudellisesta tuttua SWOT-nelikenttää. SWOT-nelikentän osat tulevat englanninkielisistä sanoista strengths, weaknesses, opportunities ja threats. Sitä voidaan käyttää moneen eri tarkoitukseen ja se voidaan laatia yksilö- tai ryhmätyönä. Analyysin kohteena voi olla koko toiminta laajuudessaan tai esimerkiksi pienempi osa-alue. SWOT-analyysissä asioiden arvioiminen on subjektiivista, koska joku voi nähdä sellaisen asian mahdollisuutena, jota joku muu pitää uhkana. Nykyhetkeä ja tulevaa koskevia SWOT-analyyseja voi myös tehdä rinnakkain, mutta tässä tutkimuksessa kaikki ominaisuudet on lueteltu hyödyntämällä samaa taulukkoa. SWOT-analyysin pohjalta voidaan kehittää päätelmiä siitä kuinka vahvuuksia voidaan käyttää hyödyksi, kuinka heikkoudet käännetään vahvuuksiksi ja kuinka tulevaisuuden mahdollisuudet voidaan hyödyntää ja uhat välttää. Tämän avulla voidaan luoda toimintasuunnitelma. (Lindroos & Lohivesi 2006, 217–218.)

Fiskarsin toimintaympäristöstä on haastattelujen ja tutkijat päätelmien perusteella muodostettu SWOT, joka esittelee kylän sisäiset vahvuudet, sisäiset heikkoudet, ulkoiset uhat ja ulkoiset mahdollisuudet nykyhetkenä. Lisäksi taulukkoon on lisätty tulevaisuuteen liittyvää ennakointia. Osa SWOT:issa esitellyistä asioista on selvästi Fiskarsista riippuvaista ja osa itse luovan talouden asemasta riippuvaa. Fiskarsista riippumattomia, suomalaisen luovan talouden yleisiä tulevaisuusnäkyymiä tarkastellaan tarkemmin luvussa 5.4.

Taulukko 15 Fiskarsin SWOT

<p><b>Sisäiset vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+monipuolista osaamista ja synergiaa pienellä alueella</li> <li>+virallista ja epävirallista yhteistyötä eri toimijoiden välillä</li> <li>+osuuskunta Onoma</li> <li>+kannustava ilmapiiri</li> <li>+paikan imago ja tunnettuus kuluttajien silmissä</li> <li>+laadukasta osaamista ja toimijat ovat erittäin sitoutuneet työhönsä</li> <li>+toimijoiden tyytyväisyys ympäristöön: useimmilla halu jäädä Fiskarsiin</li> <li>+useilla halu kehittää alueen toimintaa ja usko siihen, että voi vaikuttaa</li> <li>+harrastusmahdollisuudet</li> <li>+paljon erilaisia aktiviteetteja ja projekteja</li> <li>+inspiroivat luonto, maisemat ja puulajit</li> <li>+inspiroiva, rento ilmapiiri</li> <li>+edulliset työtilat ja asuminen</li> <li>+hyvä paikka perheelle ja eläimille</li> <li>+hyvä sijainti, ei liian kaukana, ei liian lähellä</li> <li>+eristyminen on tärkeää taiteilijoille</li> <li>+voi kävellä minne tahansa</li> <li>+alueella koulutuksen osaajia, potentiaalia kehittää koulutus ja kurssimahdollisuuksia erilaisille vierailijoille</li> <li>+alueen kehittäjillä on paljon yhteistä, joten helppo kehittää asioita, joista kaikki ovat kiinnostuneet</li> <li>+pieni alue kokoaa toimijat yhteen jotka yhdessä voivat vaikuttaa</li> <li>+voisiko Onoma tarjota tulevaisuudessa liiketoiminnallista apua?</li> <li>+toimijoiden verkkokauppatoiminnassa huomattavaa potentiaalia, joka tulisi ottaa käyttöön mahdollisimman pian</li> </ul>	<p><b>Sisäiset heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-toimijoiden ajan puute</li> <li>-toimijoiden rahoituksen puute</li> <li>-osalla toimijoista pelko liiketoimintaa kohtaan</li> <li>-kylässä yritetään saada toimintaa vuoden ympäri, mutta esim. ravintolat sulkevat hyvin aikaisin myös kesällä</li> <li>-sijainti syrjässä, logistisesti ei ihanteellinen</li> <li>-palvelujen vähyys ja niitä uhataan lakkauttaa lähialueella</li> <li>-huonot kulkuyhteydet, suurin osa asukkaista ja vierailijoista tarvitsee auton, koska matkakustannukset karkaavat käsistä</li> <li>-näyttelyt ja kuluttajat ovat muualla</li> <li>-pieni alue, jolloin herkkä negatiivisille muutoksille</li> <li>-kasvaessaan osuuskunta tulee kankeammaksi hallita, saattaa myös kääntyä sisäänpäin</li> <li>-tarvitaan muitakin yhteistyön muotoja, osuuskunta yksin ei välttämättä riitä</li> <li>-myymälän tai toimipisteen aukipitäminen sesongin ulkopuolella monelle toimijalle kannattamatonta, Fiskars tarvitsisi enemmän ns. ”iltaelämän taloutta”</li> </ul>
--	---

**Ulkoiset mahdollisuudet**

+yhä enemmän tietoisia kuluttajia jotka tulevat ostoksille (kestävä kehitysnäkökulma)  
+tietoisien kuluttamisen lisäksi tietoinen vanhojen rakennusten uusiokäyttö tukee myös kestävästä kehitystä, hyvä malli myös muille vastaaville keskittymille ja maaseudun kehittämissuunnitelmoille  
+tunnettuus kasvaa, kuluttajien word of mouth  
+useita toimintoja voi myydä internetin kautta (varsinkin ulkomailla ja nuoremmille), jolloin toiminta ei niin paikkaan sidottua. Paljon potentiaalia vielä valjastamatta.  
+kasvava määrä varakkaita keski-ikäisiä, joilla on varaa ja aikaa; nyt on aika vaikuttaa myös tulevaisuuden keski-ikäisten kulutuskäyttäytymiseen  
+vientimahdollisuudet tulevaisuudessa koska taustalla suomalaisen osaamisen tunnettuuden kasvu  
+liiketaloudenopintojen lisäämistä luovien alojen opintoihin harkittava  
+koulutuksen ja luovuuden hyödyntäminen, innovaatioympäristöjen luominen  
+koko ruukin toiminta on oleellinen mahdollisuus lisätä maaseudun elinvoimaisuutta ja paikallista työllisyyttä (idean hyödyntäminen myös muualla)

**Ulkoiset uhat**

-Suomalainen ilmasto ja valon määrän vaihtelut vuodenajan mukaan: vaikea saada vieraita ympäri vuoden  
-Fiskarsilla vaara profiloitua ainoastaan kesäkaupungiksi  
-jos kiinteistöjen vuokria nostetaan, toimijat eivät voi enää asua Fiskarsissa  
-jos muut toimijat eivät ymmärrä, että koko Fiskarsin kylän toiminta on riippuvaista kylän luovista toimijoista, aiheutuu ongelmia  
-jos ei ymmärretä luovien alojen tukemisen tärkeyttä, alalta jää moni potentiaalinen toimija pois

## 5.5 Suomalaisen luovuuden tulevaisuusnäkyviä

Fiskarsin luovat toimijat ovat osa suomalaista luovan toiminnan kenttää, jolloin (omia) tulevaisuudennäkymiään pohtiessaan he toivat esiin näkökohtia, jotka koskivat koko suomalaisen luovan toiminnan tulevaisuutta yleisesti. Lisäksi he pohtivat erityisesti oman toimintansa näkymiä Fiskarsissa ja Fiskarsin tulevaisuutta.

Kappan mukaan Suomessa on ainutlaatuista, että maassa on pitkät perinteet taideaineiden opetuksessa. Teknisen työn ja tekstiilityön rinnalla on opetettu myös kuvataiteita, jotka voivat hyvin antaa pohjaa sille, miksi Suomessa on saanut alkunsa Nokian kaltaiset menestystarinat. Kappan mielestä taideaineita tulisi pitää arvossa jatkossakin, jotta niitä voidaan myös tulevaisuudessa tarjota osana opetussuunnitelmaa.

Luovien toimijoiden asenteet tulevaisuuden suhteet näyttävät pääosin valoisilta, ainakin muotoilun osalta. Alfa uskoo, että Suomessa olisi potentiaalia hyödyntää entistä enemmän useita luovia aloja, ei pelkästään pelialoja. Suomella on jo tunnettuutta maailmalla muotoilu- ja designmaana, mutta ala kaipaa lisää onnistumistarinoita menestyäkseen. Alfa kokee Suomen luovan talouden tulevaisuuden pääosin positiivisena, hän tosin toivoisi, että yrityksillä olisi enemmän rohkeutta tuoda esille myös *uusia Alvar Aaltoja*. Lisäksi hän toivoo, että Suomessa hyödynnettäisiin tulevaisuudessa huomattavasti enemmän luovaa osaamista. Alfaan mukaan tällä hetkellä ongelmana on, että Suomessa on osaamista, mutta monet heistä joutuvat lähtemään ulkomaille. Alfa uskoo, että tulevina vuosina kasvava kestävä kulutuksen trendi tuo mahdollisuuksia Suomen luovan talouden toimijoille.

*Mun mielestä Suomessa yritysmaailma on liian varovainen siinä suhteessa, että meillä vientituotteita on Kaj Franck, Alvar Aalto ja Tapio Wirkkala ja heidän kuolemastaan on aika kauan aikaa -- se on todella hieno juttu, että tehdään edelleen näitä klassikoita, mutta pitäis olla rohkeutta ottaa siihen rinnalle jotain uutta. (Haastateltava Alfa)*

Gamma on huolissaan, että kun kaikki kilpailutetaan, laatu kärsii. Pienemmillä yrityksillä on myös riski jäädä kilpailussa isojen varjoon. *Pitää osata hommansa ja myydä itsensä hyvin*, hän muistuttaa.

Taidemaailmaa varjostaa lama ja kannattamattomuus. Taiteilijoiden ahdinkoon on yritetty löytää ratkaisuja, mutta ilman tuloksia. Toisinaan Zeeta ja Eeta kohtaavat epäoikeudenmukaisuutta taidemaailmassa, sillä raha liikkuu monesti taiteen ympärillä työskentelevien, ei itse taiteilijoiden suuntaan. Zeetan mielestä olisi ihanteellista, jos joku

taho voisi välittää eteenpäin taideteoksia, kuitenkin niin, että toiminta olisi myös itse taiteentekijälle kannattavaa. On vaikea ratkaista, miten taiteen jakelu olisi järkevintä järjestää, jotta tulot liikkuisivat myös itse tekijän suuntaan. Zeeta uskoo, että Euroopassa on vilkkaammat taidemarkkinat, sillä Suomessa ei ole vielä tarpeeksi totuttu ostamaan taidetta.

Luovan talouden haasteena voidaan nähdä puutteet toimintaympäristön tukimekanismeissa ja yrittämiseen kannustavassa kulttuurissa, koska monet taitavat luovan alan osaajat lähtevät Suomesta muualle.

*Täällähän muotoilijat menee ulkomaille tällä hetkellä, et kyllä niille on kysyntää muualla, et miks niitä ei hyödynnetä täällä? (Haastateltava Alfa)*

Myös Theeta on pohtinut, miksi muotoilijoita koulutetaan enemmän kuin teollisuusheitä tarvitsee. Valmiita muotoilijoita valmistuu joka vuosi, mutta teollisuus tarvitsee muotoilijoiden palveluja vähenevässä määrin. Valmistuneiden muotoilijoiden on työllistettävä lähtökohtaisesti omillaan, sillä teollisuus ei tarjoa enää töitä.

*Kun teollisuus tapetaan niin ei niitä muotoilijoitakaan enää tarvii ja silti niiden koulutusta koko ajan vaan lisätään, et siinä on aikamoinen dilemma. (Haastateltava Theeta)*

Hän kuitenkin uskoo, että tulevaisuuden luovan talouden mahdollisuudet ovat valmistustekniseen osaamiseen liittyviä, joka ei kuitenkaan ole paikkariippuvaista. Tällaisessa toiminnassa Suomessa on osaamista jo nyt.

Toisaalta luovien osaajien lähtö ulkomaille lähtö voidaan nähdä myös positiivisena ilmiönä, sillä silloin saadaan tilaa uusille osaajille. Epsilon ei ole huolissaan ulkomaille lähtevistä suomalaisista luovan alan yrityksistä. Hän kokee tulevaisuudessa myös pienemmällä suomalaisilla luovilla osaajilla olevan paremmat mahdollisuudet, koska isoja, menestyneempiä toimijoita tunnetaan jo maailmalla. Epsilon näkee suuret hyödyt uusiutumisen ja on osannut kääntää uhkavalta vaikuttavat tulevaisuudennäkymät vahvuudeksi:

*Uusia tulee koko aika -- uusiutuminen, siis siinähan se on että tää on niinkun...pitkään aikaan ollu tietyt muutamat isot nimet ja sitte kaikki muut on kyyhöttäny pienenä siellä varjossa, ni se on vaan hyvä et isot lähtee ulkomaille ja uudet saa tilaa -- Ku nimi kasvaa niin voi lähtee ulos ja sitte muut saa tätä hyvää maaperää täällä -- Sehän on hyvä asia vaan, siis Suomen maine design-maana kasvaa kun kansainvälistytään ja lähe-*

*tään ulkomaille ni sit ne jotka täällä on ja nuoret jotka opiskelee ja haluaa lisää, niillä on niinku enemmän ryhtiä, ei pelota lähteä...meit on vaan se viis miljoonaa, ei tää raha riitä, mejän pitää myydä ulkomaille, se on ihan selvä asia, jos me ei lähetä ni sit joku muu...nääh voi olla uusia Nokia-siemeniä nääh design-yritykset et ei sitä koskaan tiedä.*

Epsilon on todella iloinen, että nuoret ovat lähteneet maailmalle yrittämään ja menestymään. Vaikka pienet yritykset eivät lähtisikään ulkomaille, niistä voidaan myös kokea olevan hyötyä kotimaiselle työllisyydelle ja uusien pienien yritysten ja työpaikkojen syntymiselle, joilla voi kokonaisuudessaan olla suurempi työllistämisaikutus kuin jos teollisuus palkkaisi muotoilualan osaajia. Tämän vuoksi luovan toiminnan kaupallistuminen ei ole pelkästään negatiivinen ilmiö. Alfa mielestä pienien luovan alan yritysten kasvu on nähtävänä positiivisena ilmiönä:

*Siin on myös hirveen positiivinen puoli, koska silloin hirveen usein he (uudet yritykset) käyttävät kotimaista työtä, joko he tekevät itse tai teettävät pienillä yrityksillä ja mä luulen että sen työllistävä vaikutus voi olla paljon suurempi, kuin jos muotoilijat pääsisivät isoihin yrityksiin töihin ja mä toivon myös että asiakkaiden tietämys siitä -- me ei tarvita enää hirveesti tavaraa -- et enemmänki kiinnitettäis huomiota siihen et mitä ostetaan. (Haastateltava Alfa)*

Tulevaisuuden suhteen Delta on optimistinen ja uskoo tietoisien kuluttamisen kasvavan ja ihmisten ostavan yhä enemmän tuotteita, joiden alkuperä ja tekijä voidaan selvittää. Vähemmän siis Deltan sanoin *Tiimaritavaraa jonka kiinalaislapset on tehnyt*. Hän uskoo myös kurssitoiminnassa, kouluttamisessa ja ”elämispaketeissa” olevan potentiaalia, jonka tulevaisuudessa voisi hyvin yhdistää työhön. Delta uskoo, että tulevaisuudessa kuluttajat jakautuvat yhä enemmän kahteen ääripäähän. Ensinnäkin heihin, joita kiinnostaa tuotteen alkuperä ja niihin kuluttajiin, jotka ostavat edullista tuontitavaraa, jonka alkuperällä ei ole merkitystä.

*Se on aika kaksjakonen juttu...tavallaan se tuo taantuma ja halpatuonti...kiinalaislapset tekee tiimaritavaraa...ni se, mutta minusta kasvava määrä ihmisiä, jotka rupee arvostamaa laatua ja arvostaa sitä et ne on nähny tän ihmisen joka, tän on tehny -- kuitenkin hyvinvointi kasvaa Suomessa ja se tietoisuus kasvaa ja sieltä tulee ne kaks ääripäätä. (Haastateltava Delta)*

Iootan muistuttaa, että tulevaisuuden kuluttajat ovat tämän hetken nuoriso, joiden kulutuskohteena on harvemmin kestävätkä tuotteet, useammin edulliset ketjuliikkeet. Toisaalta myös kalliit merkkituotteet ovat uhkana, jos toimijan oman tuotteen nimelle ei saa tarpeeksi tunnettuutta. Nuorten kulutustottumuksiin voidaan yrittää vaikuttaa lisäämällä tietoutta tietoisesta kuluttamisesta ja tuotteen alkuperän merkityksestä.

Kotimaisen työn lisäksi positiivisena koettiin kestävän kehityksen ja vastuullisen kulutuksen kasvava trendi. Kuluttajat eivät tarvitse enää määrällisesti lisää tavaraa, joten tulevaisuudessa yhä useampi kuluttaja panostaa enemmän laatuun kuin määrään. Tulevaisuuden toivon tietoisissa kuluttajissa koki potentiaalisena ainakin Alfa, Beeta ja Delta. Heidän mukaansa kuluttajat ovat kasvavasti kiinnostuneita kestävästä kuluttamisesta ja tuotteen alkuperän selvittämisestä. Kestävän kulutuksen mallia tukevat myös kestävätkä luovat keskittymät, joita voidaan Fiskarsin tapaa muodostaa alueista, joiden rakennuksia ei tarvita enää alkuperäiskäyttöön. Beeta on huomannut, että kuluttajat haluavat kasvavasti erottua toisista kuluttajista ja tätä voidaan edistää uniikkituotteisiin kohdistuvien ostosten avulla. Tällöin luovien tuotteiden kulutus perustuu kasvavasti elämysten ja merkitysten kuluttamiseen ja tuotteiden rahallinen arvo on vain yksi näkökulma.

Luovan alan toimijan arki on jatkuvasti liiketoiminnallisempaa, jossa toimijalta vaaditaan luovuuden lisäksi ymmärrystä myynnistä ja rohkeutta olla ylpeä osaamisestaan ja tuoda se myös esille.

Haastateltavista varsinkin käsityöläiset Delta ja Ioota kokivat Suomen nykyisen 24 %:n arvonnäköveron valtavan korkeaksi. Jos tuotteita haluaa myydä jälleenmyyjien kautta, tuottajalle jää hyvin vähän tuloja. Tuotanto ei välttämättä myöskään ole aina siinä volyymissä, että heillä olisi mahdollista maksaa välikäsille. Taidemarkkinoiden hinnoittelu on monimutkaista ja useimmiten taiteilija joutuu tyytymään toivottua alhaisempaan hintaan työtä myydessään.

Haastateltavista toimijoista harvempi on ottanut vielä internetin, verkkokaupan ja sosiaalisen median täysiä hyötyjä käyttöönsä. Digitaaliset kanavat voisivat toimia hyvinä myynninlähteinä sesongin ulkopuolella, ainakin tuotteita myyvien toimijoiden toiminnassa. Niiden merkitys korostuu etenkin Fiskarsissa, koska useat asiakkaat tulevat viettämään päivää kylässä vain harvoin, mutta pitempiä aikaista asiakassuhdetta voitaisiin kehittää, jos yhä useampien tuotteita voisi ostaa myös internetin välityksellä. Toisaalta myös internetin ja sosiaalisen median käyttö tuovat haasteita, sillä ne eivät silti takaa toimijoiden erottautumista massasta. Lopulliset tulot tulevat kuitenkin tilausten, ei ”facebook-tykkäysten” perusteella. Maailma pienenee jatkuvasti, joka tuo toimijalle myös haasteita tulla löydetyksi internetin kautta:

*On sekä uhka että mahdollisuus, että osaa tulla löydetyksi. (Haastateltava Beeta)*

Fiskarsin toimijoiden haasteena internetin suhteen on myös, ettei niiden kohdeyleisö välttämättä ole vielä valmis tekemään ostoksia verkosta.

Kappa korostaa luovuuden, innovaatioiden, yritystoiminnan ja koulutuksen yhdistämisen mahdollisuuksia. Esimerkiksi koulutustoiminnan avulla luova toiminta on vähemmän riippuvaista vuosikierrosta, joka korostuu varsinkin pienillä paikkakunnilla, jotka ovat taipuvaisia ”kesäkohteen” maineeseen. Kylässä vierailevilla yrityksillä ja matkailijoilla ei välttämättä ole kuitenkaan varaa ylimääräisyyksiin.

*Nyt on taantuma syönyt firmojen tyky-päivät ja virkistysysteemit. (Haastateltava Delta)*

Taantuma on kestänyt pitkään ja myös luovat toimijat odottavat turhautuneina uutisia talouskasvusta. Monet haastateltavista odottavat innoissaan uutisia paremmista talouden näkymistä, jotta suomalaiset uskaltaisivat taas kuluttaa.

Suomen yhteiskuntaa saatetaan pitää joskus liian homogeenisenä. Suomessa ei uskalleta tarpeeksi kannustaa erilaisuuteen. Luovuus saattaa vaatia käynnistyäkseen ”hulluutta” ja erilaisuutta, johon maassa ei ehkä osata vielä tarpeeksi kannustaa. Innovaatiotoiminnan, yrityshautomojen ja koulutustoiminnan yhdistäminen luovan talouden toimintaan voidaan nähdä luotettavampana keinona tukea luovan alan toimijoita, kuin pelkkä luovien toimijoiden suora avustaminen.

Häviääkö luova toiminta kokonaan Suomesta? Tuskin. Luoville aloille syntyyne jatkossakin uusia toiminimiä ja yrityksiä, joiden kutsumuksena on tehdä töitä taiteen, muotoilun ja käsityön parissa ja pysyä kotimaassa. Sitä tukeakseen Suomen täytyy mahdollistaa kannustava ilmapiiri, jossa luovat toimijat voivat toimia kannattavasti.

*No kyllä se on joku semmonen valmistustekninen osaaminen ja sellanen joka ei kuitenkaan oo paikkariippuvaista, vaikka se esine teetetään josain muualla. (Haastateltava Theeta)*

Deltan elämänfilosofia on luottaa intuitioon, eikä murehtia liikaa tulevaisuutta:

*Mä en oo koskaa suunnitellu tulevaisuutta -- en mä aijo nytkään suunnitella...mä luotan intuitioon aika paljo, että mä jotenki mä haluan kokoajan olla aktiivinen ja tehdä ja mä teen semmosia asioita, mitkä mua kiinnostaa ja se kyllä sitten vie mua johonki suuntaan...kokoajan tekee valintoja, mitä kirjoja sä ostat kirjakaupasta, ni se vie sua johonki suuntaa, mihi alitajusesti niinku hakeudut...ja niin kauan ku on semmonen halu ja polte, jos on kahden viikon lomalla niin on niin kiire työhuoneelle... (Haastateltava Delta)*

Riippumatta siitä, jäävätkö toimijat Suomeen vai lähtevätkö he ulkomaille, on selvää, että Suomen tehtävä on pitää huolta, että ”Nokian siemenet” saavat toiminnalleen tarvittavan tuen paremmin jatkossa. Tähän voidaan pyrkiä selkeämpien rahoitus- ja tukiohjelmien avulla ja erilaisia agenteja hyödyntämällä. Tämä vaatii erilaisilta toimijoilta yhä enemmän poikkitieteellistä yhteistyötä ja ymmärrystä.

## 6 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

### 6.1 Yhteenveto

Taiteellinen ja luova maailma on itse tutkijalle ollut koko elämän ajan henkilökohtaisesti tärkeä asia, mutta sen vaaliminen on jäänyt opiskeluvuosien aikana vähemmälle. Tutkimus on ollut haastava ja pitkäkestoinen, mutta se on ollut koko yliopistoajan projekteista ehkä mielenkiintoisin.

Tässä tutkimuksessa on pyritty selvittämään, miten toimii suomalainen ainutlaatuisen luova keskittymä Fiskars ja mikä on sen haastateltavien luovien toimijoiden suhde liiketoimintaan ja luovaan toimintaympäristöönsä. Tutkimuskysymys oli:

*Millainen on hyvä luovan talouden alueellinen toimintaympäristö?*

Tutkittavien suhdetta liiketoimintaan ja toimintaympäristöön on pyritty ymmärtämään etsimällä vastauksia seuraaviin apukysymyksiin:

- Millainen on kunkin luovan toimijan suhde luovuuden kaupallistamiseen?
- Mitä Fiskarsin toimijat pitävät tärkeimpinä luovaan työhön vaikuttavina haasteina ja mahdollisuuksina?
  - Itse toimintaympäristöön liittyvät haasteet ja mahdollisuudet (fyysiset ja pehmeät tekijät)
  - Koko alaan liittyvät haasteet ja mahdollisuudet laajemmin ajateltuna
- Millainen merkitys on toimijoiden välisellä yhteistyöllä ja vuorovaikutuksella (esim. oppiminen, ideoiden jakaminen, kilpailu)?

Vastauksia on pyritty löytämään haastatteleamalla kymmentä luovan alan toimijaa erilaisilta aloilta Raaseporin Fiskarsissa. Toimijoiden suhdetta toimintaympäristöön on auttanut ymmärtämään haastateltavien mainitsema vetovoimatekijät, paikalliset verkostot ja erilaiset yhteistyön muodot. Lisäksi on tuotu esille haastateltavien tuntemuksia liiketoimintaan liittyen, sekä ajatuksia suomalaisen luovan toiminnan tulevaisuuden uhista ja mahdollisuuksista.

Haastattelujen avulla on saatu yleiskuva siitä, millaisia piirteitä toimivalla luovalla ympäristöllä tulee olla, jotta se vetää puoleensa tutkimuksen kohteena olevaa ”luovaa luokkaa”. Tutkimuksen perusteella luovan kohteen ei tarvitse sijaita kaupungissa, jos sen palvelu- ja toimijarakenne on monipuolinen. Ollakseen houkutteleva, alueen on:

- Sijaittava kohtuullisen matkan päässä asiakkaista
- Tarjottava toimijoille kohtuullisen hintaiset työtilat ja elinkustannukset
- Sijaittava kauniissa ympäristössä

- Tarjottava mahdollisuudet verkostoitumiseen, mutta samalla myös erakoitumiseen
- Tarjottava tarvittavat palvelut kohtuullisen etäisyyden päässä
- Tarjottava avoin ja inspiroiva ilmapiiri

Tässä tutkimuksessa on käytetty tutkittavina vain itse toimijoita, joten myös päättäjiä (esim. Raaseporin tai Fiskarsin) tai alueelle tulevien turistien mielipiteitä olisi voinut hyödyntää tutkimusta tehdessä. On myös huomioitava, että haastatteluun ei saatu haastateltavia kaikilta mahdollisilta aloilta ja myös se, että haastateltavien tuntemukset koskevat ainoastaan heidän kokemuksiaan Fiskarsin ruukissa, ei missä tahansa toimintaympäristössä.

Tutkimuksen ensimmäinen aikaisempaan tutkimukseen perustuva osa käsitteli luovan talouden termistöä. Se toi esille ristiriitaisuuksia alan tutkimuksessa, joka ei edelleenkään ole löytänyt yhdenmukaista tapaa määritellä tai kuvailla luovan talouden toimintoja. Koska luovan talouden tutkiminen on kärsinyt termien epäselvyydestä ja mitattavuuden ongelmallisuudesta, ovat aiemmat alan tutkimukset keskittyneet kuvailemaan luovuuden sijoittumista tiettyyn paikkaan, jossa luovien toimialojen on nähty muodostavan klustereita, kortteleita tai muita keskittymiä.

Työn toinen aikaisempaan tutkimukseen perustuva osa käsitteli luovaa toimintaympäristöä. Kirjallisuudessa luovan talouden toiminta nähdään usein klusteroituvan, mutta luovien klusterien on todettu poikkeavan kuitenkin perinteisistä klustereista. Lisäksi luovan talouden on uskottu edistävän alueen innovaatioiden, teknologian ja tiedon leviämistä. Aiemmissa tutkimuksissa on puhuttu luovien keskittymien syntyvän ensinnäkin määrätietoisien hankkeen johdosta, joissa tärkeässä roolissa ovat olleet erilaiset eritasojen kumppanuudet. Toinen näkemys on korostanut luovien keskittymien syntymistä itse luovien tekijöiden aktiivisen toiminnan pohjalta. Onnistunut luova keskittymä voi toimia koko alueen talouden eheyttäjänä ja johtaa parhaimmillaan myös luovaan matkailuun. Tyypillistä luovan talouden ja toimintaympäristön kirjallisuudessa on, että se on tähän asti huomionut enemmän suurkaupunkeja, kuin maaseudulle tai haja-asutusalueille muodostuneita keskittymiä.

Monet haastatellut toimijat ovat muita talouden toimijoita selvästi spontaanimpia ja riskinottoa sietävämpiä. He ovat uskoneet omaan osaamiseensa niin paljon, että he ovat voineet perustaa pienen yrityksen tai toiminimen saadakseen elantonsa kokonaan tai osittain luovan talouden toiminnasta. Haasteita, jotka lähes kaikki kohtasivat, on rahoituksen vähyys, liiketoiminnan osaamattomuus, työn epäsäännöllinen vuosikierto ja lama-ajasta johtuva laskusuuntainen kulutus. Osa kokee tulevaisuuden kuitenkin positiivisena ja näkee mahdollisuuksia kestävässä kuluttamisessa, viennissä, eri digitaalisten kanavien hyödyntämisessä ja osaamisessa, joka ei ole paikkaan sidottua. Osalla haastateltavista on vielä reilusti mahdollisuuksia kasvattaa digitaalisten kanavien käyttöastetta.

Fiskars on tietoisesti rakennettu luova keskittymä, koska entisen ruukkialueen rakennuksia on päätetty vuokrata taiteilijoille, käsityöläisille ja muille luovan alan toimijoille. Fiskarsissa korostuu kuitenkin myös itse luovien tekijöiden aktiivisuus, mikä perustuu osuuskunta Onoman toimintaan. Onomalla on tällä hetkellä yli 120 jäsentä, jotka kaikki työskentelevät luovan talouden parissa. Verkostojen ja yhteistyön tärkeys nousi esille kaikissa haastatteluissa. On kuitenkin huomionarvoista, että pelkkä paikkaan sidottu toimintaympäristö ei yksin riitä, sillä tietyt alan haasteet ovat riippuvaisia koko alalle yhteisestä epävarmuudesta kansallisella tai kansainvälisellä tasolla, riippumatta siitä, missä päin Suomea toimija työskentelee. Hyvässä toimijaympäristössä voi kuitenkin olla piirteitä, jotka tukevat luovaa toimintaa paremmin, kuin missä tahansa paikassa työskennellessä. Monelle toimijalle Fiskarsin syrjäinen sijainti kävi hyvin, koska se on kuitenkin suhteellisen pienen matkan päässä suuremmista kaupungeista, Helsingistä ja Turusta.

Haastateltavat kokivat yksimielisesti edulliset työtilat, inspiroivan luonnon ja tiiviit verkostot tärkeinä vetovoimatekijöinä ja suurin osa oli erittäin sitoutunut jäämään Fiskarsiin. Myös sijainnin mahdollistama erakoituminen oli monelle erittäin tärkeä seikka Fiskarsin vetovoimatekijänä. Toimintaympäristöön liittyvät haasteet olivat yleisesti etäisyys kaupungista ja kuluttajista, korkeat matkakustannukset sekä palvelujen vähyys. Fiskarsilla on vilkas joulu- ja kesäsesonki ja se pyrkii määrätietoisesti yhä ympärivuotiseen toimintaan.

Tämä tutkimus vahvistaa aiempien tutkimuksien löydöksiä siitä, että verkostot ja epävirallinen toiminta luovien toimijoiden välillä ovat äärimmäisen tärkeitä. Lisäksi tutkimus tuo esille edullisten asuntojen ja työtilojen merkityksen, joka on monelle koko luovan toiminnan pohjimmainen lähtökohta. Kirjallisuus tukee myös erakoitumisen merkitystä, jonka yhdistäminen suomalaiseen luontoon saattaa saada aivan uusia ulottuvuuksia. Tutkimus toi myös esille kirjallisuuden näkökulmat luovan alan epävarmuudesta, mutta lisää tutkimusta tarvitaan vielä selvittämään, millaisia eroja on eri alojen välillä ja millaista osaamista kukin haluaisi kehittää.

Luovien alojen tulevaisuuden mahdollisuudet vaihtelevat hieman alalajeittain. Tutkimuksessa tyypiteltiin luovia toimijoita kolmeen eri alalajiin, joita olivat 1) muotoilijat ja suunnittelijat, 2) käsityöläiset ja 3) perinteiset taiteen tekijät. Tämän tutkimuksen perusteella tuotteet, joilla on taiteellisen arvon lisäksi myös funktio, ovat selvästi enemmän turvassa tulevaisuudessa, koska kuluttajat ostavat yhä enemmän pitkäkestoisia kulutustuotteita, joilta voidaan kaivata myös design- tai taiteellista puolta. Myös taiteellista ja teknistä osaamista yhdistäviä palveluja tarvitaan myös jatkossa. Taidemarkkinat ovat edelleen vaikeat Suomessa, ja laskusuhdanteet vaikuttavat aina ensimmäiseksi taiteeseen, jota ei aina osata ymmärtää ”välttämättömänä”. Taiteilijat ovat toimijoina myös usein yksin, eikä heidän kaipaamia tukipalveluja tai agenteja ole edelleenkään tarpeeksi saatavilla.

Tutkimuksen johtopäätöksenä voidaan todeta, että toimintaympäristön positiiviset seikat olivat selvästi enemmän ainutkertaiseen sijaintiin linkittyneitä (edulliset asumis- ja elinkustannukset, verkostot, osuuskunta, luonto) kun taas negatiiviset seikat ja haasteet (alan epävarmuus, taantuma, liiketoiminnallinen osaamattomuus) olivat olemassa toimijan sijainnista riippumatta. Luovat toimijat ovat selviytyäkseen ottaneet liiketoiminnan huomioon toiminnassaan, mutta suurimmalle osalle aika ei riitä, koska oma toiminta vie jo niin paljon aikaa vuorokaudesta. Liiketoimintaa tukevat tahot on toistaiseksi koettu melko kannattamattomiksi.

## 6.2 Johtopäätökset

Tutkimuksen tekijä kokee koko alan kannalta positiivisena, että luovuutta on alettu tarkastella myös taloudellisena resurssina ja täten luovan alan toimijat tekevät arvokasta työtä siinä missä muutkin. Se ei silti välttämättä ole tarkoittanut luovan alan toimijalle alhaisempaa riskinottoa tai helpompaa uraa, mutta tulevaisuudessa tämä saattaa tuoda luoville osaajille enemmän rahoitusmahdollisuuksia ja tukiohjelmia, varsinkin jos luovia aloja aletaan tilastoida ja vertailla tarkemmin.

Monen luovan toimijan mielestä oma työ ei ole yhtä loogista kuin liiketoiminta, jonka vuoksi niiden kahden yhdistäminen voi olla joko epämiellyttävää tai vaikeaa. Voi myös olla, että talouden toimijat ja luovat toimijat eivät puhu ”yhteistä kieltä”, joten luovalle toimijalle sopivia tukiratkaisuja on haastavaa löytää. On toki myös niitä, jotka kokevat liiketoiminnan yksinkertaisesti liian vieraaksi. Joskus liikemaailma saattaa olla valmiimpi luovaan toimintaan, kuin luova maailma liiketoimintaan.

Erilaiset yrityshautomot ja koulutukseen liittyvät keinot ja kohtaamiset ovat hyviä ideoita alueen toimijoiden synergian parantamiseksi. Lisäksi olisi hyödyllistä harkita liiketaloudellisten opintojen lisäämistä luovien alojen opiskeluvaiheessa, jotta oman toiminimen tai yrityksen perustaminen olisi myöhemmin helpompaa. Tulevaisuudessa millä tahansa alalla – myös ei-luovalla alalla – on mahdollisuutta hyödyntää luovuutta, eli toimia toisin kuin on totuttu toimimaan ja tämä voi luoda tulevaisuudessa suurempia mahdollisuuksia, kuin mitä ennalta pystytään olettamaan. Rahoituksen ja tukitoimintojen järjestäminen ovat silloin suuressa roolissa.

Liiketoiminta ja luovuus ovat enemmän yhteydessä toisiinsa kuin koskaan aikaisemmin, eivätkä Floridan teesit ole aivan tuulesta temmattuja. Suomi tarvitsee tulevaisuudessa lisää rohkeutta tukea *uusia Alvar Aaltoja*. Koska luovuus ja talous ovat yhä enemmän kietoutuneet toisiinsa, ei riitä, että luovat toimijat ymmärtävät paremmin taloutta: myös talouden osaajien on ymmärrettävä, miten luovat toimijat työskentelevät, jolloin molemmat voivat oppia toisiltaan jotain hyvää. Parhaassa tapauksessa voidaan

oppia paremmin toiselta osapuolelta, kuinka löytää tavanomaisesta poikkeavia luovia toiminta- ja ajattelutapoja.

Erityisesti Suomessa olisi kiinnostuttava enemmän siitä, mitä luova talous voi antaa maan taloudelle ja myös pienempien alueiden eheyttämiseksi, kun teollisuus on muuttanut halvemman tuotannon maihin. Osittain tähän onkin jo herätty, sillä luovan talouden tukemiseksi on alettu laatimaan erilaisia strategioita. Suomella on jo kulttuuripolitiikka. Miksei voitaisi ottaa rinnalle myös luovuuspolitiikka? Erityisesti tulisi pohtia, miten erilaisten pienten toimijoiden vientiä voisi tukea. Ennen viennin aloittamista on kuitenkin keskityttävä tukemaan luovien toimijoiden toiminnan käynnistämiseen liittyviä ongelmia ja haasteita. Tulisi myös ottaa tarkemmin selvää, missä toiminnoissa luovat yksilöt tarvitsevat erityisesti apua. Mitä esimerkiksi voidaan tehdä alueen, kaupungin tai valtion tasolla, jotta voidaan käynnistää ja vahvistaa luovaa toimintaa? Lisäksi tulisi pohtia tarkemmin, mikä on luovan talouden ja innovaatioiden suhde nykypäivänä.

Luova talous vaatii ehdottomasti lisätutkimusta, ensinnäkin olisi kehitettävä selkeämpi linja siitä, mitä milläkin termillä tarkoitetaan, ja mitkä kaikki ammattikunnat kuuluvat luovaan talouteen. Suomessa Tilastokeskus voisi tulevaisuudessa tilastoida paremmin luovan alan toimintaa, jolloin se nähtäisiin myös luotettavammalta rahoittajien ja päättäjien silmissä. Toiseksi eri maat voisivat vertailla paremmin luovan talouden toimintojen suhdetta bruttokansantuotteeseen, seurata kasvua ja tehdä tulevaisuutta koskevia linjauksia, jos hanke yhteisistä tilastomenetelmistä toteutuisi. Tässä EU ja UNCTAD voisivat toimia ohjeistajina, koska niiden raportit ovat jo aiemmin tutkineet luovaa taloutta ja saaneet tunnustusta eri maissa.

Jotta talouden kanssa tekemisissä olevat tahot voisivat ymmärtää luovaa toimintaa ja taidetta, heidän tulisi myös ymmärtää, kuinka luovat toimijat ja taiteilijat ajattelevat. Niputtamalla yhteen suuren määrän erilaisia toimintoja, tehdään vaan hätiköityjä johtopäätöksiä toimialojen samankaltaisuudesta, eikä onnistuta käyttämään taiteilijoille ominaista sanastoa. Luovuus voi olla hyvin kaukana määrätietoisesta talousajattelusta, mutta niiden molempien ymmärtäminen voi johtaa molempien kannalta parempaan toimintaympäristöön. Ennen kaikkea pitäisi ottaa selvää tarkemmin, millaisia tarpeita eri toimijoilla on ja mihin juuri he tarvitsevat apua. Yhden oikean ratkaisun mallia ei varmasti ole olemassa, niin kuin ei ”yhtä oikeaa luovaa taloutta” eikä ”yhtä oikeaa luovaa toimijaakaan”.

## LÄHTEET

- Anttiroiko, Ari-Veikko (2010) *Luova kaupunkikehittäminen. Kaupunkikonseptit innovatiivisen kaupunkikehittämisen apuna*. Tampereen yliopisto, Alueellisen kehittämisen tutkimusyksikkö SENTE-julkaisu 32/2010.
- Bell, David – Jayne Mark (2010) The creative countryside: Police and practice in the UK rural cultural economy. *Journal of Rural Studies*, Vol. 26, 209-218.
- Berg, Bruce L. (2004) *Qualitative research methods for the social sciences*. Pearson Education Inc., Boston, MA.
- Bilton, Chris (2007) *Management and Creativity: from creative industries to creative management*. Blackwell Publishing, Malden, MA.
- Boja, Catalin (2011) Clusters models, factors and characteristics. *International Journal of Economic Practices and Theories*, Vol. 1 (1), 34-43.
- Bathelt, Harald – Malmberg, Anders – Maskell, Peter (2004) Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation. *Progress in Human Geography*, Vol. 28 (1), 31–56.
- British Council (2010) Creative and Cultural Economy Series /2 Mapping the Creative Industries: A Toolkit <[http://www.britishcouncil.org/mapping\\_the\\_creative\\_industries\\_a\\_toolkit\\_2-2.pdf](http://www.britishcouncil.org/mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2-2.pdf)>, haettu 2.10.2013.
- Caves, Richard E. (2000) *Creative Industries Contracts between Art and Commerce*. Harward University Press. Cambridge.
- Chapain, Caroline – De Propriis, Lisa (2009) Drivers and processes of creative industries in cities and regions. *Creative Industries Journal*, Vol. 2 (1), 9-18.
- Chinitz Benjamin (1961) Contrast in agglomeration: New York and Pittsburgh. *The American Economic Review*, Vol. 51 (2), 279–298.
- Cinti, Tommaso (2008) Cultural clusters and districts: the state of art. Teoksessa: *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, toim. Cooke, Philip – Lazzaretti, Luciana. MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
- Clare, Karenjit (2013) The essential role of place within creative industries: Boundaries, networks and play. *Cities* Vol. 34, 52-57.
- Clark, Dave (2009) Crunching creativity: an attempt to measure creative employment. *Creative Industries Journal*, Vol. 2 (3), 217-230.
- Create Berlin <[http://www.create-berlin.de/home\\_de.html](http://www.create-berlin.de/home_de.html)>, haettu 1.12.2013.
- Creative Cities <<http://www.creativecitiesproject.eu/en/index.shtml>>, haettu 1.12.2013.

- Comunian, Roberta – Chapain, Caroline – Clifton Nick (2010) Location, location, location: exploring the complex relationship between creative industries and place. *Creative Industries Journal*, Vol. 3 (1), 5-10.
- Cooke, Philip – Lazzaretti, Luciana (2008) *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, toim. Cooke, Philip – Lazzaretti, Luciana. MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
- Cooke, Philip (2008) Culture, clusters, districts and quarters: some reflections on the scale question. Teoksessa: *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, toim. Cooke, Philip – Lazzaretti, Luciana, 25-47. MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
- Cunningham, Stuart (2004) The creative industries after cultural policy: A genealogy and some possible preferred futures. *International Journal of Cultural Studies*, Vol. 7 (1), 105-115.
- Dawley, Stuart – Henry, Nick (2011) Geographies of economic growth I: industrial and technology regions. Teoksessa: *The SAGE Hand Book of Economic Geography*, toim. Leyshon, Andrew – Lee, Roger – McDowell, Linda – Sunley, Peter, 273-285. SAGE Publications Ltd., London.
- DCMS (2007) Staying ahead: the economic performance of the UK's creative industries <[http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176\\_staying\\_ahead.pdf](http://www.theworkfoundation.com/assets/docs/publications/176_staying_ahead.pdf)>, haettu 2.10.2013.
- Drake, Graham (2003) "This place gives me space": place and creativity in the creative industries. *Geoforum*, Vol. 34 (4), 511–524.
- Ellmerier, Andrea (2003) Cultural entrepreneurialism: On the changing relationship between the arts, culture and employment. *The International Journal of Cultural Policy*, Vol. 9 (1), 3-16.
- Eskola, Jari – Suoranta, Juha (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino, Tampere.
- European Commission (2012) Communication from the commission to the European Parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions. Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU <<http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/documents/communication-sept2012.pdf>>, haettu 2.10.2013.
- Evans L., Graeme (2009) From cultural quarters to creative clusters – Creative Spaces in the New City Economy <<http://bura.brunel.ac.uk/bitstream/2438/6475/2/Cultural%20quarters%20%26%20urban%20regeneration-evans.pdf>>, haettu 24.10.2013.
- Evans L., Graeme (2009b) Creative cities, creative spaces and urban Policy. *Urban Studies*, Vol. 46 (5&6), 1003-1040.
- Faricy, Christopher – Hoyman, Michele (2009) It takes a village. A test of the creative class, social capital and human capital theories. *Urban Affairs Review*, Vol. 44 (3), 311–333.

- Fiskarsin Yhtiö: Fiskarsin ruukki <<http://www.fiskarsgroup.fi/fi/yhtio/fiskarsin-historia/fiskarsin-ruukki>>, haettu 3.2.2014.
- Fiskars Villagen facebook-sivusto <<https://www.facebook.com/FiskarsVillage?fref=ts>>, haettu 23.1.2014.
- Fiskars Villagen verkkosivut: Etusivu <<http://fiskarsvillage.fi/>>, haettu 4.10.2013.
- Fiskars Villagen verkkosivut: Kulttuuri < <http://fiskarsvillage.fi/fi/kulttuuri>>, haettu 3.2.2014.
- Fiskars Villagen verkkosivut: Pajat ja myymälät <[http://fiskarsvillage.fi/fi/palvelut/pajat\\_myymalat](http://fiskarsvillage.fi/fi/palvelut/pajat_myymalat)>, haettu 23.1.2014.
- Fiskars Villagen verkkosivut: Sijainti Länsi-Uudellamaalla <<http://fiskarsvillage.fi/fi/sijainti>>, haettu 15.1.2014.
- Fiskars Villagen verkkosivut: Tapahtumat <<http://www.fiskarsvillage.fi/fi/tapahtumat>>, haettu 23.1.2014.
- Fiskars Villagen verkkosivut: Tietoa meistä <<http://fiskarsvillage.fi/fi/tietoa-meista>>, haettu 2.3.2014.
- Fleming, Rachel C. (2009) Creative economic development, sustainability and exclusion in rural areas. *Geographical review*. Vol. 99 (1), 61-80.
- Flew, Terry (2010) Toward a cultural economic geography of creative industries and urban development: Introduction to the special issue on creative industries and urban development. *The Information Society*, Vol. 26 (2), 85-91.
- Florida, Richard (2002) *The Rise of Creative Class*. Basic Books. New York.
- Florida, Richard (2005) *Cities and the Creative Class*. Routledge. New York.
- Florida, Richard (2008) *Who's your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life*. Basic Books. New York.
- Florida, Richard (2012) video Why creativity is the new economy <<http://www.youtube.com/watch?v=VPX7gowr2vE>>, haettu 17.1.2014.
- Freestone, Robert – Gibson, Chris (2006) The cultural dimension of urban planning strategies: An historical perspective. Teoksessa: *Culture, Urbanism and planning*, toim. Monclus Javier – Guardia Manuel, 21-41. Ashgate Publishing Group, Abingdon, Oxon.
- Garnham, Nicholas (2005) From cultural to creative Industries. An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the united Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11(1), 15-29.
- Gibson, Chris – Kong, Lily (2005) Cultural economy: a critical review. *Progress in human geography*, Vol. 29 (5), 541-561.

- Gwee, June (2009) Innovation and the creative industries in cluster: A case study of Singapore's creative industries. *Innovation: management, policy & practice*, Vol. 11 (1), 240–252.
- Handelberg, Jari – Karhunen Päivi (2009) Suomalaisella luovuudella läpimurto maailmalle? Luovien alojen yritysten kansainvälistymisen ja rahoituksen selvityshankkeen yhteenvetoraportti. Helsinki School of Economics Mikkeli Campus Publications N-90. <[http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/N-90\\_Julkaisun\\_e-versio.pdf](http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/N-90_Julkaisun_e-versio.pdf)>, haettu 4.10.2013.
- Herslund, Lise (2012) The rural creative class: Counterurbanisation and entrepreneurship in the Danish countryside. *Sociologia Ruralis*, Vol. 52 (2), 235-255.
- Hesmondhalgh, David (2007) *The Cultural Industries. 2<sup>nd</sup> edition*. Sage Publications, London.
- Hospers, Gert-Jan (2003) Creative cities in Europe. Urban competitiveness in the knowledge economy. *Intereconomics*, Vol. 38 (5), 260-269.
- Hospers, Gert-Jan (2003b) Creative cities: Breeding places in the knowledge economy. *Knowledge, Technology & Policy*, Vol. 9 (4), 143-162.
- Howkins, John (2001) *The creative economy how people make money from ideas*. Penguin Press, London.
- HS 12.1.2014 Luovat alat tarvitsevat fiksua rahaa kasvaakseen. Pääkirjoitus, Helsingin Sanomat. <<http://www.hs.fi/paivanlehti/12012014/paakirjoitukset/Luovat+alat+tarvitsevat+fiksua+rahaa+kasvaakseen/a1389416969222>>, haettu 12.1.2014.
- Jacobs, Jane (1969) *The economy of cities*. Vintage Books, New York.
- Jacobs, Jane (1984) *Cities and the wealth of nations*. Penguin Books Ltd., Harmondsworth, Middlesex.
- Keane, Michael (2013) Why is the creative economy taking off in Asia? <<http://www.creativetransformations.asia/2013/01/why-is-the-creative-economy-taking-off-in-asia/>>, haettu 12.1.2014.
- Kebir, Leïla – Crevoisier, Olivier (2008) Cultural resources and regional development: the case of the cultural legacy of watchmaking. Teoksessa: *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, toim. Cooke Philip – Lazzaretti Luciana, 48-69. MPG Books Ltd, Bodmin, Cornwall.
- Kirveennummi, Anna (2010) Tulevaisuutta luovasta taloudesta. <<http://www.tem.fi/files/26506/Tulevaisuutta-luovasta-taloudesta2010.pdf>>, haettu 19.10.2013.
- Koskinen, Ilpo – Alasuutari, Pertti – Peltonen, Tuomo (2005) *Laadulliset menetelmät kauppatieteissä*. Vastapaino, Tampere.

- Kulvik, Barbro – Siltavuori Antti (2009) *Fiskars 1649 360 Years of Finnish Industrial History*. Fiskars Oyj Abp:n julkaisu, Raasepori.
- Lash, Scott – Lury, Celia (2007) *Global cultural industry the mediation of things*. Polity Press, Cambridge.
- Lash, Scott – Urry, John (1994) *Economies of signs & space*. SAGE Publications, London.
- Landry, Charles – Bianchini, Franco (1998) *Luova Kaupunki*. Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Landry, Charles (2008) *The creative city a toolkit for urban innovators*. Comedia, Earthscan, London.
- Lazzaretti, Luciana (2013) *Creative industries and innovation in Europe. Concepts, measures and comparative case studies*. Routledge, Abingdon, Oxon, UK.
- Leyshon Andrew – Lee Roger – McDowell Linda – Sunley Peter (2011) *The SAGE Hand Book of Economic Geography*. SAGE Publications Ltd., London.
- Lindroos Jan-Erik – Lohivesi Kari (2006) *Onnistu strategiassa*. WSOYpro. Helsinki.
- Malmberg, Anders – Dominic Power (2005) How do firms in clusters create knowledge? *Industry and innovation*, Vol. 12 (4), 409–431.
- Markusen, Ann (2006) Urban development and the politics of a creative class: evidence from a study of artists. *Environment and planning A*, Vol. 38 (10), 1921-1940.
- Markusen, Ann (2013) Artists work everywhere. *Work and Occupations*, Vol. 40 (4), 481-495.
- Markusen, Ann – Gadwa, Anne (2010) Creative placemaking <<http://kresge.org/sites/default/files/NEA-Creative-placemaking.pdf>>, haettu 16.1.2014.
- Markusen, Ann – Wassall H., Gregory – DeNatale, Douglas – Cohen, Randy (2008) Defining the creative economy: Industry and occupational approaches. *Economic Development Quarterly*, Vol. 22 (1), 24-45.
- Marshall, Alfred (1952) *Principles of economics*. 8<sup>th</sup> edition. Macmillan and CO., Limited, London.
- Mommaas, Hans (2004) Cultural clusters and the post-industrial city: Towards the re-mapping of urban cultural policy. *Urban Studies*, Vol. 41 (3), 507-532.
- Monclus, Javier – Guardia, Manuel (2008) *Culture, urbanism and planning*. Ashgate Publishing Group, Abingdon, Oxon, Great Britain.
- Montgomery, John (2003) Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 1: Conceptualising cultural quarters. *Planning, Practice & Research*, Vol. 18 (4), 293-306.

- Montgomery, John (2004) Cultural quarters as mechanisms for urban regeneration. Part 2: A review of four cultural quarters in the UK, Ireland and Australia. *Planning, Practice & Research*, Vol. 19 (1), 3-31.
- Musterd, Sako – Murie, Alan (2010) *Making competitive cities*. Blackwell Publishing Ltd. Chichester, West Sussex.
- Müller Kathrin – Rammer Christian – Trüby Johannes (2009) The role of creative industries in industrial innovation. *Innovation: management, policy & practice*, Vol. 11 (1), 148–168.
- OECD (2005) Culture and Local Development <[http://www.paca-online.org/cop/docs/OECD\\_Culture\\_and\\_Local\\_Development.pdf](http://www.paca-online.org/cop/docs/OECD_Culture_and_Local_Development.pdf)>, haettu 9.1.2014.
- Onoma, Fiskarsin käsityöläisten, muotoilijoiden ja taiteilijoiden osuuskunta verkkosivut <<http://www.onoma.org/fi/index.php>>, haettu 17.1.2014.
- Onoma verkkosivut: Jäseneksi <<http://www.onoma.org/fi/osuuskunta/jaseneksi.php>>, haettu 3.2.2014.
- Onoman verkkosivut: Näyttelyt <<http://www.onoma.org/fi/nayttelyt/index.php>>, haettu 3.2.2014.
- Onoman verkkosivut: Osuuskunta <<http://www.onoma.org/fi/osuuskunta/index.php>>, haettu 3.2.2014.
- Opetusministeriö (2009) Luova talous ja kulttuuri innovaatiopolitiikan ytimessä <<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2009/liitteet/opm30.pdf?lang=fi>>, haettu 20.10.2013.
- Peck, Jamie (2005) Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, Vol. 29 (4), 740-770.
- Porter, Libby – Barber Austin (2007) Planning the cultural quarter in Birmingham Eastside. *European Planning Studies*, Vol. 15 (10), 1327-1348.
- Porter, Michael (1990) *The Competitive advantage of nations*. The Macmillan Press Ltd. London & Basingstoke.
- Porter, Michael (1998a) The Adam Smith address: Location, clusters and the “new microeconomics” of competition. National Association for Business Economics. <<http://www.econ.nyu.edu/dept/courses/niemira/980107.pdf>>, haettu 8.1.2014.
- Porter, Michael (1998b) Clusters and new economics of competition. *Harvard Business Review*, Vol. 11-12, 75-90.
- Pratt, Andy C. (2011) An economic geography of the cultural industries. Teoksessa: *The SAGE Hand Book of Economic Geography*, toim. Leyshon Andrew – Lee Roger – McDowell Linda – Sunley Peter, 322-337. SAGE Publications Ltd., London.

- Projekt Zukunft <<http://www.berlin.de/projektzukunft/>>, haettu 1.12.2013.
- Raaseporin verkkosivut <<http://www.raasepori.fi>>, haettu 4.10.2013.
- Richards, Greg (2011) Creativity and tourism the state of art. *Annals of Tourism Research*, Vol. 38 (4), 1225-1253.
- Roodhouse, Simon (2006) *Cultural Quarters: Principles and Practices*. Intellect Ltd, Exeter.
- Rudi.net. Knowledge sharing and networking for professionals & academics in urban development <<http://www.rudi.net/node/20670>>, haettu 23.10.2013.
- Sapsford, Roger – Jupp, Victor (2006) *Data Collection and Analysis*. SAGE Publications Ltd, London.
- Scott, Allen J. (2004) Cultural-products industries and urban economic development prospects for growth and market contestation in global context. *Urban Affairs Review*, Vol. 39 (4), 461-490.
- Sepe, Marchiela (2013) Urban history and cultural resources in urban regeneration: A case of creative waterfront renewal. *Planning Perspectives*, <<http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/02665433.2013.774539>>, haettu 25.10.2013.
- Sihvonen, Seppo (2011) Kaupungin luova tila asukkaiden, luovan talouden ja matkailijoiden kohtaamispaikkana. <[http://www.uef.fi/documents/1145887/1146339/rap2011\\_7.pdf/d672efbb-219f-4214-ab0a-0bea45ff76a8](http://www.uef.fi/documents/1145887/1146339/rap2011_7.pdf/d672efbb-219f-4214-ab0a-0bea45ff76a8)>, haettu 20.10.2013.
- Silverman, David (2000) *Doing qualitative research, a practical handbook*. SAGE Publications, London.
- Stern, Mark J. – Seifert, Susan C. (2010) Cultural clusters: The implications of cultural assets agglomeration for neighborhood revitalization. *Journal of Planning Education and Research*, Vol. 29 (3), 262-279.
- Stryjakiewicz, Tadeus (2010) Location factors of the creative and knowledge-intensive industries in European metropolitan regions. *Geographical Journal*, Vol. 62 (1), 3-19.
- The 10 smartest cities in Europe in 2013 <<http://www.fastcoexist.com/3024721/the-10-smartest-cities-in-europe#10>>, haettu 17.1.2014.
- Throsby, David (2008) The concentric circles model of the cultural industries. *Cultural Trends*, Vol. 17 (3), 147–164.
- Tilastokeskus verkkosivut <<http://www.stat.fi>>, haettu 4.10.2013.
- Tilastokeskus verkkosivut: taajama- ja haja-asutusväestön iän ja sukupuolen mukaan kunnittain <<http://pxweb2.stat.fi/Dialog/Saveshow.asp>>, haettu 3.2.2014.

- Tilastokeskus verkkosivut: taajamat väkiluvun ja väestötiheyden mukaan 31.12.2012. <<http://pxweb2.stat.fi/Dialog/Saveshow.asp>>, haettu 3.2.2014.
- Tilastokeskus (2012) Kulttuuri 2012. Kulttuurityövoima Suomessa. <[http://www.stat.fi/til/kl/2012/01/kl\\_2012\\_01\\_2013-08-23\\_fi.pdf](http://www.stat.fi/til/kl/2012/01/kl_2012_01_2013-08-23_fi.pdf)>, haettu 6.10.2013.
- Tilastokeskus: Raasepori <<http://www.stat.fi/tup/kunnat/kuntatiedot/710.html>>, haettu 3.2.2014.
- TS 14.2.2014 Osmo Rauhala: Urheilun voima. Kolumni, Turun Sanomat. <<http://www.ts.fi/mielipiteet/kolumnit/595219/Urheilun+voima>>, haettu 15.2.2014.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2012) Luovuudesta kasvua ja uudistumista Luovaa taloutta edistävät julkiset toimet ja kehittämissuunnitelmat. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Innovaatiot 40/2012. <[https://www.tem.fi/files/34626/TEMjul\\_40\\_2012\\_web.pdf](https://www.tem.fi/files/34626/TEMjul_40_2012_web.pdf)>, haettu 6.10.2013.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2013) Luovat alat. Toimialaraportti 7/2013. <[http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1958/Luovat\\_alat\\_2013.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/1958/Luovat_alat_2013.pdf)>, haettu 14.1.2014.
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2013b) Julkinen rahoitus luovien alojen yrityksissä. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. Innovaatiot 26/2013. <[https://www.tem.fi/files/37477/TEMjul\\_26\\_2013\\_web\\_17092012.pdf](https://www.tem.fi/files/37477/TEMjul_26_2013_web_17092012.pdf)>, haettu 15.1.2014.
- United Nations/UNPD/UNCTAD (2010) *Creative Economy Report 2010. Creative Economy: A Feasible Development Option*. United Nations, Geneva and New York. <[http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf)>, haettu 4.10.2013.
- United Nations/UNDP/UNESCO (2013) *Creative economy report 2013 Special Edition Widening Local Development Pathways*. United Nations, New York and Paris. <<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>>, haettu 12.1.2014.
- van Heur, Bas (2009) The Clustering of creative networks: Between myth and reality. *Urban Studies*, Vol. 46 (8), 1531–1552.
- Waite, Gordon – Gibson, Chris (2009) Creative small cities: Rethinking the creative economy in place. *Urban Studies*, Vol. 46 (5&6), 1223–1246.
- White, Pauline (2010) Creative industries in a rural region: Creative West: The creative sector in the Western region of Ireland. *Creative Industries Journal*, Vol. 3 (1), 79–88.
- Wilson, Michael – Sapsford, Roger (2006) Asking questions. Teoksessa: *Data Collection and analysis*, toim. Sapsford, Roger – Jupp, Victor, 93–123. SAGE Publications Ltd., London.

YLE Uutiset-verkkosivut (2013): Pelialan parhaat ja suuret haluavat Suomeen <[http://yle.fi/uutiset/pelialan parhaat ja suuret haluavat suomeen/6645426](http://yle.fi/uutiset/pelialan_parhaat_ja_suuret_haluavat_suomeen/6645426)>, haettu 15.11.2013.

## LIITE 1 HAASTATTELURUNKO LUOVILLE TOIMIJOILLE

Satu Nurmi

HAASTATTELURUNKO

xx.xx.2014

### **Luovuus työnä:**

- Miten hyödynnät luovuutta työssäsi? /Mitä luovuus merkitsee sinulle?
- Liittyykö toimintaasi tekijänoikeuksia (patentit, tuotemerkit, design yms.)?
- Millaisia asiakkaita sinulla on?
- Miten näet vientimahdollisuudet alallasi (asiakkaat ulkomaille)?
- Miten hyödynnät työssäsi internetiä tai sosiaalista mediaa?
- Miten luovuus ja liiketoiminta sopivat sinusta yhteen?

### **Luovuuden suhde paikkaan:**

- Miksi olet tullut Fiskarsiin ja onko paikka täyttänyt odotuksesi?
- Oletko harkinnut pysyväsi täällä tai muuttavasi muualle (esim. kaupunkiin/ulkomaille)?
- Miten vuodenajat eroavat toisistaan Fiskarsissa (kiireisyys, asiakkaiden määrä)?
- Oletko mukana sellaisessa toiminnassa, jonka työskentely Fiskarsissa on mahdollistanut?
- Mitkä ovat suurimmat vastaan tulleet haasteet Fiskarsin kylässä?

### **Verkostot:**

- Kuinka olet yhteydessä (luovan) alan muihin toimijoihin Fiskarsissa tai lähialueella?
- Osallistutko alan tapaamisiin, messuille, markkinoille ym. tapahtumiin Fiskarsissa tai kylän ulkopuolella?
- Teetkö jonkun yrittäjän (/ joidenkin yrittäjien) kanssa yhteistyötä?
- Onko sinusta luovan alan yrittäjillä ja toimijoilla yhteiset tavoitteet tulevaisuuden suhteen?
- Onko sinulla kilpailijoita Fiskarsissa?

### **Luovuuden tulevaisuus laajemmin:**

- Millaisia uhkia tunnet luovilla aloilla olevan?
- Millaisia mahdollisuuksia näet luovilla aloilla (/omalla toimialallasi) tulevina vuosina?

**Lopuksi:**

- Olenko unohtanut kysyä jotain oleellista?
- Voinko ottaa sinuun uudelleen yhteyttä jos haluan tarkistaa jotain?

## LIITE 2 HAASTATTELURUNKO TUKITOIMINNOILLE

Satu Nurmi

HAASTATTELURUNKO

xx.xx.2014

### **Luovat toimijat:**

- Miten hankkeenne tavoittaa erilaiset luovan alan toimijat?
- Ovatko tietyt ammattikunnat olleet erityisen kiinnostuneita yhteistyöstä?
- Millaisia mahdollisuuksia näet luovien alojen ja koulutuksen yhdistämisessä?
- Entä luovuuden ja liiketoiminnan yhdistämisessä?

### **Luovuuden suhde paikkaan:**

- Millaisista syistä vanha ruukki sopii mielestäsi luovan alan toimijoille (esim. kaupunkiin verrattuna)?
- Mitkä ovat Fiskarsin suurimmat vahvuudet luovana keskuksena?
- Entä heikkoudet?
- Millä tavoin uskot projektinne parantavan Fiskarsin toimintaympäristöä?

### **Verkostot:**

- Millä tavalla alueen toimijoiden yhteistyötä tulisi kehittää?
- Onko luovien alojen eri kehittäjillä ja itse luovilla toimijoilla mielestäsi yhteiset tavoitteet?
- Millaiset käytännöt toimivat mielestäsi parhaiten luovien alojen tukemisessa ja yhteistyössä?

### **Luovuuden tulevaisuus laajemmin:**

- Tuetaanko Suomessa mielestäsi tarpeeksi luovien alojen toimintaa?
- Millaisia uhkia koet luovilla aloilla olevan?
- Millaisia mahdollisuuksia näet luovilla aloilla tulevina vuosina?
- Millaisia eroja näissä on eri toimialojen välillä?
- Mistä erot mielestäsi johtuvat?

### **Lopuksi:**

- Olenko unohtanut kysyä jotain oleellista?
- Voinko ottaa sinuun uudelleen yhteyttä jos haluan tarkistaa jotain?

### LIITE 3 FISKARSIN TOIMIJAT JA TOIMITILAT

Taulukko 16 Fiskars pajat ja myymälät 23.1.2014 tietojen mukaan

Numero kartalla	Paikan nimi
1. Lukaali	Juhlahuoneisto
2. Fiskars Wärdshus	Hotelli ja ravintola
3. Makasiini	SeriMeri
4. Takopaja, paperipaja	Paperitalo
5.	Bianco Blu
6. Kuparipaja	Secret Garden, Ravintola Kuparipaja
7. Hienotaepaja, Fiskars-Forum	Hotel Tegel
8.	Ruukinkonttori
9.	Kivimuuri
10.	Mylly
11.	Vierasateljee
12. Tornikellorakennus	Fiskars shop, Onoma Shop, Suomen Antiikki- ja taidekirjat, Café Antique , Onoma-osuuskunta
13. Pesutupa	Bed & Breakfast Fiskars
14.	Paloasema
15. Kasarmit	Huonekaluliike Spitz, Ihana Puoti, Jalo, Osuuskunta Tupapuoti, PetriS Chocolate Room, Sassi Shop
16.	Siwa
17.	Kioski-kahvila, Tori-kahvila
18.	Suutarinmäki
19.	B&B Villiruusu
20.	Paateron keramiikkaverstas
21.	Puimala
22.	Tori
23. Kardusen	Butiken på Landet
24.	Peltorivi
25. Navetta	Desicon tehtaan myymälä, Garden Shop Tahvoset, Isidoro, Saarikorpi Design Oy
26.	Veitsitehdas - knivfabrik - knife factory
27. Aurapaja	Fiskarsin LaatuPuu, Knivo oy, Leanika, Eläinlääkäri, Koivusipilä
28. Fiskarsin museo	Museokauppa, Hammerbackenin kesäkahvila
29.	Fiskarsin museo
30. Konepaja	Nikari
31.	Valimo
32.	Urheilukenttä
33.	Kuntopolku
34.	Biopap

35.	Piknik-alue
36.	Studio Karin Widnäs
37.	Bakluran tanssilava
38.	Sirius Gallery Shop, Camilla Moberg Designs
39.	Kesämyymälöitä
Ei kartalla:	
Forestal Oy Ab	
Kantti Design Shop	
Second Chance	
Kalakettu	
SE-Action	
Aiha Environments	
Arkkitehtitoimisto Mink- kinen oy	
Fiskarsin kyläseura	
Kuvainveistäjä Hannu Sirén	
Puuseppä Rudi Merz	
Mari Ojala	
Studio Oksa	
Taimi oy	
TAKO koulutuskeskus	
Puuveneveistämö Jussi Nordberg	
Diff Design Oy	
Mannerheimin Lastensu- ojeluliitto Fiskars	
Radio Fiskars	
Studio Elina Makkonen	

Lisäksi Fiskarsin osuuskunta Onomalla on jäseniä, jotka ovat luovan alan toimijoita, mutteivät löydy yllä olevasta listasta. Tarkempi luettelo jäsenistä osuuskunnan sivulla: <http://www.onoma.org/fi/jasenet.php>

## LIITE 4 FISKARSIN TAPAHTUMAT SYYSKUU 2013- MAALISKUU 2014

Taulukko 17 Fiskarsin tapahtuman syyskuu 2013- maaliskuu 2014 (Lähde: Fiskars-tapahtumat, uutiskirjeet)

<b>Tapahtuma</b>	<b>Ajankohta</b>
Iloa-näyttely	12.5.–15.9.2013
Kipinä-näyttely	12.5.–15.9.2013
Fiskars Nature-messut	14.–15.9.2013
Neljä Vuodenaikaa-konserttisarja	27.–29.9.2013
Slow Food Festivaali	4.-5.10.2013
Fiskarsin riistapäivät	24.–26.10.2013
Ruukin joulu: erilaisia tapahtumia	23.–24.11., 30.11.–1.12., 7.-8.12., 14.–15.12., 18.12., 21.–22.12.2013
Pakkaspäivät	2.-6.1.2014
Fiskars 365-näyttely	3.1.–31.3.2014
Retkiluistelua	6.1., 10.1., 25.1., 1.2.2014
Neljät häät Fiskarsissa-häätapahtuma	1.-2.2.2014
Työ, tila & koti	8.2.2014
Eteläkärjen klassikot-hiihtotapahtuma	9.2.2014
Laskiaispullapäivät	1.-8.3.2014
Lumikenkäilyä	1.3., 9.3.2014
Laskiaistiistai	4.3.2014
Ruukin kevät soi	8.3.–9.3.2014
Forestalin metsäkurssi	8.3.–9.3., 15.3–16.3. ja 30.3.2014
Ennakkotutustuminen uuteen panimoon	14.3.2014
Maalismarkkinat	15.3.–16.3.2014
Saint Patrick's day	17.3.2014
KuppiKakkuKarnevaalit	18.–23.3.2014
Vesivoimalan avajaiset	21.3.2014

Fiskarsissa järjestetään tapahtumia ympäri vuoden. Yllä oleva taulukko esittelee vain tutkimuksen teon aikana ohjelmassa olleet tapahtumat.