

MERJA HEIKKINEN JA AULI IRJALA

**Taideteollisuuden ja sarjakuvan
ammattilaisten työtilanne ja
kansainvälinen toiminta
Raportti kyselytutkimuksesta
Ornamon, Grafian ja
Sarjakuvantekijät ry:n jäsenille**

Working Conditions and International Activities of
Professionals in Design and Comics
Survey of the members of artists' organizations in the
fields of design and comics



TILASTOTIETOA TAITEESTA NRO 21

Taiteen keskustoimikunta
Helsinki 1998

© Merja Heikkinen, Auli Irjala ja taiteen keskustoimikunta 1998

Kansi: Kari Piippo

ISBN 952-5253-10-4

ISSN 0788-0278

Nykypaino Oy
Helsinki 1998

Sisällys

Alkusanat	5
-----------------	---

Auli Irjala:

Ornamon jäsenkunnan ammattikuva, työtilanne ja kansainvälinen toiminta

Esipuhe	8
Selvityksen tausta	9
Kyselyaineisto ja tutkimusjoukko	10
Taustatiedot	11
Opinnot.....	15
Työtilanne ja ammatillinen toiminta	17
Apurahat	23
Tuotteiden esittely ja näyttelytoiminta	25
Kansainvälinen toiminta ja ulkomaan markkinointi	32
Tekijänoikeus ja mallisuojaus	39
Työ- ja tuotantoprosessi	40
Yhteenveto	45
Ammattikuva ja taideteollisuuden kenttä	45
Yritystoiminta	46
Näyttely- ja messutoiminta	47
Viennin edistäminen	48

Merja Heikkinen:

Graafisen suunnittelun ja sarjakuvan ammattilaisten työtilanne ja kansainvälinen toiminta

Johdanto	52
Taustatiedot	55
Järjestöjäsenyydet	55
Sukupuoli ja ikä	56
Siviilisääty ja lapset	57
Asuinpaikka	57
Yleissivistävä koulutus	58
Ammattinimike	59
Ammatillinen koulutus	61
Taideteollisen alan opinnot kotimaassa	61
Suoritetut taideteollisen alan tutkinnot	62
Jatko-opinnot kotimaassa ja ulkomailla	63
Muut opinnot	63

Työskentelytilanne	65
Työsuhteet	65
Työn ja koulutuksen vastaavuus	66
Työskentelytapa	66
Apurahoitus	68
Toimeentulon erityispiirteitä	71
Tekijänoikeus	72
Näyttelytoiminta kotimaassa ja ulkomailla	74
Osallistuminen näyttelytoimintaan	74
Näyttelytoiminnan rahoitus	76
Mielipiteet näyttelytoiminnan järjestämisestä	77
Työskentely ja markkinointi ulkomailla	79
Ulkomailla työskentely	79
Markkinointi ja myynti ulkomaille	79
Markkinoinnin organisointi ja rahoitus	80
Mielipiteet ulkomaan myynnin järjestämisestä	82
Mielipiteet viennin tehostamisesta	83
Yhteenveto	85
Lähteet	87
Taulukkuuettelo	90
English Summary	94
Liite: Kyselylomake	99

ALKUSANAT

Tämä tilastoraportti kuvaa taideteollisuuden ja sarjakuvan alueella toimivien ammattiryhmien taustaa, työtilannetta, apurahoitusta ja kansainvälistä toimintaa. Raportin aineistona on näitä aloja edustavien järjestöjen jäsenistölle lähetetty kysely. Kyselyaineisto kattaa Ornamon jäsenjärjestöjen, Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenet.

Selvitys toteutettiin taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusyksikössä, ja se käynnistettiin valtion taideteollisuustoimikunnan aloitteesta. Tilastoraportti koostuu kahdesta erillisestä osasta. Auli Irjala on analysoinut kyselyn vastaukset Ornamon jäsenjärjestöjen osalta, ja Merja Heikkinen Grafian sekä Sarjakuvantekijät ry:n jäsenistön osalta.

Taideteollisen alan ammattikuntien tilannetta ja kansainvälistä toimintaa koskeva selvitys tuo uutta tietoa kahdelta varsin vähäiselle tutkimukselle jääneeltä alueelta. Ornamon jäsenjärjestöjen edustamien lukuisten ammattikuntien tilanteesta on tehty kaikki ammattikunnat kattava peruskartoitus viimeksi 1970-luvulla (Hautala 1977). Taiteilijoiden kansainvälinen toiminta taas on alue, josta ei ole aiemmin kerätty systemaattista yksilötason tietoa.

Taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusyksikön kaikki taiteenalat kattavassa kyselykartoituksessa (Taidepolitiikan... 1998; Minkkinen 1998) kansainvälinen toiminta nousi yhdeksi tärkeimmistä alueista, joille toivottiin uutta taidepoliittista tukea. Kaikista apurahoja saaneista taiteilijoista lähes joka toinen toivoi, että muualle kuin yksittäisille taiteilijoille kohdistettavaa tukea painotettaisiin ensisijaisesti kansainväliseen toimintaan. Seuraavaksi suosituin painopistealue oli teosten markkinointi. Myös neuvontapalveluja toivottiin eniten juuri ulkomaan markkinointiin. Alle kolmannes apurahan saajista katsoi, että saadulla apurahalla oli ollut merkitystä oman kansainvälisen toiminnan kannalta.

Yhä useammat suomalaiset taiteilijat pyrkivät tekemään töitään tunnetuksi myös muualla kuin kotimaassa, ja toisaalta laajentamaan taiteellista näkemystään toimimalla myös ulkomailla. Tämän toiminnan tukemiseen nykyinen taidepoliittinen tukijärjestelmä tarjoaa suhteellisen rajalliset keinot. Toivottavasti tämä raportti osaltaan antaa niitä taustatietoja, joita tarvitaan kun etsitään entistä parempia taidepoliittisia keinoja edistää ja tukea suomalaisten taiteilijoiden kansainvälistä toimintaa. Kansainvälisyys on yhä olennaisempi osa sitä ”Suomen taiteen edistämistä”, joka taidetoimikuntalaitoksen lakisääteiseksi tehtäväksi on määritetty.

Tekijät kiittävät valtion taideteollisuustoimikunnan jäseniä, alan järjestöjä ja asiantuntijoita sekä työtovereitaan saamastaan avusta ja kommenteista. Suurin kiitos raportin valmistumisesta kuuluu niille Ornamon, Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenille, jotka uhrasivat aikaansa ja vaivaansa kyselyyn vastaamiseen. Suomalainen taiteilijakunta on jo useissa taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja julkaisuyksikön kyselyissä osoittautunut kansainvälisestäikin katsoen ainutlaatuisen aktiiviseksi ja idearikkaaksi vastaajajoukoksi.

AULI IRJALA

**Ornamon jäsenkunnan
ammattikuva, työtilanne ja
kansainvälinen toiminta**

ESIPUHE

Taloudellinen lama ja työttömyys ovat pakottaneet taideteollisen alan monen muun alan ohella miettimään uusia selviytymiskeinoja ja toimintatapoja. Myös kansainvälistyminen on entistä useammin yksi toimintaedellytys, joka koskee koko taideteollisuuden ammattikuntaa. Suomalaisella muotoilulla on perinteisesti ollut hyvä maine ulkomailla perustuen pitkälti 50-luvun saavutuksiin. Nykymuotoilu ei ehkä ole saanut klassikkojen varjossa sitä jalansijaa kansainvälisellä areenalla minkä se ansaitsisi. Pelkällä maineella ei kuitenkaan tehdä kauppoja, vaikka se asiaa auttaisi. Ulkomaan markkinointi ja myynti vaatii kovaa työtä ja omaa aktiivisuutta. Taideammattien harjoittajille se tarkoittaa usein sitä, että suunnittelun ja tuotannon lisäksi on hoidettava markkinointi ja vienti – asiat jotka vaativat asiantuntemusta ja aikaa. Kuinka suomalaisen taideteollisen alan ja taidekäsityön ulkomaan vientiä voisi tehostaa? Mikä taho olisi oikea sitä hoitamaan?

Tämä selvitys pyrkii vastaamaan yllä esitettyihin kysymyksiin samoin kuin valottamaan ulkomaille suuntautuvan toiminnan – niin näyttelyiden, messujen, ulkomaisten toimeksiantojen kuin markkinoinnin ja myynnin – menettelytapoja, ongelmia ja tehostuskeinoja tällä hetkellä taideteollisuuden alueella. Kuka markkinoi tekstiilitaiteilijan töitä, miten teollinen muotoilija saa ulkomaisen toimeksiannon, kuka rahoittaa huonekalusuunnittelijan messuosallistumisen ja keramiikkataiteilijan ulkomaisen näyttelyn?

Taideteollisuus on taidehallinnossa yksi vaikeimmin hahmotettavista alueista laajuutensa ja monimuotoisuutensa vuoksi. Taideteollisuuden alue koostuu erityyppisistä ammatinharjoittajista ja erilaisista toiminta-alueista. Paitsi että monimuotoista aluetta on vaikea hahmottaa, on sen edistäminen taidepolitiikassa on myös vaativaa – ei voi keskittyä ajamaan vain yhden etua, vaan on huomioitava monen erilaisen ammatinharjoittajan tilanne erilaisine ongelmineen.

Ornamon jäsenkunnalle tehdyn kyselyn avulla saatiin lukuisia vastauksia, mutta vähintään yhtä monta jatkokysymystä. Suppean yhteenvedon vetäminen tai muutamien yleispätevien johtopäätösten esittäminen on vaikeaa alan monimuotoisuudesta johtuen. Yksi tutkimustulos koskee yhtä ammattikuntaa, mutta ei päde lainkaan toisella osa-alueella. Toivon kuitenkin, että selvitys omalta osaltaan auttaa taideteollisuuden alan päättäjiä sekä alalla työskenteleviä löytämään sopivia keinoja suomalaisen muotoilun, suunnittelun ja taidekäsityön edistämiseksi.

Suurkiitos ennen kaikkea kaikille kyselyyn vastanneille, jotka uhrasivat aikaansa ja olivat näin omalta osaltaan vaikuttamassa selvityksen syntyyn. Kiitos koevastaajille, jotka autoivat kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa. Riitta Leskisen avulla käytännön yhteistyö Ornamon kanssa sujui tehokkaasti, siitä lämpimät kiitokset hänelle. Kiitokset myös kaikille raporttia kommentoineille.

1. SELVITYKSEN TAUSTA

Taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusjaosto päätti vuoden 1996 alussa valtion taideteollisuustoimikunnan aloitteesta tehdä selvityksen taideteollisuuden alalla toimivista taiteilijoista ja suunnittelijoista sekä heidän kansainvälisestä toiminnastaan. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää mm. ulkomaille suuntautuvaa teosten ja tuotteiden markkinointia, näyttely-, suunnittelu ja tuotevientiä sekä koti- ja ulkomaista näyttelytoimintaa. Selvitys tehtiin kyselytutkimuksena Ornamon, Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenistölle. Kyse-lyssä kartoitettiin myös taiteilijakunnan rakennetta ja ammatillista toimintaa perustietojen, kuten ikä, sukupuoli, asuinalue, koulutus, apurahat ja työtilanne, kautta.

Tämä raportin osuus käsittelee ainoastaan Ornamon¹ jäsenkunnan vastauksia. Grafia ry:n ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenistön vastaukset on raportoitu erikseen (tutkija Merja Heikkinen, taiteen keskustoimikunta).

Taideteollisella alalla toimivia taiteilijoita ja suunnittelijoita ei ole juurikaan tutkittu aiemmin. Taiteen keskustoimikunnan taiteilijan asema -projektissa on taideteollisuuden alalta tutkittu ainoastaan graafisia suunnittelijoita ja sarjakuvan-tekijöitä. Taideteollisesta korkeakoulusta valmistuneiden sijoittumista työelämään on tutkittu (Karttunen 1994) ja tämän kyselyn tuloksia verrataan useissa kohdin kyseiseen selvitykseen. Vertailua varten on Karttusen tutkimuksesta poimittu Ornamon ammattiryhmiä vastaavat koulutusohjelmat ja niistä valmistuneet.

Taidekäsityötä ja sen tekijöitä on tutkittu tuoreessa väitöskirjassa (Kälviäinen 1996), jonka käsitteiden ja kentän määrittelystä on ollut apua tässä selvityk- sessä.² Käsiteollisuuden tilaa ja ongelmia on käsitelty kauppa- ja teollisuus- ministeriön toimesta yhdessä toimikunnassa (Komiteanmietintö 1989: 17), joka myös teetti kyselyselvityksen “Koti- ja käsiteollisuus- sekä taidekäsityö-yri- tykset — taloudellinen merkitys, ongelmat ja kehittäminen” (Läpäri 1989) sekä yhdessä työryhmässä, joka julkaisi työnsä tulokset raportissa “Käsiteollisuu- den luonne, ongelmat ja toimenpide-ehdotuksia” (KTM, työryhmä- ja toimikuntaraportteja 23/1995). Näitä on soveltuvin osin käytetty täydentämään käsillä olevan kyselyn tietoja.

¹ Ornamon jäsenistä ja jäsenkunnasta puhuttaessa tarkoitetaan tietysti Ornamoon kuuluvien järjestöjen (MTO, SIO, TAIKO, TEXO, TKO) jäseniä, mutta luettavuuden takia raportissa käytetään em. muotoa.

² Ks. myös Marjo Wibergin väitöskirja *The Textile Designer and the Art of Design. On a Formation of a Profession in Finland (TAIK 1996)*.

Kyselyaineisto ja tutkimusjoukko

Kyselylomake laadittiin yhteistyössä taideteollisuustoimikunnan kanssa. Ennen lopullista muotoaan se testattiin seitsemällä koevastaajalla, jotka edustivat taideteollisuuden eri alueita (tekstiilitaide, vaatetussuunnittelu, teollinen muotoilu, huonekalu- ja sisustussuunnittelu, keramiikka, graafinen suunnittelu ja sarjakuva).

Lopullinen kyselylomake sisälsi 49 kysymystä, jotka oli jaoteltu seuraavasti:

- Taustatiedot
- Opinnot
- Työtilanne ja ammatillinen toiminta
- Apurahat
- Tuotteiden esittely ja näyttelytoiminta
- Kansainvälinen toiminta ja ulkomaan markkinointi
- Tekijänoikeus ja mallisuojaus
- Työ- ja tuotantoprosessi

Kysely postitettiin vuoden 1996 keväällä 555 Ornamon jäsenelle poimimalla satunnaisotannalla jäsenluettelosta³ joka toinen henkilö. Ensimmäinen postitus tehtiin 6.5. ja toinen postitus 29.5. niille, jotka eivät olleet palauttaneet kyselyä. Palautusaikaa annettiin toisessa postituksessa 12.6. asti, mutta tutkimusjoukkoon on otettu mukaan kaikki ennen 23.7.1996 saapuneet vastauslomakkeet.

Poistojen jälkeen (postin palauttamattomat kuoret, kuolleet, vaillinaiset vastaukset) vastaajajoukoksi saatiin 278 henkilöä. Kaikki eivät kuitenkaan olleet vastanneet jokaiseen kysymykseen, joten näiden kysymysten kohdalla ilmoitetaan vastaajamäärä (N) erikseen.

Kyselylomakkeita lähetettiin	555
Poistot (postin palauttamattomat, kuolleet)	4
Kyselyjoukko	551
Palautettuja lomakkeita	296
<i>Palautusprosentti</i>	<i>54 %</i>
Palautetut lomakkeet	296
Poistot (vajaat vastaukset)	18
<i>Tutkimusjoukko (N)</i>	<i>278</i>

³ Jäsenistön postituslista, joka saatiin Ornamosta maaliskuussa 1996.

2. TAUSTATIEDOT

Järjestöjäsenyys ja sukupuoli (kysymykset 1 ja 8)

Teollisuustaiteen liitto Ornamo on viiden valtakunnallisen taideteollisuus-alan järjestön keskusliitto. Ornamon jäsenjärjestöt ovat Muotitaiteilijat MTO, Sisustusarkkitehdit SIO, Taidekäsityöläiset TAIKO, Tekstiilitaiteilijat TEXO ja Teolliset muotoilijat TKO.

Vastaajista 14 ilmoitti kuuluvansa useampaan kuin yhteen Ornamon alajärjestöistä. Kukaan ei kuitenkaan kuulunut useampaan kuin kahteen järjestöön. Seuraavat järjestöyhdistelmät olivat edustettuina:

- TEXO & TAIKO
- TEXO & MTO
- TEXO & TKO
- TKO & TAIKO
- TKO & SIO

Kahteen järjestöön kuuluvat vastaajat ilmoittivat myös toimivansa kahdella tai useammalla alalla (kysymykset 7, 14 ja 15), joten näiden henkilöiden sijoittaminen ensisijaisesti vain yhteen järjestöön oli mahdotonta. Tätä raporttia varten ei myöskään tehty muuta, yksityiskohtaisempaa ammattiluokitusta. Siksi kahteen järjestöön kuuluvia käsitellään omana joukkonaan, jolloin he myös edustavat kahdella tai useammalla alalla toimivia "monitoimijoita" tai kategorisesti jakautuneeseen järjestökenttään sopimattomia ammatinharjoittajia.

Tutkimusjoukosta kaksi kolmasosaa (197) oli naisia ja vastaavasti yksi kolmannes (81) miehiä. Taideteollisuudessa eri alojen välillä on kuitenkin suuriakin eroja sukupuolten osuuksissa. Teollinen muotoilu on taideteollisuuden alan miesvaltaisin ja tekstiilitaide puolestaan naisvaltaisin alue. Kyselyyn vastanneista teollisista muotoilijoista vajaa kolmannes oli naisia kun puolestaan tekstiilitaiteilijoista peräti 96 % oli naisia. (Taulukko 1.)

Tietyn alan nais- tai miesvaltaisuutta ohjailevat ennenkaikkea kulttuuriset sidokset, perinne ja yleiset käsitykset. "Toisen sukupuolen ammatteihin" ei hevin hakeuduta. Ammatin mies- tai naisvaltaisuudessa ei siis välttämättä ole lainkaan kysymys ammattiin soveltuvuudesta. Ammatinvalintaa ohjaavat ennakkokäsitykset ja esikuvat. (Irjala 1992.)

"Naisilla ei ole [teolliseen] muotoiluun tarvittavia lahjoja ja kykyjä", kirjoittaa Ilkka Kettunen Muoto-lehdessä (1/1996). Väite on yhtä perusteeton ja sovinistinen kuin väite naisten kyvyttömyydestä säveltää. Se, että "teollinen muotoilu on miesten työtä" (em. artikkeli) pitää sen sijaan paikkansa, mutta tämä ei suinkaan johdu naisten soveltumattomuudesta alalle vaan tietyn-

tyyppisestä ammattikuvasta. Vastaava tilanne on tekstiilitaiteessa, joka perinteisesti mielletään naisten alueeksi. Kettusella on oma käsityksensä (toivoakseni ironinen!) tästäkin: "...tilanne tekstiilin ja vaatetuksen laitoksilla on sukupuolisesti käänteinen [teolliseen muotoiluun nähden]. Miehii sorsitaan. — Miehistä vain homot eksyvät opiskelemaan rättejä. — Mutta miehet jotka ovat alan valinneet, ovat myös menestyneet naisia paremmin."

Karttusen (1994: 17) Taideteollisesta korkeakoulusta valmistuneista koostuva tutkimusjoukko edusti samanlaista sukupuolijakaumaa. Naisia oli teollisen muotoilun ja design leadershipin koulutusohjelmissa yhteensä 24 %, tekstiilitaiteessa peräti 100 %. Graafisen suunnittelun ja valokuvataiteen koulutusohjelmissa sukupuolijakauma oli tasaisin.

Vuosina 1994-96 teollista muotoilua pyrki opiskelemaan yhteensä 94 naista eli 24 % pyrkineiden määrästä. Koulutusohjelmaan hyväksyttiin kolmen vuoden aikana kaksi naista, joka on 8 % hyväksytyjen lukumäärästä. Tekstiilitaiteen koulutusohjelmaan ei kyseisen kolmen vuoden aikana ole hyväksytty yhtään miesopiskelijaa, vaikka pyrkijöistä on kahtena vuonna ollut muutama prosentti miehiä. (Lähde: TaiK opintotoimisto.)

Taulukko 1. Tutkimusjoukon jakautuminen alajärjestöihin ja naisten %-osuus (Ornamo)

Järjestö	Tutkimusjoukko	Naisia %
MTO	43	88
SIO	66	55
TAIKO	47	77
TEXO	67	96
TKO	41	28
useaan järjestöön kuuluvat	14	86
<i>Kaikki</i>	278	71 %

Ikä (kysymys 2)

Tutkimusjoukon keskimääräinen syntymävuosi oli 1950 eli keski-ikä oli 46 vuotta. Vanhin tutkimusjoukkoon kuuluva oli syntynyt vuonna 1917⁴, nuorin puolestaan 1969. Sukupuolten välillä ei ollut eroja ikäjakauman suhteen. (Taulukko 2.)

Taulukko 2. Tutkimusjoukon ikäjakauma sukupuolen mukaan (Ornamo)

	Kaikki	Miehet	Naiset
alle 35 vuotta	16 %	18 %	16 %
35-44 v.	32 %	33 %	31 %
45-54 v.	36 %	35 %	36 %
55-64 v.	12 %	13 %	12 %
yli 64 vuotta	4 %	3 %	5 %
	100 %	100 %	100 %
keski-ikä	46	46	46
<i>N</i>	276	80	196

ORNAMO:n jäsenjärjestöistä Muotitaiteilijat olivat keskimääräistä nuorempaa joukkoa (keski-ikä 43 vuotta), Sisustusarkkitehdit sen sijaan keskimääräistä vanhempia liki 50 vuoden keski-ikänsä. (Taulukko 3.)

ORNAMO:n koko jäsenkunnan (N=951)⁵ ja tutkimusjoukon ikärakenteet eivät eroa huomattavasti muutoin kuin TKO:n kohdalla: teollisista muotoilijoista nuoret ovat innokkaimmin vastanneet kyselyyn ja nostaneet näin tutkimusjoukon TKO:laisten alle 35-vuotiaiden osuuden 27 prosenttiin kun se koko TKO:n jäsenistössä on 16 %. SIO:n jäsenistön kohdalla ikäryhmä 45-64-vuotiaat vastaa kylläkin koko SIO:n jäsenistön ikäjakaumaa (69 % / 70%), mutta tutkimusjoukossa oli suurempi osuus 45-55-vuotiaita kuin koko järjestössä. (Taulukko 3.)

Taulukko 3. Tutkimusjoukon (N=276) ja ORNAMO:n jäsenistön (N=951) ikäjakaumat alajärjestön mukaan

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monijärj.
	tutkj/ORNAMO	tutkj/ORNAMO	tutkj/ORNAMO	tutkj/ORNAMO	tutkj/ORNAMO	
alle 35	26 % / 23 %	6 % / 9 %	15 % / 14 %	16 % / 15 %	27 % / 16 %	7 %
35-44	31 % / 35 %	20 % / 22 %	43 % / 39 %	28 % / 29 %	41 % / 38 %	36 %
45-54	29 % / 29 %	54 % / 43 %	28 % / 36 %	39 % / 35 %	22 % / 35 %	21 %
55-64	12 % / 13 %	15 % / 27 %	11 % / 11 %	13 % / 21 %	5 % / 12 %	21 %
yli 64	2 % / -	5 % / -	4 % / -	3 % / -	5 % / -	14 %
Keski-ikä	43 / 43	49 / 49	44 / 44	46 / 46	42 / 44	49
N	42 / 188	65 / 237	47 / 180	67 / 219	41 / 127	14

Siviilisäätty ja lasten lukumäärä (kysymykset 3 ja 4)

Vastaajista (N=276) 72 % oli naimisissa tai avoliitossa, naimattomia oli 14 % ja eronneita 14 %⁶. Vastaajista (N=202) 73 prosentilla oli lapsia ja keskimääräinen lapsimäärä oli kaksi lasta.

Asuinkunta ja -lääni (kysymys 5)

Taideammateissa toimivat ovat muuta väestöä runsaslukuisemmin keskittyneet asumaan Etelä-Suomeen, eivätkä taideteollisuuden alan taiteilijat ja suunnittelijat tee tässä poikkeusta. Vastaajista 88 % asui Etelä-Suomessa, 8 % Väli-Suomessa ja 4 % Pohjois-Suomessa. (Aluejako noudattaa Tilastokeskuksen suuralueluokitusta. Katso taulukko 4.)

⁴ Aineistosta poistettiin ne eläkeläiset, jotka eivät enää toimineet aktiivisesti ammatissaan, mutta muuten tutkimusjoukkoon otetuille ei asetettu yläikärajaa.

⁵ Koko ORNAMOn jäsenkunnan keski-ikä oli 49 vuotta (N=1091, jäsenrekisteri syksy 1996). Koska tutkimusjoukko koostuu kuitenkin pääosin työikäisistä, verrataan tutkimusjoukkoa alle 65-vuotiaisiin ORNAMO-laisiin (N=951). Heidän keski-ikänsä oli 45 vuotta.

⁶ Sisältää myös ne, jotka ilmoittivat olevansa leskiä, koska leskivaihtoehtoa ei ollut annettu erikseen lomakkeessa.

Uudenmaan läänin osuus oli 71 % ja pääkaupunkiseudun (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen) puolestaan 61 %. Taideteollisessa korkeakoulussa opiskelu kasvattaa entisestään Etelä-Suomessa asuvien osuutta, sillä osa jää opintojen jälkeen Etelä-Suomeen asumaan. Karttusen (1994: 19-20) tutkimuksen mukaan 90 % vastavalmistuneista taiteen kandidaateista asui Etelä-Suomessa. Tosin 76 % opiskelijoista asui jo ennen opintojen alkua Etelä-Suomessa.

Yksi tärkeimmistä syistä asuinpaikkakunnan valintaan ovat tietysti työmahdollisuudet, jotka aiheuttavat eroja myös eri ammattiryhmien välille. Sisustusarkkitehdit olivat voimakkaimmin keskittyneet asumaan Etelä-Suomeen ja varsinkin pääkaupunkiseudulle (80 %). Tutkimusjoukon SIOlaisista vain 5 % asui Etelä-Suomen ulkopuolella. Taidekäsityöläisten ja tekstiilitaiteilijoiden ammattikunnista asui muita ammattiryhmiä pienempi osuus pääkaupunkiseudulla.

Taulukko 4. Tutkimusjoukon asuinalueet järjestön mukaan (Ornamo)

Järjestö	n	Pääkaupunkiseutu	Muu Etelä-Suomi	Muu Suomi
MTO	43	61 %	30 %	9 %
SIO	66	80 %	15 %	5 %
TAIKO	47	45 %	43 %	13 %
TEXO	67	54 %	31 %	15 %
TKO	41	59 %	27 %	15 %
monijärj.	14	64 %	14 %	21 %
Kaikki	278	61 %	28 %	12%

Taulukossa on käytetty Tilastokeskuksen suuralueluokitusta. Etelä-Suomi: Uudenmaan (pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta), Hämeen, Kymen, Turun ja Porin läänit sekä Ahvenanmaan maakunta; Väli-Suomi: Kuopion, Mikkelin, Pohjois-Karjalan, Keski-Suomen sekä Vaasan läänit; Pohjois-Suomi: Oulun ja Lapin läänit.

Läpäerin tutkimuksen (1989: 8-9) mukaan koti- ja käsiteollisuuden vahvoja alueita ovat varsinkin Länsi-Suomi ja Pohjanmaa. Vaasan, Hämeen sekä Turun ja Porin lääneissä käsityöammattien harjoittajia oli vuonna 1985 noin kaksi prosenttia työllisestä työvoimasta. Nimenomaan (taide)käsityö on taideteollisuuden aloista maantieteellisesti "joustavin" ja näin myös tärkeä alueellinen ja paikallinen työllistäjä. KTM:n työryhmäraportissa (1995: 21) todetaankin, että tämä tulisi ottaa huomioon laadittaessa maaseudun rakennemuutokselle uusia ratkaisuja ja ehdotetaan maaseudun käsiteollisuusverkostojen kehittämistä.

Pohjakoulutus (kys. 6)

Naisista hieman suurempi osuus (79 %) kuin miehistä (69 %) oli suorittanut ylioppilastutkinnon. Koko vastaajajoukosta (N=271) ylioppilaaksi oli lukenut 76 %. Keski- tai peruskouluasteen oli käynyt miehistä 27 %, naisista 19 % ja koko vastaajajoukosta 21 %. Kansakoulun käyneitä miehiä oli 4 %, naisia 2 % ja koko joukosta osuus oli 2 %.

3. OPINNOT (kysymykset 9-13)

Suomessa taideteollisuusalan ylintä opetusta antaa Taideteollinen korkeakoulu. Toinen alan korkeakoulutasoista opetusta antava oppilaitos on Lapin yliopisto, jossa koulutus alkoi vuonna 1990 (mediakulttuurin ja teollisen muotoilun koulutusohjelmat sekä elokuusta 1996 tekstiili- vaatetusalan koulutusohjelma). Lahden Muotoiluinstituutti siirtyi 1.8.1996 osaksi Lahden ammattikorkeakoulua, joka on korkeinta ammatillista koulutusta tarjoava instituutio. Muotoilu-instituutista valmistetaan muotoilijan (muotoilun koulutusohjelma) ja medianomin (kuvallisen viestinnän koulutusohjelma) ammatteihin. Kaikkiaan Suomessa toimi vuonna 1995 lähes 50 käsi- ja taideteollisuusalan oppilaitosta.

Taideteollisen korkeakoulun edeltäjä Veistokoulu perustettiin Suomen taideteollisuusyhdistyksen toimesta vuonna 1842 "amatilliseksi sunnuntaikouluksi käsi- ja teollisuustyöläisille yleissivistystä ja käyttöesineen kauneutta opettavaksi laitokseksi". Vuonna 1949 se sai nimen Taideteollinen oppilaitos ja vuonna 1965 oppilaitos siirtyi valtion omistukseen. (Taideteollisen oppilaitoksen uudistus-toimikunnan mietintö 1970.) Taideteollinen oppilaitos sai vuonna 1973 korkeakoulun statuksen ja muuttui siten Taideteolliseksi korkeakouluksi. Taiteen kandidaatin tutkintoon tähtäävä koulutus alkoi kuitenkin vasta vuonna 1979 (Karttunen 1994: 7). Vuodesta 1981 on taideteollisuuden alalla ollut mahdollista suorittaa taiteen lisensiaatin ja vuodesta 1983 taiteen tohtorin tutkinto.

Taideoppilaitosten muuttuminen akateemisiksi opinahjoiksi ei ole ainoastaan suomalainen ilmiö, vaan taidekoulutus on sidottu korkeakoulujärjestelmään muissakin maissa (Karhunen 1996: 10). Näin (korkea)koulutuksesta ja tutkinnoista on tullut taiteilijoille yhä merkittävämpi ammatillisuuden tunnusmerkki, vaikka taiteilija-ammattia voi tietenkin harjoittaa ja siinä pätevöityä ilman muodollista koulutusta (ibid). Toisaalta taiteilija-ammattien ammattikuva on muuttunut, joten tietoa ja taitoa tarvitaan muussakin kuin varsinaisessa taiteen teossa.

Vastaajista 82 % oli hankkinut ammatillisen koulutuksensa Taideteollisessa korkeakoulussa tai korkeakoulua edeltäneissä Taideteollisessa oppilaitoksessa / keskuskoulussa. Tulos on johdonmukainen, sillä Ornamon alajärjestöillä on yhtenä jäsenyyden edellytyksenä Taideteollisesta korkeakoulusta valmistuminen (kriteeri ei kuitenkaan ole ehdoton). Kuopion käsi- ja taideteollisuusakatemiasta oli valmistunut 4 % vastaajajoukosta. Lahden muotoiluinstituutista ja Lahden taideinstituutista oli valmistunut 5 % vastaajajoukosta. Muista käsi- ja taideteollisen alan oppilaitoksista oli valmistunut yhteensä 3 %. Ulkomailla oli tutkintonsa suorittanut 5 % vastaajajoukosta.

Eri ammattiryhmistä suurimmat osuudet Taideteollisessa korkeakoulussa opiskelleita oli sisustusarkkitehdeissa (94 %) ja teollisissa muotoilijoissa (93 %). Ulkomailla tutkintonsa suorittaneista kolmannes oli SIO:n, kolmannes MTO:n ja viidennes TAIKO:n jäseniä.

Taulukko 5. Tutkimusjoukon tutkinnot oppilaitoksen ja järjestön mukaan (Ornamo)

	Kaikki	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monijärj
TaiK*	82 %	60 %	94 %	70 %	79 %	93 %	86 %
lukumäärä	224	26	62	33	53	38	12
Kuopio	4 % (12)						
Lahti	5 % (13)						
muu opisto	3 % (8)						
ulkomailla	5 % (14)						
muun alan tutkinto	1 % (3)						
<i>N</i>	<i>274</i>	<i>41</i>	<i>66</i>	<i>46</i>	<i>66</i>	<i>41</i>	<i>14</i>

*sekä Taideteollinen oppilaitos ja Taideteollinen keskuskoulu

4. TYÖTILANNE JA AMMATILLINEN TOIMINTA (kysymykset 14-18)

Millä taideteollisuuden alalla toimit? (kys. 14)

Taideteollisuuden alalla toimivat muodostavat hyvin laaja-alaisen ja heterogeenisen joukon. Toimivaa luokittelua taideteollisuuden eri aloista ja ammattiryhmistä on vaikea tehdä. Vaikeutta kuvastaa mm. taideteollisuustoimikunnan tekemä ja käyttämä luokittelu (toiminta- ja taloussuunnitelma 1997-2000), jota ei täysin voida pitää tyydyttävänä. Sen ongelmana on epälooginen jaottelu sekä materiaalin että toiminnan mukaan. Taideteollisuustoimikunnan määrittelyn mukaan "taideteollisuus on laaja ja monitahoinen taiteenala, johon taidehallinnon piirissä lasketaan kuuluviksi seuraavat osa-alueet:

- graafinen suunnittelu
- sarjakuvataide
- lasi- ja keramiikkasuunnittelu
- teollinen muotoilu
- huonekalu- ja sisustussuunnittelu
- vaatetus- ja neulesuunnittelu
- tekstiilisuunnittelu
- metallitaidekäsityö
- käsityö, sekä
- muu taideteollinen ala."

Oman ongelmakimppunsa muodostaa näkemys siitä, onko taideteollisuus taidetta, käsityötä, muotoilua vai näitä kaikkia yhdessä. Jotkut – varsinkin teolliset muotoilijat ja sisustusarkkitehdit – eivät miellä itseään niinkään taiteilijoiksi vaan suunnittelijoiksi. Osa taidekäsityöläisistä voisi yhtä hyvin kuulua kuvataiteilijoiden joukkoon (taidekäsityön määrittelystä katso Kälviäinen 1996). Ero 'käsityöläisen' ja 'taidekäsityöläisen' välillä voi myöskin olla häilyvä, vaikka käsityöläisen määrittely selkeästi käyttöesineitä tekeväksi. Sisustusarkkitehdit voisi joissain tapauksissa luokitella arkkitehtien joukkoon, mutta Taideteollisessa korkeakoulussa annettava koulutus määrittelee sisustusarkkitehdit taideteollisuuden alueelle. Sisustusarkkitehtien tekemä huonekalusuunnittelu puolestaan liittyy ammattikunnan teolliseen muotoiluun.

Koti-, käsi- ja taideteollisuustoimikunnan mietinnössä (KTM 1989: 2) oli rajaa taideteollisuuden ja taidekäsityön välillä kuvattu seuraavasti:

"Taideteollisuus pohjautuu taidekäsityöhön, ja siinä valmistus tapahtuu koneiden avulla useampia kappaleita tai sarjatuohtantona lukuisia kappaleita tuottaen käsityömaisesti valmistetun tai valmistettavissa olevan mallin pohjalta. — Taidekäsityö on tutkimisen ja kokeilun väline, joka voi hyödyntää teollisuutta suuntautumalla laadulliseen valmiuteen, kun teollisuus perinteisesti keskittyy pikemminkin määrälliseen valmiuteen."

Määritelmä kuvaa kyllä taideteollisuuden ja taidekäsitteiden rajaa tietyllä taidekäsitteiden osa-alueella, mutta ei huomioi sitä taidekäsitteiden aluetta, jossa tuotteilla ja teoksilla ei ole kuvatuista välillisistä funktiosta, vaan esineet ovat olemassa oman itsensä vuoksi. Se, että näiden esineiden suunnittelu ja luominen on materiaalilähtöistä ja että ne ovat (useimmiten) käyttöesineitä, määrittää ne nimenomaan taidekäsitteeksi erona taideteoksiin. On kuitenkin taidekäsitteiden alueita, joissa teokset eivät ole käyttöesineitä, jolloin raja taiteeseen hämärtyy (esim. ero taidekeramiikan ja keramiikkataiteen välillä).

Kyselyyn vastanneet mainitsivat toimivansa seuraavilla alueilla/aloilla:

Tekstiili- ja vaatetusala

- tekstiili
- tekstiilitaide
- taidetekstiili
- tekstiilisuunnittelu
- teollinen tekstiilisuunnittelu
- tekstiiliteollisuus
- tekstiili/vaatteet
- tekstiili/vaate(tus)teollisuus
- vaatetus(ala)
- vaate(tus)sunnittelu
- vaate(tus)teollisuus

Muotitaidet

- muoti
- muotitaidet

Sisustus ja kalustesuunnittelu

- sisustusarkkitehtuuri
- sisustussuunnittelu
- sisustustaide
- sisustus
- huonekalusuunnittelu
- huonekaluteollisuus
- kalustesuunnittelu
- kalusteteollisuus
- kalustemuotoilu
- arkkitehtuuri
- rakennussuunnittelu
- korjaussuunnittelu
- kaupunkisuunnittelu
- ympäristösuunnittelu

Teollinen muotoilu

- teollinen muotoilu
- esinesuunnittelu
- tuotesuunnittelu
- designmanagement

Taidekäsityö
taidekäsityö
keramiikka
taidekeramiikka
keramiikkataide
metallitaide
taidetaonta
lasimaalaus
lasi
nahka
paperi
puutyö
korusuunnittelu
korutaide
kultaseppä

Muut

opetus
lehdistö
kuvataide
mainonta

Työtilanne ja työsuhteen laatu (kys. 16)

Karttusen (1994: 29) tutkimuksen mukaan kaikista vastavalmistuneista taiteen kandidaateista suurin osa (72 %) toimi toisen palveluksessa ja vain vajaa kaksi viidesosaa (37 %) itsenäisenä eli freelancerina, yrittäjänä tai apurahalla. Näyttäisi kuitenkin siltä, että työkokemuksen karttuessa yhä useampi jättää palkkatyön ja siirtyy itsenäiseen työskentelymuotoon. Tähän viittaa se, että toisen palveluksessa (palkansaaja) toimi kyselyn vastaajista 40 % ja vastavalmistuneista⁷ 65 % (Karttunen 1994: 29). Itsenäisenä toimivia (freelancer, yrittäjä, apurahalla) oli vastaajajoukossa 67 % ja vastavalmistuneissa 35 % (ibid).

Tutkimusjoukosta toimi *kokonaan tai osin* palkansaajana 40 %, yrittäjänä 42 % ja freelancerina 21 %. *Pelkästään* palkansaajana toimi 26 % tutkimusjoukosta ja vastaavasti ainoastaan yrittäjänä 27 % ja freelancerina 10 % tutkimusjoukosta. Pelkän apurahan varassa teki töitä 2 % tutkimusjoukosta. Freelancereina toimivien osuus oli suurin muotitaiteilijoiden, tekstiilitaiteilijoiden ja monialaisten joukossa. *Pelkästään* freelancereina toimivia ei kuitenkaan ollut enimmillään kuin 18 % (TEXO). Palkansaajien ja freelancereiden kohdalla ei miesten ja naisten osuuksissa ollut suurta eroa, mutta miehet toimivat naisia useammin yrittäjinä. Osa-aikayrittäjien ja kokopäiväyrittäjien prosenttiosuuksien välillä oli useimmilla ammattiryhmillä noin 20 % ero eli yrittäjyys on suhteellisen yleistä *yhtenä osana toimenkuvaa*. Yrittäjyys määrittäyty kulttuurin kentällä usein

⁷ Karttusen tutkimusjoukosta on erotettu Ornamon järjestöjä vastaavista koulutusohjelmista valmistuneet: keramiikka- ja lasitaide, sisustusarkkitehtuuri- ja huonekalusuunnittelu, tekstiilitaide, teollinen muotoilu, vaatesuunnittelu ja pukutaide.

erilaiseksi kuin perinteinen voittoa tavoitteleva liiketoiminta. Taideteollisen korkeakoulun Koulutuskeskuksen johtaja Pekka Saarela (1996) listasi perinteisen liiketoiminnan lisäksi mm. seuraavia yrittäjyyden muotoja: verkostoyrittäjyys, osa-aikayrittäjyys, naisyrittäjyys, etätyöyrittäjyys. Taiteilijalle yrittäjyyden ensisijainen motiivi on useimmiten ammattinsa harjoittaminen eikä pelkkä voitontavoittelu, vaikka tietysti myös taiteilija pyrkii voittoon tienatakseen elantonsa. Kuten myös kyselyn tuloksista nähdään, taiteilija-yrittäjä toimii laaja-alaisesti erilaisissa työsuhteissa, samanaikaisesti sekä yrittäjänä että palkansaajana.

Yrittäjänä (sekä osa- että kokopäivä) toimivia oli kolmessa ammattiryhmässä yli 50 % (SIO, TAIKO, monijärjestöiset). Palkansaajien osuus oli eri ammattiryhmistä korkein TKO:ssa, jonka vastaajista puolet toimi palkkatyössä (*pelkästään* palkkatyössä toimi 32 %). Kun pidetään mielessä TKO:n vastaajajoukon nuori ikärakenne ja yllä esitetty Karttusen tutkimustulos, että varsinkin vastaajajoukko toimivat toisen palveluksessa, voidaan arvioida palkansaajien osuuden olevan kyselyn TKO-joukossa hieman todellista korkeampi. Pelkästään palkansaajana työskenteli noin kolmannes MTO:n, TEXO:n ja TKO:n jäsenistä sekä noin viidennes SIO:n ja TAIKO:n jäsenistä.

Taulukko 6. Työtilanne ja työsuhteen laatu järjestön ja sukupuolen mukaan (suluissa niiden %-osuus, jotka valitsivat vain yhden vaihtoehdon) (Ornamo)

	<i>n</i>	palkansaaja %	freelancer %	yrittäjä %	apurahalla %	työtön %	muu %
MTO	43	40 (33)	28 (16)	40 (21)	0 (0)	5 (2)	14 (5)
SIO	66	36 (20)	14 (5)	56 (36)	2 (2)	11 (8)	8 (5)
TAIKO	47	34 (19)	17 (4)	53 (32)	9 (2)	17 (6)	9 (2)
TEXO	67	43 (31)	28 (18)	21 (13)	6 (4)	10 (7)	10 (6)
TKO	41	51 (32)	15 (7)	39 (29)	7 (2)	-	10 (7)
monij.	14	36 (14)	29 (14)	57 (36)	0 (0)	7 (7)	-
KAIKKI	278	40 (26)	21 (10)	42 (27)	4 (2)	9 (5)	9 (5)
Miehet	81	42 (25)	19 (6)	57 (37)	2 (0)	6 (4)	1 (1)
Naiset	197	40 (26)	22 (12)	36 (22)	5 (3)	10 (6)	13 (6)

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Työvoimaministeriön työnvälitystilaston mukaan 30.4.1996 oli työttömänä työnhakijana 44 keramiikka- ja lasitaiteilijaa, 127 sisustus- ja kalustesuunnittelijaa, 65 teollista muotoilijaa, 96 tekstiilitaiteilijaa ja 33 kankaansuunnittelijaa.

Tutkimusjoukosta 5 % oli työttömänä. Kuitenkin kaikenkaikkiaan 9 % oli valinnut työtön-vaihtoehdon, sillä osalla vastaajista se esiintyi jonkun muun vaihtoehdon (freelancer, palkansaaja, yrittäjä, muu) parina. Alajärjestöittäin pelkästään työtön-vaihtoehdon osuudet olivat seuraavat: 2 % MTO:n, 8 % SIO:n, 6 % TAIKO:n, 7 % TEXO:n jäsenistä sekä 7 % usean järjestön jäsenistä. TKO oli ainoa alajärjestö, jonka vastaajissa ei ollut työttömiä. (Taulukko 6.) Suhteellisen alhaiset työttömyysluvut tutkimusjoukossa saattavat selittyä sillä, että kyselyyn vastaamisen ovat kokeneet mielekkääksi työelämässä toimivat. Työtöntä ei ehkä jaksa kiinnostaa ulkomaanvienti tai näyttelytoiminta. Toisaalta tutkimusjoukon työttömyysluvut antavat viitteitä niistä kahdesta taideteollisuuden alasta, jolla myös työvoimaministeriön tilaston mukaan on vaikein tilanne: sisustusarkkitehdit ja tekstiilin parissa toimivat. Rakentamisen väheneminen ja

tekstiiliteollisuuden vaikeudet idänkaupan romahtaessa sekä halpatuonnin lisääntyessä ovat vaikuttaneet näiden kahden ammattiryhmän työllisyys-tilanteeseen.

Oman yrityksen palveluksessa olevat (kys. 17)

Taide- ja käsiteollisuuden alalla toimivat yritykset ovat yleensä pieniä ja työllistävät vain muutamia henkilöitä, jotka joutuvat toimimaan useassa eri roolissa: suunnittelijana, valmistajana, markkinoijana, myyjänä, siivoojana, jne. Lisäksi monet toimivat yrittäjänä jonkin muun työsuhteen ohella (katso kysymys 16). Kyselyyn vastanneiden yrittäjien tilanne vahvistaa tätä kuvaa. Palkansaa- ja-yrittäjiä oli 8 % tutkimusjoukosta. Kuten taulukossa 6 todettiin, oli tutkimusjoukossa yksityisyrittäjänä toimivia 42 % ja *pelkästään* yrittäjänä toimivia 27 %. Vajaalla viidenneksellä (19 %) oli yrityksensä palveluksessa muita (tai yrityksessä oli toinen yhtiökumppani). Yleisin lukumäärä oli 1-2 henkilöä (mediaani 1) ja suurimman yrityksen palveluksessa oli 65 henkilöä.

Läpäerin (1989: 33) selvityksen mukaan 87 % käsiteollisuuden yrityksistä oli alle 5 hengen yrityksiä. Yleisin (70 %) oikeudellinen muoto oli yritystoiminnan harjoittaminen omalla nimellä tai toiminimellä, seuraavaksi eniten (19 %) oli kommandiittiyhtiöitä, avoimia yhtiöitä oli 6 % ja osakeyhtiömuoto oli käytössä 5 %:lla. Kuitenkin KTM:n työryhmän raportin (1995: 41-43) mukaan tämänhetkinen verojärjestelmä suosii osakeyhtiötä yhtiömuotona, mistä on vaarana pienten henkilöyhtiöiden katoaminen. Edelleen raportissa todetaan, että yritysten verotusta tulisi kehittää henkilöyhtiöiden verotuksen ja verotusmenettelyn osilta osakeyhtiöiden verotusmallin tapaiseksi, jossa jakamatonta tuloa verotetaan alhaisemmalla verokannalla ja osakasta vain nostamastaan tulosta. Yleisessäkin keskustelussa ollut PK-yritysten vaikea tilanne (lukuisat maksut ja niihin liittyvä byrokratia) koskee suurta osaa taide- ja käsiteollisuuden yrityksiä. On selvää, että joustava, rahoitustilannetta myötäilevä maksujen vaiheistus on tärkeää pienille yrityksille ja parantaa niiden kilpailukykyä. Niinikään EU on kiinnittänyt huomiota pienten yritysten vero-ongelmiin ja antanut aiheesta direktiivin (77/388/EEC)⁸. Kilpailua vääristävää vaikutusta saattaa myös olla harrastajatoiminnan 50.000 markan verovapausrajalla ja KTM:n työryhmä ehdottaakin (1995: 43), että kaikkien pienyrittäjien tulisi voida tehdä vuosittaisesta arvonlisämaksusta sama 50.000 markan vähennys.

⁸ Direktiivin 24 artiklan mukaan jäsenvaltiot voivat noudattaa yksinkertaistettua verotusta ja veronkantoa koskevia säännöksiä sellaisiin pieniin yrityksiin, joille tavallisen verojärjestelmän soveltaminen voisi olla vaikeaa näiden yritysten toiminnan tai rakenteen vuoksi. Direktiivin mukaan jäsenvaltio voi myöntää verovapautuksen sellaisille elinkeinon harjoittajille, joiden vuosittainen liikevaihto on enintään 5.000 ECU:a (noin 30.000 FIM). Verovapausrajaa on sittemmin ehdotettu (direktiiviehdotukset COM/86/444 ja COM/87/524) nostettavaksi 10.000 ECU:un, jonka lisäksi mahdollisuus yksinkertaistettuun veromenettelyyn tulisi antaa sellaisille yrityksille, joiden vuosittainen liikevaihto alittaa 200.000 ECU:a." (KTM:n raportti 1995: 42.)

Työtehtävä josta saat pääasiallisen toimeentulosi (kys. 18)

Myös kysymykseen 18 jotkut olivat valinneet useamman kuin yhden vaihtoehdon⁹. Koulutusta vastaava suunnittelu- tai taiteellinen työ oli yksi pääasiallisista tulolähteistä 67 prosentille vastaajajoukosta. Miehet tekivät kuitenkin naisia useammin koulutusta vastaavaa taiteellista tai suunnittelutyötä: peräti 83 % miehistä sai pääasiallisen toimeentulonsa tästä. Naisista kolmannes ja miehistä vajaa viidennes toimi taideteollisuuden alan muissa tehtävissä opettajana, tutkijana, kriitikkona, hallinnollisissa tehtävissä jne. Alemman koulutustason taideteollisuustyö oli pääasiallinen tulolähde vain 2 prosentille vastaajista, jotka olivat kaikki naisia. Naiset toimivat myös kaksi kertaa miehiä useammin kokonaan muulla kuin taideteollisuuden alalla.

Eri ammattiryhmistä sisustusarkkitehdit tekivät melkein pä ainoastaan (88 %) koulutustaan vastaavaa suunnittelutyötä tai olivat hakeutuneet täysin muihin ammatteihin. Seuraavaksi eniten koulutusta vastaavaa työtä tekivät teolliset muotoilijat, joista 68 % sai pääasiallisen toimeentulonsa siitä. Muussa kuin taiteellisessa työssä tai suunnittelutehtävissä toimivat eniten TAIKO:n jäsenet, joista 43 % kuului tähän ryhmään, vaikka ero muihin järjestöihin SIO:a lukuunottamatta ei ollut suuri. Kysymysten 17 ja 18 tulos voidaan kiteyttää siten, että taideteollisuuden alalla koulutusta vastaavaa suunnittelutyötä tekee useimmin miespuolinen sisustusarkkitehti, jolla on oma toimisto.

Taulukko 7. Pääasiallinen toimeentulon lähde järjestön ja sukupuolen mukaan (Ornamo)

	n	koulutusta vastaava työ	muu taideteoll. alan työ	alempi taideteoll. alan työ	muu
MTO	40	60 %	35 %	5 %	15 %
SIO	65	88 %	5 %	-	15 %
TAIKO	42	60 %	43 %	-	21 %
TEXO	63	57 %	37 %	3 %	24 %
TKO	41	68 %	24 %	-	10 %
monijärj.	14	57 %	29 %	7 %	29 %
Kaikki	265	67 %	27 %	2 %	18 %
Miehet	77	83 %	18 %	-	10 %
Naiset	188	61 %	31 %	3 %	21 %

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

⁹ vastausvaihtoehtojen määrä 303, N=265

5. APURAHAT (kysymykset 19-21)

Valtion taideteollisuustoimikunnalla on jaettavanaan vuosittain viisi 1-vuotista, kolme 3-vuotista ja yksi 5-vuotinen taiteilija-apuraha sekä laatu- ja näyttelytuki. Vuodelle 1995 toimikunta jakoi laaturukea yhteensä 180.000 markkaa ja näyttelytukea yhteensä 120.000 markkaa. Taiteen keskustoimikunnan jakamista kohdeapurahoista myönnettiin taideteollisuuden alalle 298.500 markkaa vuonna 1995, joka on 9 % koko jaetusta kohdeapurahojen markkamäärästä. Näiden lisäksi tukea jaettiin matka-apurahojen ja lastenkulttuuriapurahojen muodossa. Läänin taidetoimikunnat jakoivat apurahoja taideteollisuuden alan taiteilijoille yhteensä 878.000 markkaa vuonna 1995. (Taidetoimikunnat 1994 ja 1995). Valtion taidehallinnon piiristä jaettujen apurahojen lisäksi taideteollisuuden alalla toimivat voivat hakea mm. kauppa- ja teollisuusministeriön tukea lähinnä pieni- ja keskisuurten yritysten toimintaan sekä ulkomaille suuntautuviin projekteihin ulkoministeriön ja ulkomaankauppaliiton tukea. Apurahoja jakavat myös kunnat ja kaupungit sekä yksityiset säätiöt ja rahastot.

Oletko koskaan hakenut apurahoja? Oletko hakenut apurahaa vuodelle 1995? Oletko saanut vuodelle 1995 hakemasi apurahan?

Valtaosa (80 %) vastaajista (N=275) oli hakenut joskus julkisia tai yksityisiä apurahoja. Viidennes ei ollut lainkaan hakenut apurahoja. Yleisin syy siihen ettei apurahoja oltu haettu oli se, ettei niihin ollut tarvetta (12 henkilöä). Seitsemän vastaajaa ilmoitti olevansa palkkatyössä eikä sen vuoksi ollut hakenut apurahoja. Osa (6) ihmetteli itsekkin miksei ollut hakenut tai ilmoitti syyksi "muistamattomuuden". Apurahojen hakeminen koettiin (3) myös työlääksi ("en tunne koukeroita", "hakumenettely hankala"). Osalla (4) oli esteenä epä tietoisuus niiden saamisesta ("virallisen ansiolistan puutteessa en tohdi", "minulle on kerrottu että taustani on väärä"). Joukossa oli myös niitä (5), joiden mielestä apurahat kuuluvat taiteilijoille ("en ole taiteilija") tai ovat tarkoitettu jollekin toiselle ammattiryhmälle ("mielestäni pitäisi tulla itse toimeen", "tullut toimeen ammattilaisena", "ansaitseen elantoni työnteolla"). Viimeksi mainitut mielipiteet kuvastavat ajattelua, ettei ammatissa menestyvä tarvitse apurahoja, vaan hankkii toimeentulonsa palkkatyössä tai yrittäjänä, ja ne tulivat sisustusarkkitehtuurin ja teollisen muotoilun piiristä. Vastaavia mielipiteitä esiintyi alan opiskelijoiden ja vastavalmistuneiden parissa (Karttunen 1994: 40).

Kyselyyn vastanneista 41 % oli hakenut vuodelle 1995 apurahaa. Eniten oli haettu yksityisten säätiöiden ja rahastojen apurahoja (22 %), valtion taiteilija-apurahaa (17 %), läänin taidetoimikunnan apurahaa (18 %) sekä valtion kohdeapurahaa (13 %). Apurahan saajia oli 44 % hakeneiden henkilöiden määrästä. (Taulukko 8.)

Taulukko 8. Tutkimusjoukon vuodelle 1995 haetut ja saadut apurahat (Ornamo)

	hakemuksia	hakemusten osuus koko määrästä	saajia	saajien osuus hakeneista
taiteilija-apuraha	45	17 %	3	7 %
kohdeapuraha	33	13 %	4	12 %
laatutuki	18	7 %	5	28 %
näyttelytuki	12	5 %	2	17 %
lastenkulttuuriapuraha	2	1 %	0	0 %
valtion matka-apuraha	11	4 %	4	36 %
kirjastokorvaus	0	0 %	0	0 %
läänin	47	18 %	6	13 %
kunnan tai kaupungin	21	8 %	9	43 %
yksityisen säätiön tai rahaston	57	22 %	14	25 %
muu	17	6 %	12	71 %
<i>Yhteensä</i>	<i>263</i>	<i>100 %</i>	<i>59</i>	

6. TUOTTEIDEN ESITTELY JA NÄYTTELYTOIMINTA (kysymykset 22-28)

Mahdollisuuksia taideteollisuuden töiden näyttelyihin Suomessa tarjoavat lähinnä alan museot¹⁰, Design Forum Finland, alueelliset käsi- ja taideteollisuuskeskukset sekä galleriat. Osa näyttelyistä kiertää sekä kotimaan eri paikkakunnilla että kotimaan jälkeen ulkomailla.

Suomen taideteollisuusyhdistys, joka perustettiin vuonna 1875, on vanhin taideteollisuuden alan näyttelytoimintaa Suomessa harjoittanut taho. Taideteollisuusyhdistyksen näyttelytoiminta keskittyi lähinnä ulkomaisiin kiertonäyttelyihin. Vuodesta 1982 alkaen yhdistys on julkaissut *Form Function Finland* -lehteä. Vuonna 1992 yhdistyksen nimi muutettiin Design Forum Finlandiksi ja se sai oman näyttelytilan, jonka myötä myös kotimainen näyttelytoiminta sai vankemman jalansijan. Design Forum Finlandin toimintaa rahoittavat opetusministeriö sekä kauppa- ja teollisuusministeriö. Valtiontuki on toimintamäärärahaa, joka menee lähes kokonaan palkkoihin ja ylläpito-kustannuksiin. Näyttelytoiminta toteutetaan projektirahoituksella, mikä vaikuttaa näyttelypolitiikkaan. Näyttelytoiminnan rahoittamista on viime vuosina vaikeuttanut ministeriöiden (OPM, KTM ja UM) haluttomuus tukea näyttelyjen perustamiskustannuksia. Design Forum Finland pyrkii kotimaan näyttelytoiminnassaan tuomaan esiin nykymuotoilua monipuolisesti ja ajankohtaisesti. Ulkomaille suuntautuvassa toiminnassa tehdään yhteistyötä eri tahojen kanssa ja yleensä osallistutaan laajempiin Suomi-tapahtumiin. (Stenros 1996.)

Design Forum Finland järjesti omissa tiloissaan kyselyvuonna yhteensä 27 näyttelyä. Taideteollisuusyhdistyksen 120-vuotisjuhlanäyttelyinä esiteltiin sekä alan vanhempaa kaarta että nuoria tekijöitä näyttelyillä *Klassikon tekijät* ja *Nuorten Forum '96*. (Design Forum Finland, Toimintakertomus 1995).

Taideteollisuusmuseolla on näyttelytoiminnassaan kaksi lähtökohtaa: toisaalta esitellä vanhemman polven tekijöiden tuotantoa retrospektiivisin näyttelyin ja toisaalta tuoda esiin nuoria debytantteja (Kalin 1996). Varsinaisesti taideteollisuuden alaan keskittyviä gallerioita on vähän. Taideteollisella korkeakoululla on Into-galleria Helsingissä, jonka lisäksi Länsi-Suomen muotoilukeskus MUOVA:lla Vaasassa on näyttelytila. MUOVA:ssa järjestetään noin 5-6 näyttelyä vuosittain, joiden aihealue vastaa korkeakoulun opetusaloja mm. valokuvasta graafiseen suunnitteluun (Leinonen 1996). Alueellisten käsi- ja taideteollisuuskeskusten näyttelytoiminta on keskukselta riippuen volyymiltaan hyvin vaihtelevaa. Yksi aktiivisimmista on Pirkanmaan Verkaranta, jossa järjestetään vuosittain noin 23-25 alan näyttelyä. Taidekäsityöllä on kuvataidetta lähinnä olevana alueena ehkä runsaimmin mahdollisuuksia päästä esiin gallerioissa. Kälviäinen (1996) listasi väitöskirjassaan yhteensä 42 taidekäsityön esittelypaikkaa 1980-luvulla. Näistä 17 oli muualla kuin Helsingissä ja varsi-

¹⁰ Valtakunnallisia museoita ovat Taideteollisuusmuseo, Suomen lasimuseo ja Suomen kotiteollisuusmuseo.

naisia gallerioita oli vajaa 30. Uusimpia galleriatulokkaita ovat Galleria Johan S. ja Näyttelytila Klobben Helsingissä, jotka ovat keskittyneet nimenomaan taidekäsityön esittelyyn.

Suomen yrittäjien kehittämissäätiön (SYKE) alaisuudessa toimii Työ ja Taito ry, jonka tarkoituksena on järjestää erityisesti käsiteollisuusyrityksille tarkoitettuja näyttely- ja messutapahtumia. Työ ja Taito perustettiin Pienteollisuuden keskusliiton (nyk. Suomen yrittäjät ry) messuorganisaatioksi 1970-luvulla. Yhdistyksen toiminta on hiipunut laman myötä eikä sillä tällä hetkellä ole palkattua työvoimaa. Kolmen vuoden tauon jälkeen järjestettiin vuonna 1996 Yritysidea-tapahtuma, johon osallistui noin 30 käsi- ja taideteollisuuden alan yrittäjää. (Leiviskä 1996.)

Tampereella järjestettiin vuonna 1994 Käden Taito -messut, joita on tarkoitus järjestää joka toinen vuosi. Yhtenä järjestäjistä toimii Pirkanmaan käsi- ja taideteollisuuskeskus.

Suomen Messut vastaa joka toinen vuosi järjestettävistä huonekalu- ja sisustusalan Habitare-messuista sekä kaksi kertaa vuodessa järjestettävistä vaatetusalan Helsingin Muotimessuista, joiden toimeksiantaja on Muoti Vateva Oy¹¹.

Kotimaiset ja ulkomaiset taide- ja taideteollisuuden näyttelyt, messut, tuote-esittelyt ja kilpailut (kysymykset 22 ja 23)

Tutkimusjoukon töiden yleisin esittelyareena oli näyttely – sekä kotimaassa että ulkomailla. Kotimaisista esittelytilanteista (joita vastaajajoukolla oli yhteensä 401) 45 % oli tapahtunut näyttelyssä, 26 % messuilla, 17 % tuote-esittelytilaisuuksissa ja 12 % kilpailuissa. Ulkomaisista esittelytapahtumista (joita oli yhteensä 256) messut olivat aavistuksen verran yleisempiä ja kilpailut harvinaisempia kuin kotimaassa, muuten eri tilaisuuksien osuudet olivat samaa luokkaa kuin kotimaassa.

Tutkimusjoukosta 64 % oli esitellyt töitään viimeisen viiden vuoden aikana kotimaisessa näyttelyssä, 38 % messuilla, 25 % tuote-esittelytilaisuuksissa ja 17 % kilpailuissa. Naisista vain noin kymmenesosalla oli ollut töitä kilpailuissa, kun puolestaan miehistä reilusti joka kolmas oli osallistunut kilpailuun kotimaassa.

Miehistä viidennes ja naisista kolmannes ilmoitti ettei heidän töitään ole esitelty kotimaassa. Ulkomaisten esittelyjen kohdalla vastaavat osuudet olivat kolmannes miehistä ja puolet naisista.

¹¹ Vaatetus- ja tekstiilialan valtuuskunta Vateva ja Suomen tekstiiliteollisuusliitto yhdistyivät 1.1.1997 alkaen Tekstiili- ja vaatetusteollisuus ry:ksi.

Taulukko 9. Kotimaiset ja ulkomaiset töiden esittelyt 5 vuoden aikana sukupuolen mukaan (Ornamo)

	kotimaassa			ulkomailla		
	miehet	naiset	kaikki	miehet	naiset	kaikki
näyttelyt	73 %	61 %	64 %	47 %	36 %	39 %
messut	58 %	29 %	38 %	44 %	23 %	29 %
tuote-esittelyt	38 %	19 %	25 %	31 %	9 %	15 %
kilpailut	33 %	11 %	17 %	16 %	6 %	9 %
<i>ei ole esitelty</i>	19 %	30 %	27 %	33 %	51 %	46 %
<i>N</i>	81	197	278	81	197	278

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Taulukko 10a. Kotimaiset töiden esittelyt 5 vuoden aikana järjestön mukaan (Ornamo)

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monijärj.
näyttelyt	33 %	48 %	89 %	72 %	76 %	86 %
- <i>vain näyttelyt</i>	5 %	11 %	51 %	39 %	29 %	29 %
messut	58 %	39 %	26 %	24 %	49 %	43 %
tuote-esittelyt	28 %	32 %	13 %	16 %	34 %	36 %
kilpailut	7 %	20 %	11 %	13 %	37 %	21 %
<i>ei ole esitelty</i>	35 %	42 %	11 %	25 %	17 %	14 %
<i>n</i>	43	66	47	67	41	14

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Taulukko 10b. Ulkomaiset töiden esittelyt 5 vuoden aikana järjestön mukaan (Ornamo)

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monijärj.
näyttelyt	14 %	24 %	57 %	51 %	37 %	79 %
- <i>vain näyttelyt</i>	9 %	3 %	36 %	31 %	17 %	43 %
messut	40 %	29 %	13 %	30 %	34 %	36 %
tuote-esittelyt	19 %	20 %	4 %	9 %	27 %	14 %
kilpailut	2 %	6 %	13 %	7 %	15 %	14 %
<i>ei ole esitelty</i>	49 %	67 %	40 %	37 %	37 %	21 %
<i>n</i>	43	66	47	67	41	14

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Yksityis- ja yhteisnäyttelyt Suomessa tai ulkomailla (kysymykset 24 ja 25)

Tutkimusjoukosta 36 % oli pitänyt yksityisnäyttelyn ja 59 % oli osallistunut yhteisnäyttelyyn viimeisen viiden vuoden aikana. Yksityisnäyttelyitä oli pidetty yleisimmin 1-3 näyttelyä (67 % näyttelyn pitäneistä, 24 % koko tutkimusjoukosta), mutta noin näyttely vuodessa tahtiin oli yltänyt peräti neljännes näyttelyn pitäneistä (vajaa kymmenesosa tutkimusjoukosta). Yhteisnäyttelyihin oli osallistuttu luonnollisesti useammin. Yhteisnäyttelyyn osallistuneista 58 prosentilla oli ollut töitään esillä 1-5 näyttelyssä, 25 prosentilla 6-15 näyttelyssä ja 8 prosentilla yli 15 näyttelyssä.

Eri järjestöjen välillä oli huomattavia eroja näyttelyaktiivisuudessa. Erot kuvastavat myös suunnittelija-taiteilija -ammattityyppien kaksijakoa: alajärjestöistä "taiteilijavaltaiset" TAIKO:laiset ja TEXO:laiset ovat näyttelytoiminnan aktiivisimmat ja suunnittelija-valtaisten TKO:n ja SIO:n jäsenistä vain pieni osa tuo työtään esiin näyttelyjen kautta. TKO:n jäsenistä vain kymmenesosa oli pitänyt yksityisnäyttelyn viimeisen viiden vuoden aikana (osuutta pienentäneen hieman TKO:n vastaajien nuori ikärakenne). Yhteisnäyttelyihin TKO:n jäsenistä oli kuitenkin osallistunut 44 %, joka on 7 prosenttiyksikköä enemmän kuin alhaisimmalle sijalle jääneet MTO:n jäsenet. Sekä yksityis- että yhteisnäyttelyihin oli osallistunut eri ammattijärjestöistä ahkerimmin taidekäsityöläiset ja näyttelyt ovatkin tietyksi tälle ammattikunnalle ominainen tuotteiden esittelypaikka. Niinikään monijärjestöisten näyttelyaktiivisuus oli korkea.

Taulukko 11. Näyttelyt viimeisen 5 vuoden aikana Suomessa ja ulkomailla (Ornamo)

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monij.	Kaikki
<i>Yksityisnäyttelyt</i>	14 %	15 %	77 %	55 %	10 %	57 %	36 %
- 1-3 näyttelyä	9 %	9 %	43 %	45 %	10 %	29 %	24 %
- 4-6 näyttelyä	2 %	5 %	30 %	9 %	-	7 %	9 %
- yli 7 näyttelyä	2 %	2 %	2 %	1 %	-	14 %	2 %
- ei ilm. lukumäärää			2 %			7 %	1 %
<i>Ei näyttelyjä</i>	86 %	85 %	23 %	45 %	90 %	43 %	64 %
<i>Yhteisnäyttelyt</i>	37 %	41 %	85 %	76 %	44 %	86 %	59 %
- 1-5 näyttelyä	26 %	29 %	28 %	48 %	32 %	50 %	34 %
- 6-15 näyttelyä	7 %	6 %	34 %	22 %	5 %	7 %	15 %
- yli 15 näyttelyä	-	-	19 %	1 %	-	21 %	5 %
- ei ilm. lukumäärää	5 %	6 %	4 %	4 %	7 %	7 %	5 %
<i>Ei näyttelyjä</i>	63 %	59 %	15 %	24 %	56 %	14 %	41 %
<i>N</i>	43	66	47	67	41	14	278

Näyttelyn pääasiallinen rahoituslähde (kys. 26)

Näyttelyä haluavan on satsattava hankkeeseen omaa rahaa niin kotimaassa kuin ulkomaillakin. Oman rahoituksen lisäksi ovat näyttelyn järjestäjän rahoitus ja apurahat pääasialliset rahoituslähteet kotimaassa. Sama koskee ulkomaisia näyttelyjä, mutta luonnollisesti lisäksi tulevat vientiä tukevat tahot kuten ulkoministeriö ja Ulkomaankauppaliitto. Yksityinen rahoitus ja sponsorituki olivat pääasiallisia rahoituslähteitä näyttelyn järjestämisessä vain pienellä osalla vastaajista.

Taideteollisuustoimikunnan myöntämää näyttelytukea sai vuonna 1995 seitsemän kotimaista ja neljä ulkomaista näyttelyhanketta tai näyttelyyn osallistumista. Näistä yksityisiä näyttelyitä oli kaksi ja yhteisnäyttelyjä yhdeksän. (Taide-toimikunnat 1994.)

Taulukko 12. Näyttelyyn osallistumisen ja näyttelyn järjestämisen rahoitus (Ornamo)

	kotimaassa	ulkomailla
julkinen tai yksit. apuraha	27 %	25 %
muu julkinen tuki	7 %	26 %
sponsorituki	3 %	6 %
näyttelyn järjestäjän rahoitus	38 %	49 %
yksityinen rahoitus	7 %	10 %
oma rahoitus	71 %	50 %
<i>N</i>	168	111

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Onko näyttelyn järjestäminen / näyttelyyn osallistuminen ulkomailla helppoa vai vaikeaa? (kys. 27)

Vastaajista (N=141) vajaa kymmenesosa (9 %) piti näyttelyn järjestämistä tai siihen osallistumista helppona, vajaa puolet (47 %) kohtalaisen helppona ja 37 % vaikeana. Vaikeaksi oli koettu mm. “yhteyksien ja osanottomahdollisuuksien saaminen sekä jurytyksen läpäiseminen” (monialainen). Myös rahoitus ja käytännön ongelmat (kuljetus, tullaus) mainittiin vaikeuttavina tekijöinä. Kymmenen vastaajaa oli valinnut kaksi vaihtoehtoa, joista suurin osa siksi, että piti näyttelyyn osallistumista gallerian hoitamana helppona, mutta itse järjestettynä vaikeana. Myös yhteisnäyttelyjen ja kutsunäyttelyjen kohdalla vaihtoehdot jakautuivat siten, että yhteisnäyttelyihin osallistumista pidettiin helppona, kutsunäyttelyihin kohtalaisen helppona. Ohessa eräs ‘kohtalaisen helppoa’ -vaihtoehdon valinneen kuvaus asiasta:

“Osallistumiseen ei yleensä tarvitse kuin lähettää työt. Tullimuodollisuudet ensi kerralla hankalia, kuljetus (isompien töiden) kallista. Näyttelyn järjestäminen on helppoa, jos saa jotain kautta valmiin kontaktin näyttelytilaan (esim. galleristi) - usein tapahtuu ulkomailla oleilevan kollegan välityksellä.”

Suurempi osuus miehistä (15 %) kuin naisista (7 %) piti näyttelyn järjestämistä tai siihen osallistumista helppona, mutta myös hieman suurempi osuus miehistä (39 %) kuin naisista (36 %) piti sitä vaikeana. Noin puolet vastanneista naisista piti näyttelytoimintaa kohtalaisen helppona, kun puolestaan 42 % miehistä oli tätä mieltä.

MTO:n jäsenistä peräti 82 % piti ulkomaista näyttelytoimintaa kohtalaisen helppona. Puolet teollisista muotoilijoista piti sitä helppona tai kohtalaisen helppona. Vaikeaksi ulkomaan näyttelytoiminnan koki joka toinen SIO:lainen ja TAIKO:lainen, joka kolmas usean järjestön jäsen ja joka neljäs TEXO:lainen.

Taulukko 13. Ulkomaisen näyttelytoiminnan vaikeusaste sukupuolen ja järjestön mukaan (Ornamo)

	helppoa	kohtalaisen helppoa	vaikeaa	useita vaihtoehtoja	N
Kaikki	9 %	47 %	37 %	7 %	141
Miehet	15 %	42 %	39 %	5 %	41
Naiset	7 %	49 %	36 %	8 %	100
MTO	-	82 %	18 %	-	11
SIO	20 %	24 %	48 %	8 %	25
TAIKO	3 %	43 %	49 %	5 %	37
TEXO	9 %	55 %	25 %	11 %	44
TKO	14 %	36 %	43 %	7 %	14
monijärj.	10 %	60 %	30 %	-	10

Ulkomaille suuntautuvien näyttelyjen / tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostustarve (kys. 28)

Vastaajista valtaosa (92 %) oli sitä mieltä, että Suomessa olisi tarvetta ulkomaille suuntautuvien näyttelyjen ja tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostamiseen. Hieman useamman naisen (94 %) kuin miehen (87 %) mielestä tehostukseen olisi tarvetta. Tyytyväisyys ulkomaan näyttelyjen järjestelyihin on tietysti osaltaan kiinni siitä, kuinka helpoksi tai vaikeaksi ulkomailla esiintyminen on osoittautunut (vertaa kysymys 27). Varsinkin TAIKO:n jäsenet kokivat, että ulkomaan järjestelyissä olisi parantamisen varaa, sillä kaikki tähän kysymykseen vastanneet TAIKO:n jäsenet olivat tehostuksen kannalla. Vastaavasti vain 3 % TAIKO:n jäsenistä piti ulkomaista näyttelytoimintaa helppona. Toisaalta tehostustarvetta toivottiin MTO:n jäsenistössä (90 %), vaikka useimpien kokemukset ulkomailta olivat 'kohtalaisen helppoja'. Saattaa kuitenkin olla, että ne joilla ei ole lainkaan kokemusta ulkomaisesta näyttelytoiminnasta, ovat jättäneet vastaamatta kysymykseen 27 (vrt. taulukon 13 ja 14 vastaajamääriä). Vähiten tehostustarvetta koettiin teollisten muotoilijoiden joukossa, joskin myös TKO:n vastaajajoukosta 86 % oli sitä mieltä että sitä tarvitaan.

Taulukko 14. Ulkomaille suuntautuvien näyttelyiden / tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostustarve (Ornamo)

	Kyllä	N
MTO	90 %	38
SIO	89 %	53
TAIKO	100 %	41
TEXO	95 %	56
TKO	86 %	36
monijärj.	93 %	14
<i>Kaikki</i>	<i>92 %</i>	<i>238</i>
Miehet	87 %	71
Naiset	94 %	167

Ulkomaan näyttelytoiminnan ja tuote-esittelyjen tehostamiseksi esitettiin useita keinoja¹², jotka voi luokitella seuraavasti:

- apu käytännön asioihin
- kontaktien luominen
- tiedotustoiminta, imagon luominen
- näyttelytoiminta, näyttelyvaihto
- yritysten toiminnan tukeminen
- taloudellinen apu.

Monissa ehdotuksissa yhdistyi kaksi ensimmäistä kohtaa siten, että toivottiin yhteyshenkilön, välittäjän, managerin tai agentin (joko yksityishenkilön tai organisaation muodossa) apua hoitamaan sekä käytännön asioita (esim. paperisota, markkinointi) että luomaan kontakteja. Kuvataiteen alueella toimii Näyttelyvaihtokeskus NÄKY, mutta se ei palvele taideteollisuuden tai taidekäsityksen alan taiteilijoita (Rajakari 1996). Yhteistyötä lähetystöjen ja Suomen ul-

¹² 121 henkilöä oli vastannut kysymyksen miten-kohtaan.

komaan tiede- ja kulttuuri-instituuttien kanssa ehdotettiin muutamissa vastauksissa, samoin suomalaisten tuotteiden esilletuomista kaupan edistämisorganisaatioiden ja tavaratalojen kautta. Luonnollisesti osa järjestelyjen tehostusehdotuksista kohdistui itse näyttelytoimintaan, jonka avulla myös luotaisiin kontakteja ja lisättäisiin yhteistyötä: *“Näyttelyvaihto ja yhteisprojektit (teemanäyttelyt, pienet ryhmänäyttelyt) mielestäni paras tapa kontaktien ja yhteistyön lisäämiseksi”* (tekstiilitaiteilija).

Niin Ornamon, Design Forum Finlandin kuin Taideteollisuusmuseonkin nimet tulivat esiin vastauksissa lähinnä siten, että näyttelyviennin tehostus tulisi järjestää jo olemassaolevien organisaatioiden kautta (“Design Forumin toiminnan tehostamisella ja järkevällä kohdentamisella”). Lähinnä teollisten muotoilijoiden mielestä tulisi tuotteiden esittelyä ulkomailla tehostaa yritysten avulla: *“yritysvetoista, mutta instituutiokeskeistä tuote-esitystoimintaa messuille ja design-kilpailuihin”*; *“olisi keskittyttävä pk-yrityksiin ja muotoilutoimistoihin”*. Näyttelyviennin parantamiskeinoja kysyttiin myös kysymyksessä 40, jonka vastauksissa nousi esiin kritiikkiä nykyistä näyttelytoimintaa kohtaan: — *“näyttelyn kokoa usein työryhmä (ja usein sama), jolla on aika fiksaantuneet käsitykset ja näkemykset tarjonnasta, ja olemassa olevista tuotteista. Yllätyksellisyysuudet ideat jäävät pimentoon ja vaille kehittämismahdollisuuksia.”*

7. KANSAINVÄLINEN TOIMINTA JA ULKOMAAN MARKKINOINTI (kysymykset 29-40)

KTM:n asettama toimikunta toteaa mietinnössään (1989: 62), että koti- ja käsiteollisuusalan yrityksille viennin aloittaminen ilman ulkopuolista tukea on useimmiten ylivoimaista. Syynä on sekä rahan- että tietotaidon puute. Mietinnössä todetaan myös, että Ulkomaankauppaliiton toiminta soveltuu harvoin pienemmillä yrityksillä ja että koti- ja käsiteollisuusyritykset ovat käyttäneet vähän alueellisten vientiasiamiesten palveluja. On siis selvää, että apua vientiin tarvitaan, mutta pohdittavaksi jää, kuka on sopiva taho hoitamaan asiaa taideteollisuuden alalla tai mitä muutoksia se vaatisi jo olemassaolevilta organisaatioilta.

Ulkomaankauppaliiton ja KTM:n toiminta ei saanut kovin positiivisia mainintoja kyselyyn vastanneilta. Näitä tahoja ei juurikaan ehdotettu toimijoiksi viennin edistämiseksi, mikä kielii huonoista kokemuksista tähän asti. Eräs vastaaja muotoili asian näin:

“Pitäisi perustaa uusi, joustava, asiantunteva vientituki ja vientiä edistävä taideteollisuus- ja muotoilupainotteinen organisaatio. Kolmen vuoden ajan olen kamppaillut ns. julkisen tuen kanssa: KTM, Ulkomaankauppaliitto, Keksintösäätiö ja KERA. ‘Yhteistyössä’ on esiintynyt suuria vaikeuksia ja hämmästyttävää asiantuntemattomuutta.” (teollinen muotoilija)

Myös “pienen käsityöyrittäjän” tai freelancereiden on ollut vaikeaa (tai lähes mahdotonta) löytää Ulkomaankauppaliitosta tai KTM:stä asiantuntemusta ja ymmärrystä toiminnalleen. Kauppa- ja teollisuusministeriön työryhmät kertovat kyllä pyrkimyksistä ottaa huomioon käsiteollisuuden ehkä marginaalinen ala toiminnassaan, mutta nämä pyrkimykset ovat ainakin osin jääneet työryhmätasolle ja hyviksi aikeiksi eivätkä ole yltäneet virkamiehiin ja jokapäiväiseen hallintokäyttämiseen asti.

Ulkomailla työskentely (kys. 29)

Yhteensä 96 henkilöä eli 36 % vastaajista oli työskennellyt ulkomailla. Miesten ja naisten välillä ei tältä osin ollut kovin suurta eroa: 37 % kysymykseen vastanneista naisista ja 32 % miehistä oli työskennellyt ulkomailla. Järjestöistä erottui TEXO, jonka jäsenistä 45 % oli työskennellyt ulkomailla. Useaan järjestöön kuuluvista henkilöistä joka toinen oli työskennellyt ulkomailla.

Taulukko 15. Ulkomailla työskentely järjestön ja sukupuolen mukaan (Ornamo)

	työskennellyt ulkomailla	n
MTO	36 %	42
SIO	29 %	65
TAIKO	32 %	44
TEXO	45 %	62
TKO	33 %	40
monijärj.	50 %	14
<i>Kaikki</i>	36 %	267
Miehet	32 %	77
Naiset	37 %	190

Ulkomaille myynti ja markkinointi sekä tilaustyöt (kys. 30, 31 ja 32)

Kaikenkaikkiaan 38 % vastaajista oli myynyt tuotteitaan ja 32 % työpanostaan ulkomaille. Kyselystä ei kuitenkaan selviä ulkomaan myynnin volyyymi, joten on pidettävä mielessä että lukuihin sisältyy hyvin erilaisia myyntimääriä. Liki 60 % vastaajista ei kuitenkaan ollut edes pyrkinyt myymään tai markkinoimaan työtään ulkomaille. (Taulukko 16.)

Hieman useampi mies kuin nainen oli onnistunut myymään sekä tuotteitaan että työpanostaan ulkomaille. Järjestöjen välisten erojen lähtökohta on tietysti ammattien erilaisuus, joka näkyy vastauksissakin. SIO:n jäsenistä useampi oli myynyt työpanostaan (30 %) kuin tuotteitaan (21 %) ja puolestaan TAIKO:n jäsenistä useampi oli myynyt tuotteitaan (41 %) kuin työpanostaan (12 %). Tuotemyynnin kärjessä olivat tekstiilitaiteilijat, joista yli puolet (54 %) oli myynyt tuotteitaan ulkomaille. Ja vastaavasti lähes puolet (46 %) teollisista muotoilijoista oli saanut myytyä työpanostaan ulkomaille. Myös näihin osuuksiin on kuitenkin suhtauduttava varauksella, sillä niistä ei käy ilmi ulkomaan myynnin volyyymi. (Taulukko 17.)

Taulukko 16. Tuotteiden ja työpanoksen myynti ulkomaille (Ornamo)

	tuotteita	työpanosta
ei ole yrittänyt	56 %	59 %
yrittänyt mutta ei myynyt	6 %	9 %
myynyt	38 %	32 %
yhteensä	100 %	100 %
N	262	246

Taulukko 17. Tuotteita ja työpanoksen myynnin jakautuminen järjestön ja sukupuolen mukaan (Ornamo)

	tuotteita	n	työpanosta	n
MTO	38 %	42	37 %	38
SIO	21 %	62	30 %	64
TAIKO	41 %	46	12 %	41
TEXO	54 %	63	35 %	54
TKO	31 %	36	46 %	37
monijärj.	46 %	13	42 %	12
Miehet	39 %	76	36 %	76
Naiset	37 %	186	31 %	170

Puolet (51 %) ulkomaille myydyistä tuotteista oli myyty valmiina, kolmannes (32 %) suunnitelma- tai ideavaiheessa ja vajaa viidennes (17 %) mallina tai prototyypinä. Eri järjestöjen väliset erot kuvastavat selkeästi ammattikuvien eroja (taulukko 18).

Noin puolet kysymyksen 32 vastauksista (N=144) oli myönteisiä eli 49 % vastaajista ilmoitti tehneensä tilauksesta suunnittelutyötä ulkomaille. Koko tutkimusjoukosta osuus on neljännes.¹³ Järjestöittäin tarkasteltuna jakauma kuvastaa jälleen ammattien erityispiirteitä. Tilaussuunnittelua olivat tehneet eniten SIO:n (68 %) ja TKO:n (70 %) sekä usean järjestön (70 %) jäsenet ja vähiten TAIKO:n jäsenet (16 %) muotitaiteilijoiden (39 %) ja tekstiilitaiteilijoiden (41 %) sijoituessa tälle välille.

Taulukko 18. Myyntimuoto ulkomaille järjestön mukaan (Ornamo)

	valmis tuote	malli / proto	suunnitelma	yhteensä	N
MTO	55 %	16 %	29 %	100 %	31
SIO	29 %	5 %	67 %	101 %	21
TAIKO	90 %	5 %	5 %	100 %	21
TEXO	46 %	28 %	26 %	100 %	50
TKO	32 %	27 %	41 %	100 %	22
monij.	64 %	0 %	36 %	100 %	11
Kaikki	51 %	17 %	32 %	100 %	156

Ulkomaan markkinointi (kys. 33)

Ulkomaille suuntautuvan tuotteiden ja työpanoksen myynnin ja markkinoinnin hoiti useimmin tekijä itse henkilökohtaisesti, sillä 56 % vastaajista oli tehnyt itse ulkomaanmarkkinointia (on kuitenkin huomioitava, ettei vastaajilta kysytty markkinoinnin laajuutta tai tapaa). *Pelkästään* omin voimin oli markkinointia hoitanut 29 % vastaajista. Osa oli myynyt työpanostaan tai tuotteitaan yrityksen palveluksessa ja tällöin yritys oli hoitanut markkinoinnin. Eri ammattiryhmistä tekstiilitaiteilijat markkinoivat muita useammin tuotteitaan ulkomaille itse (taulukko 19b), mutta taidekäsityöläiset markkinoivat muita useammin (42 %) tuotteitaan ja työtään *pelkästään* itse.

Taulukko 19a. Ulkomaan myynti ja markkinointi sukupuolen mukaan (Ornamo)

	Kaikki	Miehet	Naiset
itse	56 % (81)	63 % (26)	53 % (55)
oma yritys	19 % (27)	22 % (9)	17 % (18)
yritys jonka palveluksessa oli välittäjäorganisaatio	31 % (45)	27 % (11)	33 % (34)
muu	18 % (26)	7 % (3)	22 % (23)
	14 % (20)	15 % (6)	13 % (14)
<i>yhteensä vastausvaihtoehdoja</i>	<i>199</i>	<i>55</i>	<i>144</i>
<i>N</i>	<i>145</i>	<i>41</i>	<i>104</i>

¹³ Jos kysymyksen 32 kyllä-vastauksia (70) verrataan kysymyksen 30B (työpanoksen myynti ulkomaille) kyllä vastanneisiin (80), niin näyttäisi siltä, että suurin osa ulkomaille tehdystä suunnittelutyöstä tehdään tilauksesta. Kuitenkin vain 55 henkilöä oli vastannut kyllä *sekä* kysymyksiin 30b *että* 32.

Taulukko 19b. Ulkomaan myynti ja markkinointi järjestön mukaan (Ornamo)

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monijärj.
itse	46 %	40 %	58 %	66 %	59 %	64 %
- valittu vain itse-vaihtoehto	17 %	24 %	42 %	30 %	32 %	36 %
oma yritys	38 %	12 %	16 %	7 %	27 %	27 %
yritys jonka palveluksessa oli	54 %	36 %	5 %	27 %	36 %	18 %
välittäjäorganisaatio	8 %	24 %	26 %	20 %	5 %	27 %
muu	4 %	20 %	16 %	20 %	5 %	9 %
yhteensä vastausvaihtoehtoja	36	33	23	62	29	16
N	24	25	19	44	22	11

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Ulkomainen toimeksianto (kys. 34)

Yleisin tapa (50 %) saada ulkomainen toimeksianto oli tilauksen saaminen eli ostajan yhteydenotto. Tekijän itsensä yhteydenotto oli syynä kolmanneksessa ulkomaisissa toimeksiannoissa. Loput (18 %) olivat tulleet muuta kautta, esimerkiksi välittäjän avulla. (N=130, vastausvaihtoehtoja 159.)

Ulkomaille tehdyn työn korvaus (kys. 35)

Ulkomaille tehdystä työstä maksettiin useimmiten kertakorvaus (54 %), tunti- tai kuukausipalkka oli maksettu viidenneksessä tapauksista, royalti 18 prosentin tapauksista ja 9 % oli saanut korvauksen jossain muussa muodossa kuten esimerkiksi vuokra- ja matkakuluina. (Muina korvaustapoina ilmoitettiin myös mm. "laskutus", "taksan mukaan", "sopimus", jotka saattaisivat sopia jonkin annetun vaihtoehdon alle). (N=112.)

Onko tuotteiden ja suunnittelun myyminen ulkomaille ollut helppoa vai vaikeaa? (kysymykset 36 ja 37)

Vastaukset kysymyksiin tuotteiden ja suunnittelun myymisen vaikeusasteesta noudattivat suurinpiirtein samoja jakaumia. Vastaajista noin puolet piti tuotteiden ja suunnittelun myymistä ulkomaille vaikeana, kolmannes kohtalaisen helppona ja noin kymmenesosa helppona.

Taulukko 20. Tuotteiden ja suunnittelun ulkomaille myynnin vaikeusaste (Ornamo)

	tuotteiden myynti	suunnittelun myynti
helppoa	12 % (13)	10 % (8)
kohtalaisen helppoa	33 % (35)	33 % (27)
vaikeaa	50 % (53)	55 % (45)
<i>N</i>	105	82

Ulkomaan markkinoinnin pääasiallinen rahoituslähde (kys. 38)

Oma rahoitus näyttlee tärkeää osaa ulkomaille suuntautuvassa markkinoinnissa aivan samoin kuin näyttelyn järjestämisen ja näyttelyyn osallistumisen rahoituksessakin. Vastaajista (N=107) 79 % ilmoitti oman rahoituksen yhdeksi pääasialliseksi rahoituslähteeksi ja 56 % ilmoitti *pelkän* oman rahoituksen olevan pääasiallinen ulkomaan markkinoinnin rahoituslähde. Oma rahoitus näyttää olevan erityisen tärkeä teollisille muotoilijoille, joista 65 % oli valinnut pelkän oman rahoituksen vastaukseksi. Tekstiilitaiteilijoille näyttäisi oma rahoitus olevan tärkeä *osa muiden rahoituslähteiden ohella*, sillä vaikka 81 % ilmoitti oman rahoituksen pääasialliseksi lähteeksi, vain 38 % ilmoitti sen olevan *ainoa* pääasiallinen rahoituslähde. Julkiset ja yksityiset apurahat sekä sponsorituki ovat eri tukimuodoista vähiten käytettyjä. Ehkä yllättävänäkin voi pitää sitä tulosta, ettei sponsorituella ole teollisen muotoilun ulkomaan markkinoinnissa sen huomattavampaa roolia: yksikään tämän kyselyn teollisista muotoilijoista ei ollut valinnut sponsoritukea pääasialliseksi rahoituslähteeksi – edes muiden rahoitusmuotojen ohessa. Kauppa- ja teollisuusministeriö, ulkoministeriö ja ulkomaankauppaliitto ovat merkittävämpiä ulkomaan markkinoinnin rahoittajia kuin taiteen keskustoimikunta ja yksityiset säätiöt yhteensä.

Taulukko 21. Ulkomaan markkinoinnin pääasiallinen rahoituslähde (Ornamo)

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monijärj	Kaikki
apuraha	-	-	13 %	13 %	6 %	-	7 %
muu julkinen tuki	20 %	26 %	13 %	22 %	18 %	-	19 %
yksityinen rahoitus	27 %	26 %	13 %	13 %	12 %	38 %	19 %
sponsorituki	-	11 %	6 %	3 %	-	-	4 %
oma rahoitus	67 %	79 %	75 %	81 %	88 %	75 %	79 %
- vain oma rahoitus	53 %	47 %	56 %	38 %	65 %	63 %	56 %
<i>yht. vast.vaihtoehtoja</i>	17	27	19	42	21	9	135
<i>N</i>	15	19	16	32	17	8	107

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Ulkomaille suuntautuvan viennin tehostaminen (kysymykset 39 ja 40)

Viennin tehostamisessa kysyttiin eri osa-alueiden – tuoteviennin, näyttelyviennin ja suunnitteluviennin – tärkeysjärjestystä. Näiden välille ei kuitenkaan syntynyt selkeää eroa, vaan kaikki koettiin lähes yhtä tärkeiksi. Kolmannes (81) vastaajista oli asettanut tuotteiden viennin tärkeysjärjestyksessä ensimmäiseksi, kolmannes (77) näyttelyviennin ja noin kolmannes (71) asetti suunnitteluviennin ensimmäiseksi (N=266). Sen lisäksi 37 henkilöä (14 % vastaajista) oli valinnut useamman vaihtoehdon ensimmäiseksi tai ei ollut asettanut eri lohkoja tärkeysjärjestykseen. Myöskään avovastauksissa ei juuri asetettu yhtä vientitapaa toisen edelle muuta kuin muutamassa tapauksessa. Ohessa yksi vastaus, jossa on otettu kantaa eri vientitapoihin:

“Pitäisi luopua tuotekeskeisyydestä, joka seuraa Finnish Design -perinteestä ja on täysin vanhentunut tapa. Tällä hetkellä suomalaisen suunnittelun parhaat tulokset saavutetaan alueilla, jotka ovat enemmänkin laajoja prosesseja, kuin erillisiä pientuotteita. Tätä osaamista pitäisi tehdä tunnetuksi sekä kotimaassa että ulkomailla ja myydä osaamista. Tavaraa on nyt niin paljon, että tavaramarkkinoilla emme pärjää” (teollinen muotoilija).

Eroja viennin eri lajien suhteen syntyy kuitenkin ammatin ja alueen mukaan. Teolliselle muotoilulle suunnitteluvientiin panostaminen on luontevaa, taidekäsityölläisille keskeisin on ehkä näyttelyvienti ja pienteollisuuden aloilla työskenteleville tuotevienti. Toisaalta eri viennin osa-alueet tietyt liittyvät toisiinsa ja yhden osa-alueen markkinointi tukee toista aluetta. Seuraavassa taidekäsityölläisen huomio:

“Olisiko mahdollista luoda sellaista pienimuotoista vientinäyttelytoimintaa, yhteistyössä kaupallisten edustustojen ja/tai Suomi-instituuttien, Ornamon kanssa että myös yksittäiset käsityölläiset voisivat saada mahdollisuuden luoda kaupallisia yhteyksiä potentiaalisten asiakkaiden kanssa ja saada niistä myös mahdollisesti tietoa, joka auttaisi yhteistyön luomisessa ja kehittämisessä”.

Näyttelyviennin järjestelyjen tehostamista oli kysytty jo aiemmin (kysymys 28), joten kysymyksen 40 näyttelyvientiä koskevat vastaukset olivat samantyyppisiä kuin edellä esitetyt. Yleisimmät viennin tehostamiseen tarkoitettut keinot olivat seuraavanlaisia:

- ulkomailla toimiva yhteyshenkilö tai agentti
- kontaktien luominen
- tiedotustoiminta, imagon luominen
- yhteistyö kotimaassa mm. yhteisesiintymiset, tiedon jakaminen
- kohdemaan tuntemus (tarpeet, kulttuuri, kielitaito)
- taloudellinen apu

Asiaan perehtyneen henkilön toiminta viennin edistämiseksi, toimi hän sitten kotimaassa tai ulkomailla, yksityisenä konsulttina tai isomman vientiorganisaation puitteissa, oli yksi keskeinen ehdotus. Taiteilijoilla ja suunnittelijoilla ei ole aikaa ja/tai kykyä hoitaa ulkomaan markkinointia, joka vaatii asian-

tuntemusta ja kokemusta. “Taiteilija on niin harvoin markkinointihenkinen, ja vaikka olisikin, aika ei millään riitä kaikkeen” todettiin yhdessä vastauksessa. Hieman toisin sanoen sama:

“Tekijät kyllä osallistuisivat mielellään näyttelyihin, kuin myös myisivät tuotteitaan ulkomaille, mutta tarvittaisiin henkilö, joka hoitaisi kaiken tarvittavan paperisodan ja muun, joka ei liity suoranaisesti taiteen tekemiseen. Ei käsityöläinen ole markkinoija, myyjä, esittelijä ym. mitä siihen tarvitaan. Aikaa ei millään riitä, eikä taitoakaan.”

Isommilla yrityksillä on tietysti mahdollisuus palkata tai käyttää muuten asiantuntijoita, mutta pienemmällä yrityksillä ja freelancereilla ei yleensä ole tähän varaa. Jonkilaisen yleisorganisaation palveluja siis tarvittaisiin, jolloin kustannukset ehkä jäisivät pienemmäksi. “Käsityömainen pienvalmistaja tarvitsee ‘vientioorganisaation’ avukseen ja tuekseen”, todettiin yhdessä vastauksessa.

Uusien organisaatioiden perustamiseen otettiin kuitenkin kielteisestikin kantaa ja ehdotettiin mielummin Ornamon jäsenjärjestöjen toiminnan vahvistamista. Ornamon järjestöt koettiin “omana” ja taiteilijoiden asialla olevana. Niinkään mainittiin olemassa olevien tahojen (Design Forum Finland, Taideteollisuusmuseo, Ornamo) yhteistyön parantaminen sekä ulkomaansuhteiden luominen näiden organisaatioiden kautta.

Taideteollisuuden viennissä ja markkinoinnissa tarvitaan alan tuntemusta, mikä lienee ollut taustalla mm. seuraavissa ehdotuksissa: “On koulutettava alallemme/ tuotteillemme sopivia markkinointihenkilöitä.” “Tuotteiden viennissä pitäisi panostaa yrityksiä vientikoulutukseen (varsinkin luovuuteen, rohkeuteen ym. ideointikykyyn, pakollisten rinnalla).”

Organisaatiota ja koordinoitua vaativa ehdotus oli myös tietopankin tai suunnittelija/taiteilijarekisterin perustaminen ja ylläpito. Rekisterin tietojen tulisi olla “sen verran yksityiskohtaisia, että oikea yhteyshenkilö löytyisi niiden perusteella”. Tavallaan tässäkin on kyse agentista tai välitystoimistosta.

Tällainen suunnittelija-, muotoilija- ja konsulttirekisteri onkin valmistumassa Desing Forumin, Ornamon, Taideteollisen korkeakoulun ja Taideteollisuusmuseon yhteishankkeena. Rekisteri on osaa FinnishDesign.fi -verkkoprojektia, jonka tarkoituksena on vahvistaa alan organisaatioiden yhteistyötä ja kehittää tiedonvälitystä. Hankkeeseen kuuluu mm. tietoverkon ja kotisivujen luominen. Tietoverkon päämäärä on palvella koulutusta, yrittäjiä, teollisuutta, tiedotusvälineitä sekä suurta yleisöä. (Stenros 1996)

8. TEKIJÄNOIKEUS JA MALLISUOJAUS

Mallisuojausten hakeminen ja tekijänoikeuden antama suoja (kysymykset 41 ja 42)

Tutkimusjoukon tietämys tekijänoikeuden alalla oli varsin huonoa ja koko vastaajajoukosta vain vajaa viidennes oli hakenut mallisuojausta. Teolliset muotoilijat erottuivat kuitenkin joukosta kirkkaasti, sillä heistä yli puolet oli hakenut mallisuojaaja. Suojaa hakeneista TKO:n jäsenistä 38 % oli hakenut hyödyllisyysmallisuojaaja, 21 % patenttia ja 25 % molempia (lopun 17 % eivät olleet eritelleet suojatyyppejä). Myös toinen ns. suunnittelija-ammattikunta, eli SIO:n jäsenet olivat hakenneet suojaaja muita järjestöjä useammin.

Taulukko 22. Mallisuojausten hakeminen järjestön mukaan (Ornamo)

	ei hakenut	hakenut	yhteensä	n
MTO	95 %	5 %	100 %	41
SIO	81 %	19 %	100 %	64
TAIKO	95 %	5 %	100 %	43
TEXO	95 %	5 %	100 %	59
TKO	44 %	56 %	100 %	45
monijärj.	79 %	21 %	100 %	14
Kaikki	82 %	18 %	100 %	266

Yli puolet vastaajista (N=204) ei tiennyt minkälaisen suojan tekijänoikeus antaa heidän töillensä, 24 % piti tekijänoikeuden antamaa suojaaja riittävänä ja 20 % riittämättömänä. KTM:n työryhmän raportin (1995: 35) mukaan mallisuojaaja ei ole käytännössä riittävä suoja tuoteoikeuksien turvaamiseksi, sillä “pienin ja vähäisin muutoksin toinen tuote voi vallata markkinat alkuperäisen tuotteen ominaisuuksin”.

9. TYÖ- JA TUOTANTOPROSESSI

Taideteollisuuden laajan kentän hahmottamisessa ja jaottelussa voidaan yhtenä vaihtoehtona käyttää tuotantotavasta lähtevää määrittelyä (Kälviäinen 1996: 81), jolloin liikutaan akselilla yksittäiset käsintehdyt (taide)esineet — teollinen massatuotanto. Mikäli taideteollisuuden eri aloja pyritään määrittelemään tuotantoprosessista käsin, mikä ei kuitenkaan ole täysin ongelmatonta, olisi uniikkikappaleiden käsinvalmistaminen taidekäsityötä, teollisesti valmistetut, mutta lyhyet sarjat taideteollisuutta ja massatuotanto teollista muotoilua (määritelmät alunperin Perriäinen, lähteenä Kälviäinen 1996). Kuten Perriäinen itsekin lopuksi toteaa, on tuotantolähtöinen alan määrittely ristiriitaista, sillä suurteollisuudessa on käsityövaltaista toimintaa ja toisaalta kotiteollisuudessa käytetään automaattikoneita.

Tässä kappaleessa ei kuitenkaan ole tarkoitus pyrkiä taideteollisuuden eri alojen määrittelyyn, vaan erilaisten työ- ja tuotantoprosessien kuvaukseen. Yllä oleva pohdinta kuitenkin osoittaa, että tuotantoprosessin ongelmia lähestyttäessä ei kannata ennakoita lyödä lukkoon tiettyä tuotantotapaa tiettyyn taideteollisuuden alaan. Toki suurelta osalta yllä oleva jaottelu pitää paikkansa, mitä kuvastavat vastaukset kysymyksiin yksin- ja ryhmätyöstä sekä teoksen valmistamisesta. Taidekäsityöläisten (89 %) ja tekstiilitaiteilijoiden (77 %) taiteellinen työprosessi tapahtuu yksin ja he myös valmistavat tuotteensa itse (TAIKO:n jäsenet 74 %, TEXO:n 48 %).

Työskenteletkö taiteellisen työn osalta yksin vai ryhmässä? (kys. 43)

Vastaajista valtaosa, yhteensä 62 % työskentelee taiteellisen työprosessin osalta yksin. Ryhmässä ilmoitti työskentelevänsä 18 % vastaajista ja 20 % työskentelee sekä ryhmässä että yksin. Eri ammattiryhmistä taiteilija-ammattia lähellä olevat taidekäsityöläiset ja tekstiilitaiteilijat työskentelevät suurimmaksi osaksi yksin.

Taulukko 23. Työskentelytapa järjestöittäin (Ornamo)

	yksin	ryhmässä	sekä että	n
MTO	57 %	30 %	14 %	37
SIO	49 %	24 %	27 %	63
TAIKO	89 %	2 %	9 %	46
TEXO	77 %	6 %	17 %	64
TKO	24 %	41 %	35 %	37
monijärj	71 %	7 %	21 %	14
Kaikki	62 %	18 %	20 %	261

Tietotekniikka (kys. 44)

Tietotekniikkaa (muuta kuin tekstinkäsittelyä ja taulukkolaskentaa) käyttäviä oli koko vastaajajoukossa 43 %. Ammattiryhmistä varsinkin teolliset muotoilijat (84 %) ja muotitaiteilijat (59 %) käyttivät työssään erilaisia tietokoneohjelmia. Eri ikäryhmien käyttöasteissa oli myös – ennalta arvattaviakin – eroja. Tietotekniikkaa käyttivät useimmiten nuoret: alle 35-vuotiaista yli puolet ja 35-44-vuotiaistakin lähes puolet. Yli 64-vuotiaista vastaajista ei kukaan ilmoittanut käyttävänsä tietotekniikkaa hyväkseen työssään. Muotitaiteilijoiden ja teollisten muotoilijoiden joukossa tietotekniikan käyttö väheni tasaisesti vanhempiin ikäluokkiin siirryttäessä, mutta sen sijaan sisustusarkkitehtien joukossa yllättäen 55-64-vuotiaiden ikäluokka käytti tietotekniikkaa suhteellisesti eniten, peräti 75 % ikäluokasta, mikä oli suurempi osuus kuin koko 35-54-vuotiaiden ikäryhmässä. TAIKO:n ja TEXO:n jäsenistä ahkerimpia tietotekniikan käyttäjiä ovat 35-44-vuotiaat. Eri ammattijärjestöistä näissä kahdessa käytetään vähiten tietokoneita.

Taulukko 24. Tietotekniikan käyttö järjestön ja ikäryhmän mukaan (Ornamo)

	Alle 35 v	35-44 v	45-54 v	55-64 v	Kaikki
MTO	70 %	67 %	63 %	20 %	59 %
SIO	50 %	22 %	45 %	75 %	45 %
TAIKO	20 %	29 %	9 %	0	18 %
TEXO	18 %	39 %	26 %	0	24 %
TKO	100 %	81 %	100 %	50 %	84 %
monijärj.	100 %	20 %	67 %	100 %	46 %
Kaikki	57 %	47 %	41 %	33 %	43%
N	42	77	80	30	242*

*Kahden ikä ei tiedossa. Yli 64-vuotiaiden n=11, joista kukaan ei käytä tietotekniikkaa.

Seuraavat ohjelmat mainittiin vastauksissa:

Archicad	Performa
CAD-vision	Photopaint
CAD-key	Photoshop
Catia	Photostyler
Claris	Pixel Paint Pro
Coreldraw	Premiere
Freehand	Prima Easy
Infini-d	Primavision
Intergraph EMS	Quark xpress
Lumena	SGI
Micrograf x	TXT
Microstation Model View	Vertex desk artop
Mikro-teva	Warp
Mini-CAD	Weave point
Pagemaker	2d ja 3d-studio

Teoksen tai tuotteen valmistaja (kysymykset 45 ja 46)

Taulukko 25. Teoksen tai tuotteen valmistaja järjestön mukaan % (Ornamo)

	MTO	SIO	TAIKO	TEXO	TKO	monij.	kaikki
itse	26	28	98	77	42	64	56
- vain itse	5	0	74	48	0	43	28
verstas	18	58	13	7	37	29	27
teollisuus	68	70	13	40	79	43	52
- vain teollisuus	53	30	0	15	45	21	26
julkinen laitos	5	15	0	7	3	7	7
alihankkija	8	5	2	3	0	0	4
muu	8	2	0	2	5	0	3
N	38	60	46	60	38	14	256

Prosenttien yhteenlaskettu summa on >100 %, sillä vastaajat ovat valinneet useampia vastausvaihtoehtoja.

Taideteollisuuden tuotteen valmistaja on useimmiten kotimainen, sillä 88 % vastaajista (N=191) ilmoitti käyttävänsä kotimasta valmistajaa. Sekä kotimaista että ulkomaista valmistajaa käytti 5 % vastaajista.

Valmistajan löytäminen (kysymykset 47 ja 48)

Valmistajan löytämisen voisi kuvitella olevan varsinkin nuorten suunnittelijoiden ongelma. Yllättävää kyllä, kyselyyn vastanneista alle 35-vuotiaista vain kolmannes piti valmistajan löytämistä vaikeana ja neljännes helppona. Suurin osuus niitä, jotka pitivät valmistajan löytämistä vaikeana, löytyi 35-44-vuotiaiden joukosta (41 %). Sekä alle 35-vuotiaiden että 35-44-vuotiaiden joukossa oli 'vaikeaa'-vastanneiden osuus suurempi kuin 'helppoa'-vastanneiden osuus, mutta seuraavissa ikäluokissa 'helppoa'-osuudet kasvavat ja ovat enemmistöinä.

Taulukko 26. Onko valmistajan löytäminen tuotteelle ollut helppoa vai vaikeaa, ikäryhmän mukaan* (Ornamo)

	alle 35 v	35-44	45-54	55-64	yli 64
helppoa	24 %	22 %	37 %	45 %	30 %
vaikeaa	30 %	41 %	19 %	15 %	30 %

*taulukosta on jätetty pois kyselyn vaihtoehto 'kohtalaisen helppoa', koska on haluttu vertailla vain kahden vaihtoehdon eroa eri ikäryhmissä.

Valmistajan löytäminen omalle idealle tai tuotteelle on monelle nuorelle suunnittelijalle ja muotoilijalle ensimmäinen kontaktipinta elinkeinoelämään ja yritysmaailmaan päin. Taideteollisessa korkeakoulussa toimii yrityspalveluyksikkö, jonka tarkoituksena on vahvistaa ja kehittää yhteistyötä korkeakoulun ja elinkeinoelämän välillä. Käytännössä yksikön työ on painottunut opiskelijoiden ja vastavalmistuneiden rekrytointipalveluun sekä yrittäjä- ja markkinointikoulutuksen järjestämiseen. Kauppa- ja teollisuusministeriö rahoittaa muotoiluasiamiesten toimintaa, jolla niinkään pyritään saattamaan yritykset ja muotoilija/muotoilu yhteen. Alalla toimii myös yksittäisiä tuottajia, joiden tehtävä on

etsiä ja jalostaa ideoita tuotteiksi eli tuotteistaa (katso esim. Helkama 1996).

Kysymys valmistajan löytämisen helppoudesta tai vaikeudesta jakoi vastaajajoukon (N=180) lähes kolmeen yhtä suureen joukkoon. Vastaajista 31 % ilmoitti valmistajan löytämisen olevan helppoa, 37 prosentin mielestä se oli kohtalaisen helppoa ja 28 % piti valmistajan löytämistä vaikeana. Kahdeksan henkilöä oli valinnut kaksi vaihtoehtoa. Miesten ja naisten väliset erot liikkuivat kolmen ja kuuden prosentin välillä. Miehistä neljännes ja naisista kolmannes piti valmistajan löytämistä vaikeana. Eri järjestöjen jäsenistä erottuivat TAIKO:laiset, joista puolet piti valmistajan löytämistä vaikeana. Tämä koskee tietysti vain sitä pientä osaa taidekäsityöläisiä, jotka eivät itse ole mukana valmistusprosessissa (vrt. taulukko 24) ja kysymykseen olikin vastannut vain 34 % TAIKO:n jäsenistä. Suurin 'helppoa'-vastausten osuus löytyi muotitaiteilijoiden ja teollisten muotoilijoiden joukosta, joilla oli myös varsin alhaiset 'vaikeaa'-vastausten osuudet. Tulos on mielenkiintoinen sikäli, että nämä ammattiryhmät nimenomaan käyttävät ja tarvitsevat teollisuutta valmistukseen (vrt. taulukko 24).

Taulukko 27. Valmistajan löytäminen tuotteelle järjestön ja sukupuolen mukaan % (Ornamo)

	helppoa %	kohtalaisen helppoa %	vaikeaa %	kaksi vastausvaihtoehtoa %	N
MTO	38	38	18	6	34
SIO	25	40	29	6	55
TAIKO	19	31	50	-	16
TEXO	25	41	31	3	32
TKO	41	32	21	6	34
monijärj.	33	33	33	-	9
Miehet	29	43	25	3	69
Naiset	32	33	30	6	111
Kaikki	31	37	28	4	180

Kysymykseen "kuinka olet löytänyt valmistajan" vastasi 142 henkilöä. Niiden joukossa, jotka olivat kokeneet valmistajan löytämisen helpoksi, oli selvästi enemmän tilaustöitä tehneitä ("toimeksiantaja vastaa valmistuksesta", "valmistaja etsinyt suunnittelijaa") kuin niiden joukossa, jotka kokivat valmistajan löytämisen vaikeaksi. Osa 'vaikeaa' vastanneista ei ollut vielä löytänyt valmistajaa lainkaan. Oma aktiivisuus, kova työ ja pitkäjännitteisyys, mutta myös hyvä onni ja sattuma tulivat usein esiin 'kuinka olet löytänyt valmistajan' -kysymyksen vastauksissa. On selvää, että kontaktit, jotka lisääntyvät työuran kuluessa, helpottavat valmistajan löytämistä. "Oikeiden kontaktien löytäminen on koko ongelman ydin", kuten eräs vastaajista totesi. Valmistajan löytämisen ongelmaa erilaisissa työtilanteissa kuvastaa tämä vastaus:

"Jos tuote on tilaustyö eli sille on maksaja, valmistaja löytyy. Jos haluan itse ideoimiani tuotteita valmistettavaksi, minun on ne itse maksettava (prototyypin kustannukset) ja tämä on tavattoman kallista nykytilanteessa."

Valmistajien ja suunnittelijoiden välisistä ongelmakohdista kertovat myös ne kysymyksen 47 miksi-kohtaan vastanneet, joiden mielestä valmistajan löytäminen oli vaikeaa. Paitsi että markkinat ovat supistuneet ja kilpailu koventunut, tuntuu teollisuuden ja suunnittelijoiden välillä joskus olevan myös näkemuseroja: "valmistajien varovainen linja", "kotimainen tekstiiliteollisuus ei kovin

helposti lähde uusille urille”, “valmistajilla harvoin näkemystä, luovuutta ja rohkeutta”. Koetaan myös ettei teollisuus panosta suunnitteluun: “suomalaisia valmistajia suunnittelu ei kiinnosta”, “1990-luvulla Suomen huonekaluteollisuudella ei enää kiinnostusta suunnitteluun”.

Valmiiden sopimusmallien tarve (kys. 49)

Vastaajajoukosta 54 % ilmoitti tarvitsevansa valmiita sopimusmalleja.

Taulukko 28. Valmiiden sopimusmallien tarve järjestöittäin (Ornamo)

	kyllä	%	n
MTO	18	49	37
SIO	31	55	56
TAIKO	16	53	30
TEXO	29	60	48
TKO	18	51	35
monijärj.	5	46	11
Kaikki	117	54	215

10. YHTEENVETO

Ammattikuva ja taideteollisuuden kenttä

Taideteollisuuden laajan ja heterogeenisen kentän määrittelyä ja luokittelua on pohdittu usean tahon toimesta eikä yksiselitteistä ja toimivaa jaottelua ole helppo tehdä. Ehkä ongelmaa voisi lähestyä negatioiden kautta ja todeta, että aina-kaan materiaalilähtöinen jaottelu ei toimi kaikissa tilanteissa. Myöskään tuotantotavasta lähtevässä määrittelyssä (Kälviäinen 1996: 81), jossa liikutaan akselilla yksittäiset käsintehty (taide)esineet – teollinen massatuotanto¹⁴, ei päästä yksiselitteisyyteen. Suurteollisuudessa on käsityövaltaista toimintaa ja kotiteollisuudessa käytetään automaattikoneita. Taideteollisuuden kentän hahmottamista voitaisiin sen sijaan lähestyä jakamalla alan ammattityypit kahteen pääryhmään: taiteilijat ja suunnittelijat. Tällä jaolla ei haluta ottaa kantaa siihen, missä kulkee taiteen raja, vaan lähtökohta on alalla toimivien ammattikuva: teollinen muotoilija tai vaatetussuunnittelija ei välttämättä miellä itseään taiteilijaksi ja taidekäsityöläisen tai tekstiilitaiteilijan ammatilla on yhtymäkohtia vapaaseen taiteilija-ammattiin. Toiminta- ja tuotantotavasta lähtevä jako tukee suunnittelija–taiteilija jakoa siinä, että taidekäsityöläiset ja tekstiilitaiteilijat työskentelevät pääosin yksin ja valmistavat tuotteensa yksin, kun puolestaan sisustusarkkitehtien, vaatetus- ja muotisuunnittelijoiden sekä teollisten muotoilijoiden tuotteen valmistaa teollisuus ja työskentely tapahtuu yleensä ryhmässä.

Kyselyn vastausten perusteella 89 % TAIKO:n ja 77 % TEXO:n jäsenistä työskentelee taiteellisen työprosessin osalta yksin, kun puolestaan vastaavat osuudet olivat TKO:ssa 24 %, SIO:ssa 49 % ja MTO:ssa 57 %.

Huolimatta taloudellisesta lamasta ja kohonneista työttömyysluvuista, saavat Ornamon jäsenet kyselyn tietojen perusteella toimeentulonsa lähes yksinomaan taideteollisuuden alan luovasta työstä (67 %) ja/tai muusta taideteollisesta työstä (27 %). Työttömyys on kohdannut varsinkin tekstiilitaiteilijoita ja sisustusarkkitehteja, kun taas teolliset muotoilijat ovat parhaiten työllistettyjä.

Työttömyysluvuissa näkyy muotoilua hyödyntävässä teollisuudessa tapahtunut muutos. Pulkkisen (1994: 63) mukaan teollisuus on muuttunut viimeisen kymmenen vuoden aikana siten, että metalli- ja elektroniikkateollisuus on kasvanut volyymiltaan samalla kun “perinteinen” taideteollisuus (tekstiili, vaatetus, huonekalu, lasi ja keramiikka) on supistunut. Muotoilualan ammattikuntien syntyä ja eriytymistä ei voi erottaa talouden ja julkisen sektorin eriytymiskehityksestä, toteaa myös Poutanen (1994: 12). Näinollen, Poutasen sanoja lainaten, “taidekäsityön ja teollisen muotoilun välinen ero ei ole muotoilun kentän sisäisenä

¹⁴ Tällöin uniikkikappaleiden käsinvalmistaminen olisi taidekäsityötä, teollisesti valmistetut, mutta lyhyet sarjat taideteollisuutta ja massatuotanto teollista muotoilua (Määritelmät alunperin Perriäinen, lähteenä Kälviäinen 1996).

kysymyksenä objektiivisesti määriteltävissä, vaan liittyy kentän ulkoisten suhteiden eriytymiseen”.

“Raskaan sarjan” teolliset muotoilijat tuntuvat olevan tällä hetkellä muotoilun kentän selviytyjiä ja menestyjiä. He ovat jossain määrin viemässä sitä asemaa, joka sisustusarkkitehdeilla ja huonekalusuunnittelijoilla oli ennen.

Yritystoiminta

Kulttuurialalla yrittäjyys määrittyy usein hieman erilaiseksi kuin perinteinen voittoa tavoitteleva liiketoiminta. Taiteilijalle yrittäjyyden ensisijainen motiivi on useimmiten ammattinsa harjoittaminen eikä pelkkä voitontavoittelu, vaikka tietysti myös taiteilija pyrkii voittoon tienatakseen elantonsa. Kulttuurin ja taiteen alalla toimivalla yrittäjällä on myös usein monimuotoinen toimenkuva (toimitusjohtaja, työntekijä tuotannossa, markkinoija, myyjä...) sekä erilaisia työsuhteita. Hän voi toimia samanaikaisesti sekä yrittäjänä että palkansaajana (kyselyn vastaajista 8 % ilmoitti tämän yhdistelmän).

Kyselyn vastaajista 67 % toimi itsenäisenä ammatinharjoittajana (freelancer, yrittäjä, apurahalla). Osa- tai kokoaikayrittäjiä oli 42 % ja pelkästään yrittäjänä toimi 27 % vastaajista.

Pulkkinen (1994: 62) on käsitellyt muotoilun kohdalla taide–kaupallisuus dualismia, jonka hän edelleen liittyy myös design management -käsitteeseen. Vaikka valtaosa muotoilusta voidaan tässä kahtiajaossa lokeroida “ei-taiteen” puolelle, tasapainoilee se kuitenkin taiteen ja liiketoiminnan välillä. Pulkkisen mukaan “designilla on taideperusteisia konnotaatioita —ja management voidaan kääntää (liiketoiminnan) johtamiseksi.”

Sekä kulttuurialan yrittäjyyden erityispiirteiden että taideteollisuudessa vallitsevan dualisimin vuoksi alan yritystoiminta ei välttämättä sovi “tavallisen” liiketoiminnan raameihin. Tästä johtuen myös alan viennin edistämiskeinot eivät aina toimi tarkoitetulla tavalla. Valtaosa käsi- ja taideteollisuuden alan yrityksistä on pieniä, muutaman hengen henkilöyhtiöitä, jotka ovat mm. verotuksen suhteen huonommassa asemassa osakeyhtiöihin nähden.

KTM:n komiteamietinnössä todettiin jo vuonna 1989 seuraavaa: “Koti- ja käsiteollisuus- sekä taidekäsiyöyritysten yleisiä toimintaedellytyksiä tulee kehittää poistamalla erityisesti liikevaihtoverotukseen ja välillisiin työvoimakustannuksiin liittyvät ongelmat. Suoraan yrityksiin kohdistuvista toimenpiteistä tulee kiinnittää erityistä huomiota tuotekehitykseen, tuotteiden laadun ja liikkeenjohtotaidon kehittämiseen sekä markkinointiin. Keskeisinä edistämistoimenpiteinä toimikunta pitää neuvonnan, koulutuksen ja kehittämisrahoituksen tehostamista. Paikallistasolla kotiteollisuusyhdistysten neuvonta-asemien, maataloussihteerien ja elinkeinoasiamiesten tulisi muodostaa perusneuvontaorganisaatio, minkä lisäksi mm. liikkeenjohtotaitoon, markkinointiin ja tuotekehitykseen liittyvää erikoistunutta neuvontaa on tehostettava.”

Näyttely- ja messutoiminta

Kyselyn tulosten mukaan taideteollisuusalan töiden esittely tapahtuu useimpien näyttelyssä, sekä kotimaassa että ulkomailla. Eri ammattiryhmien välillä on kuitenkin eroja ja ammattityyppien taiteilija-suunnittelija kahtiajako näkyy erittäin hyvin eri esittelyareenojen valinnoissa. Messuilla esiintyvät varsinkin muotitaiteilijat, sisustusarkkitehdit ja teolliset muotoilijat, näyttelytoiminta on ominaisinta taidekäsityöläisille ja tekstiilitaiteilijoille. Näyttely- ja esittelytoiminnan tärkeimmät rahoituslähteet ovat oma rahoitus ja näyttelyn järjestäjän rahoitus.

Mahdollisuuksia taideteollisuuden töiden näyttelyihin Suomessa tarjoavat lähinnä alan museot, Design Forum Finland, alueelliset käsi- ja taideteollisuuskeskukset sekä galleriat. Osa näyttelyistä kiertää sekä kotimaan eri paikkakunnilla että kotimaan jälkeen ulkomailla. Erityisesti käsityöyrityksille tarkoitettuja näyttely- ja messutapahtumia järjestää mm. Suomen yrittäjien kehittämissäätiön (SYKE) alaisuudessa toimiva Työ ja Taito ry (Leiviskä 1996). Suurimmat Suomessa järjestettävät alan messut ovat huonekalu- ja sisustusalan Habitare joka toinen vuosi sekä vaatetusalan Helsingin Muotimessut (myös Vateva-nimellä tunnettu) kaksi kertaa vuodessa.

Taideteollisuuden alalla ei toimi pelkästään ulkomaan näyttelyvaihtoon erikoistunutta organisaatiota, kuten esim. Näyttelyvaihtokeskus kuvataiteen alueella. Toisaalta kyselyn pohjalta ei Ornamon jäsenkunnan mielestä ole tarvetta uuden organisaation luomiselle. Koska käsi- ja taideteollisuuden alalla on kuitenkin olemassa näyttely- ja messutoimintaa järjestäviä tahoja, tulisi näyttelytoiminnan tehostaminen ja edistäminen hoitaa näiden olemassaolevien tahojen kautta. Myös ulkomailla toimivat Suomen tiede- ja kulttuuri-instituutit koettiin kyselyn perusteella tärkeiksi yhteistyökumppaneiksi, joskin niiden toimintaan toivottiin tehostusta.

Vastaajista valtaosa (92 %) oli sitä mieltä, että Suomessa olisi tarvetta ulkomaille suuntautuvien näyttelyjen ja tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostamiseen.
--

Toiminnan tehostamisen yksi kompastuskivi on yksinkertaisesti kireä taloudellinen tilanne. Näyttelytoimintaa hoitavat organisaatiot, niin Taideteollisuusmuseo kuin Design Forum Finland:kin, toimivat alimitoitettulla henkilökunnalla ja liian pienillä määrärahoilla. Kauppa- ja teollisuusministeriö on muuttanut näyttelyiden rahoitusperusteitaan siten, että puolet rahoituksesta on tultava yritykseltä itseltään. Ministeriöt (KTM, OPM, UM) ovat noudattaneet näyttelyiden tukemisessa sitä linjaa, ettei tukea myönnetä näyttelyiden perustamiskustannuksiin, mikä myös osaltaan vaikeuttaa näyttelytoimintaa ja näyttelyvientä. Kuten kyselyn vastauksissakin tuli ilmi, näyttelyitä, messuja ja muita tuote-esittelytilaisuuksia ei rahoiteta sponsorien tuella (vastaajajoukosta 3 % oli saanut sponsoritukea kotimaan näyttelyihin ja 6 % ulkomaan näyttelyihin).

Viennin edistäminen

Taideteollisuuden alalla voidaan erottaa ainakin kolme eri viennin osa-aluetta: tuotevienti, näyttelyvienti ja suunnitteluvienti. Kyselyn perusteella mikään näistä kolmesta ei nouse tärkeämmäksi kuin toinen, mutta voidaan olettaa, että teolliselle muotoilulle suunnitteluvientiin panostaminen on luontevaa, taidekäsityöläisille keskeisin on ehkä näyttelyvienti ja pienteollisuuden aloilla työskenteleville tuotevienti.

Yleisimmät viennin tehostamiseen ehdotetut keinot olivat:

- ulkomailla toimiva yhteyshenkilö tai agentti
- kontaktien luominen
- tiedotustoiminta, imagon luominen
- yhteistyö kotimaassa mm. yhteisesiintymiset, tiedon jakaminen
- kohdemaan tuntemus (tarpeet, kulttuuri, kielitaito)
- taloudellinen apu

Ulkomaan markkinointi rahoitetaan pääosin itse. Apurahat ja sponsorituki ovat ulkomaan markkinoinnissa eri tukimuodoista vähiten käytettyjä.

Kyselyn vastaajista 79 % ilmoitti oman rahoituksen yhdeksi pääasialliseksi rahoituslähteeksi ja 56 % ilmoitti *pelkän* oman rahoituksen olevan pääasiallinen ulkomaan markkinoinnin rahoituslähde. Oma rahoitus näyttää olevan erityisen tärkeä teollisille muotoilijoille, joista 65 % oli valinnut pelkän oman rahoituksen vastaukseksi. Tekstiilitaiteilijoille näyttäisi oma rahoitus olevan tärkeä *osa muiden rahoituslähteiden ohella*, sillä vaikka 81 % ilmoitti oman rahoituksen pääasialliseksi lähteeksi, vain 38 % ilmoitti sen olevan *ainoa* pääasiallinen rahoituslähde.

Kauppa- ja teollisuusministeriön ja Ulkomaankauppaliiton toiminta taideteollisuuden viennin edistämiseksi ei saanut kovin positiivisia mainintoja kyselyyn vastanneilta. Näitä tahoja ei juurikaan ehdotettu toimijoiksi viennin edistämisessä, mikä kielii huonoista kokemuksista tähän asti. Varsinkin käsityöyrittäjän tai freelancerin on ollut vaikeaa löytää Ulkomaankauppaliitosta tai KTM:stä asiantuntemusta ja ymmärrystä toiminnalleen. Kauppa- ja teollisuusministeriön työryhmät kertovat kyllä pyrkimyksistä ottaa huomioon käsiteollisuuden ehkä marginaalinen ala toiminnassaan, mutta nämä pyrkimykset ovat ainakin osin jääneet työryhmätasolle ja hyviksi aikeiksi eivätkä ole yltäneet virkamiehille ja jokapäiväiseen hallintokäyttämiseen asti.

Ongelmista huolimatta taideteollisuuden alan tuotteita ja suunnittelua tietysti myydään Suomesta ulkomaille. Kyselyyn vastanneista 38 % oli myynyt tuotteitaan ja 32 % työpanostaan ulkomaille (luvuissa ei ole huomioitu myyntivolyymia). Potentiaalia ulkomaan myyntiin tuntuisi kuitenkin vielä olevan käyttämättä, sillä noin 60 % vastanneista ei ollut edes pyrkinyt myymään tai markkinoimaan tuotteitaan/työtään ulkomaille. Tuotteet myydään ulkomaille useimmiten valmiina (51 %); seuraavaksi yleisin (32 %) muoto on idean tai suunnitelman myyminen ja vähiten käytetty (17 %) tapa on myydä tuote prototyypinä.

Tekijänoikeus

Tutkimusjoukon tietämys tekijänoikeuden alalla oli varsin huonoa ja koko vastaajajoukosta vain vajaa viidennes oli hakenut mallisuojausta. Teolliset muotoilijat erottuivat kuitenkin joukosta, sillä heistä yli puolet oli hakenut mallisuojausta. Myös toinen suunnittelija-ammattikunta, sisustusarkkitehdit, olivat hakenneet suojausta muita järjestöjä useammin.

MERJA HEIKKINEN

**Graafisen suunnittelun ja
sarjakuvan ammattilaisten
työtilanne ja kansainvälinen
toiminta**

JOHDANTO

Tilastoraportin tämä osuus käsittelee graafisen suunnittelun ja sarjakuvan ammattilaisia ja heidän kansainvälistä toimintaansa. Aineistona on kysely, joka lähetettiin Ornamon jäsenjärjestöjen sekä Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenille, ja jonka Ornamoa käsittelevän osuuden Auli Irjala on raportoinut edellä. Selvitys on tehty taiteen keskustoimikunnan tutkimus- ja tiedotusyksikössä valtion taideteollisuustoimikunnan aloitteesta. Taideteollisuustoimikunnan tavoitteena oli ennen kaikkea saada tietoa taideteollisuuden alan kansainvälisestä toiminnasta. Samalla haluttiin kartoittaa tällä taiteen alalla työskenteleviä ammattikuntia ja niiden työskentelytilannetta.

Graafinen suunnittelu, kuvitus mukaan lukien, on nykyisessä taidetoimikuntalaitoksessa vakiintunut taideteollisuustoimikunnan osa-alue. Graafinen suunnittelu on kuulunut valtion taideteollisuustoimikunnan toimialueelle toimikunnan perustamisesta alkaen. Grafia on alusta asti ollut yksi lausunnonantaja-järjestöistä taideteollisuustoimikuntaa kolmivuotiskaudelleen nimitettäessä, ja toimikunnissa on säännöllisesti ollut graafisen suunnittelun edustaja. Sarjakuva sen sijaan on taideteollisuustoimikunnan alueella suhteellisen uusi tulokas. Sarjakuva on tullut säännöllisemmän kulttuuripoliittisen tuen piiriin vasta 1990-luvulla. Sarjakuvan apurahahakemukset on ohjattu taideteollisuustoimikunnalle 1990-luvun alusta, ja oma edustaja sarjakuvalla on ollut toimikunnassa vuodesta 1995 alkaen.

Graafisen suunnittelun ja kuvituksen alueella on useita vakiintuneita kansainvälisiä ja kansallisia kilpailuja ja näyttelyitä. Kansainvälisestä toiminnasta tiedottamisessa keskeinen rooli on alan ammattilaisten järjestöllä Grafialla, joka informoi jäsenistöään jäsentiedotteen avulla kotimaisista ja kansainvälisistä kilpailuista, messuista, näyttelyistä. Grafia on jäsenjärjestönä alan kansainvälisissä järjestöissä kuten Nordiska Tecknare (kuvittajien ja graafisten suunnittelijoiden järjestöjen pohjoismainen yhdistys), International Council of Graphic Design Associations Icograda (graafisen suunnittelun kansainvälinen neuvosto, johon kuuluu järjestöjä 38 maasta), Bureau of European Designers' Associations Beda (EU-maiden design-järjestöjen kattojärjestö), sekä Art Directors Club of Europe (kansainvälinen AD-klubi, joka mm. järjestää vuosittain ADCoE-kilpailun).

Sarjakuvantekijöiden ammattilaisten järjestö Sarjakuvantekijät perustettiin vasta vuonna 1995. Sarjakuvantekijät ry:llä sen enempää kuin Suomen Sarjakuvaseurallakaan ei ole käytettävissään palkattua työvoimaa, joten suuri osa toiminnasta on perustunut ilmaiseen vapaaehtoistyövoimaan. Suomalaista sarjakuvaa ulkomailla esittelevien näyttelyiden organisointi ja toteuttaminen on laskettava erityisesti yksittäisten, asiasta innostuneiden henkilöiden ansioksi. He ovat luoneet ulkomaiset kontaktit, hankkineet rahoituksen ja hoitaneet käytännön järjestelyt.

Taideteollisuustoimikunnan mahdollisuudet tukea sen piiriin kuuluvien lukuis-

ten alueiden kansainvälistä toimintaa ovat olleet hyvin rajalliset. Sarjakuvan sisällyttäminen toimikunnan tukemien alojen joukkoon ei myöskään tuonut toimikunnalle vastaavia lisäresursseja. Järjestöille myönnettävien avustusten lisäksi valtion taideteollisuustoimikunnalla on käytettävissä määräraha taideteollisuuden laatu- ja näyttelytukeen, ja vuodesta 1998 uutena tukimuotona taideteollisuuden uustuotannon tuki. Vuodelle 1996 toimikunta jakoi laatu- ja näyttelytukea 360 000 mk. Vuodelle 1998 laatu- ja näyttelytukeen sekä uustuotannon tukemiseen oli käytettävissä yhteensä 620 000 mk. Vuosiapurahoina toimikunta jakaa vuosittain yhden viisivuotisen, kolme kolmivuotista ja viisi yksivuotista valtion taiteilija-apurahaa.

Vuodesta 1995 alkaen valtion taideteollisuustoimikunta on esittänyt valtion tulo- ja menoarvioon erityistä määrärahaa kotimaisen taideteollisuuden kansainväliseen esittelyyn. Valtion taideteollisuustoimikunnan budjettiesityksessä vuodelle 1996 esitystä perustellaan seuraavasti: ”Yleinen kansainvälistymiskehitys ja samalla taideteollisuusalan kotimaisten toimintaedellytysten parantaminen edellyttävät merkittävää lisäpanostusta suomalaisen taideteollisuuden kansainväliseen esittelyyn. Toiminnan edellyttämiä valmiuksia on olemassa olevilla organisaatioilla ja instituutioilla, tarvitaan ainoastaan konkreettisia suunnitelmia ja niitä koskeva määrätietoinen rahoitussuunnitelma.”

Vuonna 1996 taideteollisuustoimikunta teki opetusministeriölle esityksen myös sarjakuvan tukitoimista. Esityksessä todettiin, että sarjakuvataide on parhailaan dynaamisessa kehitysvaiheessa, ja toimikunnalle on saapunut alan apurahahakemuksia entistä runsaammin. Sarjakuvataiteen tukitoimien tehostamiseksi toimikunta esitti kolmea toimenpidettä. Ensinnäkin, osoitettaisiin määräraha kotimaisen sarjakuvan laatumukseen. Toiseksi, sarjakuvalla kiintiöitäisiin oma määrärahaosuus kirjastokorvausapurahoista. Kolmanneksi, asetettaisiin asian tuntijaryhmä selvittämään alan koulutusmahdollisuuksia. Toimikunnan esitys ei kuitenkaan ole johtanut toimenpiteisiin.

Esityksessään vuoden 1998 talousarvioksi valtion taideteollisuustoimikunta toteaa keskeiseksi tavoitteekseen ”käynnistää vakiintuneiden edistämistoimien ohella viime vuonna laatimansa toimenpideohjelma taideteollisuuden uustuotannon tukemisesta, alan kansainvälisen näyttelytoiminnan kehittämisestä, alan suunnitteluviennin edistämisestä sekä koti- ja ulkomaisen tiedotustoiminnan kehittämisestä.” Samassa yhteydessä toimikunta teki opetusministeriölle aloitteen kansallisen muotoilupoliittisen ohjelman laatimiseksi. Toimikunta esitti myös tuntuvaa lisäystä taideteollisuusalan vuosiapurahoihin.

Kuten jo edellä on tullut ilmi, taideteollisuustoimikunnan toimialue kattaa erittäin laajan ja monimuotoisen kirjon erilaisia ammattikuntia. Taideteollisuuden eri aloilla toimivista taiteilijoista on hyvin vähän aikaisempaa tutkimustietoa. Taiteen keskustuotoimikunnan toteuttama suomalaisten taiteilijoiden taloudellista, sosiaalista ja kulttuuripoliittista tilannetta selvittänyt taiteilijan asema -tutkimushanke tuotti tietoa graafisista suunnittelijoista ja sarjakuvantekijöistä (Heikkinen 1996). Taiteilijan asema -tutkimuksessa graafisen suunnittelun ja sarjakuvan tutkimusjoukko oli määritelty laajemmin kuin nyt käsillä olevassa selvityksessä, joten vertailuja sen tuloksiin on tehty lähinnä Grafian jäsenistön osalta. Varhaisempaa vertailuaineistoa löytyy jonkin verran Hautalan (1977)

selvityksestä, joka käsittelee koko taideteollisuuden aluetta. Sarjakuvan kulttuuripoliittista tilannetta ja sarjakuvien tuotantoa on käsitelty aiemmin Heikkisen (1991) tutkimusraportissa.

Tämän selvityksen aineistona oleva kysely toteutettiin keväällä ja kesällä 1996. Kysely lähetettiin Ornamon jäsenjärjestöjen sekä Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenille. Kyselylomakkeen suunnitteli Auli Irjala, ja valtion taideteollisuus-toimikunnan jäsenet kommentoivat lomaketta sen suunnitteluvaiheessa. Aineiston vei tietokoneelle Kirsi Raitaranta. Graafikot ja sarjakuvantekijät otettiin kyselyyn mukaan viimeisessä suunnitteluvaiheessa. Taideteollisuus on varsin heterogeeninen alue, eivätkä kaikki lomakkeen kysymykset sovellu kaikille tämän alan ammattiryhmille. Erityisesti tämä saattaa koskea juuri graafikoita ja varsinkin sarjakuvantekijöitä, jotka ryhmänä eroavat monessa suhteessa muista taideteollisuustoimikunnan alaan kuuluvista ammattiryhmistä. Kullakin alalla vastaajat ovat vastanneet kysymyksiin heille soveltuvin osin. Kyselylomake on raportin liitteenä.

TAUSTATIEDOT

Järjestöjäsenyydet

Seuraavissa luvuissa käsitellään Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenistön vastauksia kyselyyn. *Grafian* edeltäjänä toiminut Suomen Piirtäjäliitto perustettiin jo 1933, ja *Grafian* nimellä järjestö on toiminut vuodesta 1963. Jäseneksi voidaan hyväksyä henkilö, joka on suorittanut Taideteollisen korkeakoulun, Taideteollisuusopiston, MG-koulun, Lahden Taide- ja käsiteollisuusoppilaitoksen (nykyisin Muotoiluinstituutti) tai jonkun vastaavan ulkomaisen oppilaitoksen graafisen suunnittelun loppututkinnon, tai joka on toiminut graafisena suunnittelijana mainostoimistossa, kustantamossa tai lehtitalossa vähintään kahden vuoden ajan, tai joka työnäyttein osoittaa ammattitaitonsa.

Vuonna 1995 perustetun *Sarjakuvantekijät* ry:n jäseneksi voivat liittyä sarjakuvantekoa ammattinaan tai elinkeinonaan harjoittavat piirtäjät, käsikirjoittajat, kääntäjät ja tekstaajat. Ammattimaisuus tulkitaan siten, että piirtäjällä ja käsikirjoittajalla on oltava takanaan vähintään yksi, kääntäjällä kaksi ja tekstaajalla kolme albumia tai vastaava määrä lehdissä palkkiota vastaan julkaistua sarjakuvaa.

Grafia ry:n ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenistöstä ei otettu otosta, vaan kyselylomake lähetettiin kaikille kyseisten järjestöjen jäsenille. *Grafian* jäsenille lähetettiin 618 kyselylomaketta, joista palautettiin täytettyinä 300. Kysely lähetettiin vain *Grafian* varsinaisille jäsenille, ei opiskelijajäsenille. Sarjakuvantekijät ry:n jäsenille lähetettiin 63 lomaketta, joista palautettiin täytettyinä 50. *Grafian* jäsenten vastausprosentti on siten 49 % ja Sarjakuvantekijöiden 79 %. Kun kyseessä ei ole otos, aineisto edustaa tutkimusjoukkoa molempien ryhmien osalta hyvin.

Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenistölle lähetettyjä kyselylomakkeita palautettiin kaikkiaan 341. Kaikki vastaajat eivät vastanneet jokaiseen kysymykseen. Lomake lähetettiin useille varsin erilaisille ammattiryhmille, eivätkä kaikki kysymykset soveltuneet kaikille vastaajaryhmille. Kukin on vastannut lomakkeeseen soveltuvien osien. Kussakin taulukossa on laskettu kyseiseen kysymykseen vastanneiden osuudet. Lomakkeen palauttaneista 300 oli *Grafian* jäseniä ja 50 kuului Sarjakuvantekijöihin. Yhdeksän henkilöä kuului molempiin näistä järjestöistä. Ornamon jäsenjärjestöihin vastanneet eivät kahta poikkeusta lukuun ottamatta kuuluneet. Graafikot ja sarjakuvantekijät muodostavat siten selkeästi muista taideteollisuuden alueista erillisen ryhmän. *Grafian* ja Sarjakuvantekijöiden keskinäiset päällekkäisjäsenyydet eivät nekään ole kovin yleisiä, sillä vain kolme prosenttia kyselyyn vastanneista oli molempien järjestöjen jäseniä.

Kummankin järjestön jäsenistö muodostaa siten kaksi varsin erillistä joukkoa. Kuten jatkossa nähdään, ovat nämä ryhmät monessa suhteessa hyvin erilaisia.

Kun ne ovat myös lukumäärältään kovin eri suuruisia, ei näiden kahden järjestön koko jäsenistöä koskevia yhteenlaskettuja jakaumia jatkossa juurikaan esitetä. Toisin kuin samaan keskusjärjestöön kuuluvat Ornamon alajärjestöjen jäsenet, eivät Grafia ja Sarjakuvantekijät myöskään yhdessä muodosta mitään selkeää yhteistä ryhmää, jonka kuvaaminen yhteisjakaumilla olisi mielekästä.

Sukupuoli ja ikä

Grafian jäsenistössä on naisia hieman enemmän kuin miehiä (taulukko 29). Vielä vuonna 1989 naisten osuus Grafian jäsenistöstä oli alhaisempi (41 %), mutta jo silloin oli nähtävissä, että naisten osuus tulee kasvamaan. Tämän kehityksen taustalla on se, että enemmistö alan koulutuksesta valmistuvista on nykyisin naisia. Mitä nuoremmista ikäryhmistä on kysymys, sitä suurempi on naisten osuus graafikkokunnasta. Myös sarjakuvantekijöissä naisten osuus on kasvanut noin kymmenesosasta viidennekseen 1990-luvun aikana. (Heikkinen 1996:42, 61).¹ Tässäkin tapauksessa on kyse siitä, että nuoremmista on enemmän naisia kuin vanhemman polven edustajissa. Edelleenkin on sarjakuvantekijöiden ylivoimainen enemmistö, yli 80 %, kuitenkin miehiä.

TAULUKKO 29. Sukupuoli järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Sukupuoli	Grafia	Sarjakuvantekijät	Kaikki
Nainen	53 %	18 %	48 %
Mies	47 %	82 %	52 %
	100 %	100 %	100 %
n	300	50	341

Sukupuolen ja iän välinen suhde näkyy taulukossa 30, joka esittää naisten osuutta alle 35-vuotiaista ja vanhemmista kummassakin järjestössä. Alle 35-vuotiaista Grafian jäsenistä on naisia runsas kaksi kolmannesta, mutta vanhemmista alle puolet. Sarjakuvantekijöissä tilanne on samansuuntainen, sillä alle 35-vuotiaista jäsenistä viidesosa on naisia, ja vanhemmista vain joka kymmenes.

TAULUKKO 30. Ikä sukupuolen ja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

	Grafia		Sarjakuvantekijät	
	alle 35 v	35 v -	alle 35 v	35 v -
Naiset	68 %	48 %	21 %	13 %
Miehet	32 %	52 %	79 %	87 %
	100 %	100 %	100 %	100 %
n	76	209	24	23

Grafian ja Sarjakuvantekijöiden jäsenistö eroaa toisistaan selvästi paitsi sukupuolijakaumaltaan, myös ikärakenteeltaan (taulukko 31). Grafian jäsenistä vain joka neljäs on alle 35-vuotias, kun taas sarjakuvantekijöistä lähes puolet kuuluu alle 35-vuotiaiden ikäryhmään. Sarjakuvan kentälle onkin viimeisten

¹ Aiemmassa tutkimuksessa sarjakuvantekijöiden joukko oli määritelty väljemmin kriteerein.

kymmenen vuoden aikana tullut paljon uusia tekijöitä. Ammattikuntana sarjakuvantekijät on uusi ja kasvava ryhmä.

TAULUKKO 31. Ikä järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Ikä	Grafia	Sarjakuvantekijät
alle 35 v	26 %	48 %
35-44	38 %	30 %
45-54	26 %	20 %
55-	10 %	2 %
	100 %	100 %
n	295	50

Siviilisääty ja lapset

Tutkimusjoukko on perhesuhteiltaan jaettu kahteen ryhmään: avio- tai avoliitossa elävät ja muut. Ryhmä muut sisältää siis sekä naimattomat että eronneet ja lesket. Sarjakuvantekijöistä kaksi viidesosaa, ja Grafian jäsenistä runsas viidennes elää yksin. Sarjakuvantekijät ovatkin keskimäärin huomattavasti nuorempia kuin Grafian jäsenet. Koko tutkimusjoukon naisissa on hieman vähemmän avio- tai avoliitossa eläviä (68 %) kuin miehissä (76 %). Grafiaan kuuluvista naisista selvästi useampi on lapseton kuin samaan järjestöön kuuluvista miehistä. Sarjakuvantekijöiden jäsenistöstä kaksi kolmasosaa on lapsettomia, eikä naisten ja miesten välillä ole tässä suhteessa eroa (taulukko 32).

TAULUKKO 32. Perhesuhteet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Siviilisääty	Grafia	Sarjakuvantekijät
Asuu avio/avoliitossa	72 %	60 %
Asuu yksin	28 %	40 %
	100 %	100 %
Lapset		
On lapsia	65 %	34 %
Ei lapsia	35 %	66 %
	100 %	100 %
N	300	50

Asuinpaikka

Asuinpaikka on luokiteltu tilastokeskuksen käyttämän suuraluejaon mukaisesti seuraavasti: pääkaupunkiseutu (Helsinki, Espoo, Vantaa, Kauniainen), muu Etelä-Suomi (Uudenmaan lääni pääkaupunkiseutua lukuun ottamatta, Turun ja Porin, Hämeen ja Kymen läänit), Väli-Suomi (Mikkelin, Pohjois-Karjalan, Kuopion, Keski-Suomen ja Vaasan läänit) ja Pohjois-Suomi (Oulun ja Lapin läänit).²

² Läänijako vastaa tutkimusvuoden tilannetta ja eroaa nykyisestä lääni- ja aluejaosta.

Sekä graafikoista että sarjakuvantekijöistä, kuten muidenkin alojen taiteilijoista, valtaosa asuu Etelä-Suomessa (taulukko 33). Erityisen selvää tämä on Grafian jäsenten kohdalla, joista alle kymmenesosa asuu muualla kuin Etelä-Suomessa. Sarjakuvantekijöistäkin vain 16 % asuu Väli- tai Pohjois-Suomessa. Yli puolet molemmista ryhmistä asuu pääkaupunkiseudulla. Verrattuna 1990-luvun alun tilanteeseen Grafian jäsenten asuinpaikat eivät ole aivan yhtä tiiviisti keskittyneet Etelä-Suomeen, sillä tuolloin heistä asui muualla kuin Etelä-Suomessa vain viisi prosenttia, ja pääkaupunkiseudulla asuvien osuus oli 70 % (Heikkinen 1996:45).

TAULUKKO 33. Asuinpaikka järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Asuinpaikka	Grafia	Sarjakuvantekijät	Kaikki
Pääkaupunkiseutu	62 %	52 %	60 %
Muu Etelä-Suomi	30 %	32 %	31 %
Väli-Suomi	4 %	10 %	5 %
Pohjois-Suomi	4 %	6 %	4 %
	100 %	100 %	100 %
n	299	50	340

Yleissivistävä koulutus

Naisten yleissivistävän koulutuksen taso on selvästi korkeampi kuin miesten (taulukko 34). Erityisen selvä sukupuolten välinen ero tässä suhteessa on Grafian jäsenistössä. Grafiaan kuuluvista miehistä noin puolet on ylioppilaita, naisista taas kolme neljästä. Sarjakuvantekijöiden joukossa sukupuolten väliset koulutustasoerot eivät ole yhtä suuria, ja sarjakuvantekijöiden yleissivistävän koulutuksen taso on selvästi korkeampi kuin Grafian jäsenten.

TAULUKKO 34. Yleissivistävä koulutus sukupuolen ja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Sukupuoli		Koulutus			n	
		Kansa/kansalais-koulu	Keski/peruskoulu	Ylioppilas		
Grafia	Naiset	3 %	21 %	76 %	100 %	157
	Miehet	15 %	33 %	52 %	100 %	141
	Kaikki	9 %	27 %	64 %	100 %	298
Sarjakuvantekijät	Naiset	--	11 %	89 %	100 %	9
	Miehet	--	20 %	80 %	100 %	41
	Kaikki	--	18 %	82 %	100 %	50

Koulutuksen ja iän välistä suhdetta kuvataan taulukossa 35. Alle 35-vuotiaiden peruskoulutuksen taso on huomattavasti korkeampi kuin vanhempien. Nuoremista jäsenistä yli 90 % on ylioppilaita kummassakin järjestössä. Erot näiden kahden järjestön jäsenistön yleissivistävän koulutuksen tasossa selittyvät siten suurelta osin erilaisella ikärakenteella. Nuoremmat ikäluokat ovat paremmin koulutettuja, ja sarjakuvantekijöistä suurempi osa on nuoria.

TAULUKKO 35. Yleissivistävä koulutus iän ja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Ikä	Koulutus			n	
	Kansa/kansalais-koulu	Keski/peruskoulu	Ylioppilas		
Grafia					
Alle 35 vuotta	--	9 %	91 %	100 %	97
Yli 34 vuotta	12 %	32 %	56 %	100 %	237
Kaikki	9 %	27 %	64 %	100 %	298
Sarjakuvantekijät					
Alle 35 vuotta	--	4 %	96 %	100 %	24
Yli 34 vuotta	--	31 %	69 %	100 %	26
Kaikki	--	18 %	82 %	100 %	50

Ammattinimike

Sarjakuvantekijöistä lähes puolet, ja Grafian jäsenistä runsas neljännes, ilmoitti kyselylomakkeen kohdassa "ammatti" useamman kuin yhden ammattinimikkeen. Naisten ja miesten välillä ei tässä suhteessa ollut merkittävää eroa. Ilmoitetut ammattinimikkeet luokiteltiin kuuteen pääryhmään. Jos ammatteja oli mainittu useita, sijoitettiin vastaus ensimmäisenä mainitun ammatin mukaan. Pääryhmät ja niiden alaryhmät ovat:

- 1 graafinen suunnittelu yleensä (graafikko, graafinen suunnittelija)
- 2 mainosala (ad, mainosgraafikko, -piirtäjä, visualisti, mainonnan suunnittelija, muu mainosalan ammatti kuten mainospäällikkö, copy)
- 3 kuvitus (kuvittaja, pilapiirtäjä)
- 4 sarjakuva (sarjakuvapiirtäjä, sarjakuvantekijä, sarjakuvataiteilija, käsikirjoittaja)
- 5 muu ammatti
 - 5.1. muut taideammatit kuten lastenkirjailija, taidegraafikko, valokuvaaja,
 - 5.2. muut ammatit kuten toimittaja, opettaja, insinööri
- 6 ei ammattia (opiskelija, kotiäiti, siviilipalvelusmies)

Vastaajien ammattijakauma esitetään taulukossa 36. Grafian jäsenistä joka toinen ilmoitti graafisen suunnittelun yleisnimikkeen (graafikko, graafinen suunnittelija tms.) Mainosalalla toimivia on lähes 40 %. Kuvittajan ammatikseen ilmoittavia on vain muutama prosentti, samoin kuin muissa ammateissa toimivia. Samansuuntainen kuva Grafian jäsenten ammattijakaumasta muodostui myös 1990-luvun alun tilannetta kartoittaneessa tutkimuksessa (Heikkinen 1996:46-51). Muussa kuin taidekoulutusta vastaavassa ammatissa toimiminen on graafisen suunnittelun ammattilaisten keskuudessa hyvin harvinaista. Tässä suhteessa graafikot eroavat muiden taideammattien edustajista, joiden keskuudessa useassa ammatissa toimiminen on huomattavasti yleisempää.

Sarjakuvantekijöiden ammattijakauma näyttää varsin erilaiselta. Mainosalan ammatteja ei maininnut ensimmäisenä ammattinimikkeenään kukaan sarjakuvantekijöistä, ja vain joka viides ilmoitti jonkin graafisen suunnittelun

yleisnimikkeeseen. Lähes viidesosa ilmoitti kuvituksen ammatikseen, ja sarjakuvan ilmoitti ammatikseen vajaa kolmannes. Sarjakuvantekijöissä on huomattavan runsaasti muissa kuin graafisen suunnittelun tai sarjakuvan ammateissa toimivia, sillä lähes joka viides ilmoitti jonkin muun ammatin. Näistä puolet mainitsi jonkin muun taideammatin, puolet jonkin muun ammatin kuten toimittaja. Sarjakuvantekijöissä on myös melko paljon ammatissa toimimattomia, joista lähes kaikki olivat opiskelijoita. Tämä liittyy sarjakuvantekijöiden ryhmän alhaiseen keski-ikään. Kuten edellä todettiin, sarjakuvantekijöissä oli myös Grafian jäseniä useammin henkilöitä, jotka mainitsivat useamman kuin yhden ammatin. Useassa ammatissa toimiminen liittyy paitsi sarjakuvantekijöiden nuoruuteen myös siihen, että pelkästään sarjakuvia tekemällä on Suomessa varsin vaikeaa ansaita elantoaan.

TAULUKKO 36. Ammattinimikkeet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Ammatti	Grafia	Sarjakuvantekijät
Graafinen suunnittelu	50 %	20 %
Mainosala	38 %	--
Kuvitus	6 %	18 %
Sarjakuva	0 %	30 %
Muu ammatti	5 %	18 %
Ei ammattia	--	14 %
	100 %	100 %
n	282	44

AMMATILLINEN KOULUTUS

Taideteollisen alan opinnot kotimaassa

Graafisen suunnittelun ammatillista koulutusta ovat Suomessa tarjonneet Taideteollisen korkeakoulun ohella käsi- ja taideteollisuusalan ammatilliset oppilaitokset. Keskeisin alan ammatillisista oppilaitoksista on Lahden oppilaitos, joka syksyn 1996 alusta on nimeltään Lahden ammattikorkeakoulun muotoilu-instituutti. Muissa käsi- ja taideteollisuusalan oppilaitoksissa on voinut suorittaa joko artonomin tutkinnon graafisessa suunnittelussa, tai lyhyempää koulutusta vaativan artesaanin tutkinnon piirtäjänä. Graafisen suunnittelun koulutusta on tarjonnut myös Mainosgraafikkojen koulu, jonka opetus on suunniteltu tapahtuvaksi työn ohella. MG-koulu lopetti toimintansa vuonna 1996, ja vuoden 1997 alusta mainosgraafikkokoulutusta tarjoaa Markkinointi-instituutti.

Sarjakuvan alueella ei ole olemassa koulutusjärjestelmää. Edellä mainittu valtion taideteollisuuslaitoksen vuonna 1996 opetusministeriölle tekemä esitys sarjakuva-alan tukitoimista sisälsi ehdotuksen asiantuntijaryhmän asettamisesta selvittämään alan koulutusmahdollisuuksia. Toistaiseksi esitys ei ole johtanut toimenpiteisiin. Alan opetus koostuu yksittäisistä kursseista, joita on järjestetty muun muassa eri opistoissa ja kuvataidekouluissa. Myös Taideteollisessa korkeakoulussa on toteutettu joitakin sarjakuvakursseja, jotka pisimmillään ovat olleet lukukauden mittaisia.

Tutkimusjoukon saaman koulutuksen vertailua vaikeuttaa se, että alan oppilaitosten asema ja annetun opetuksen laajuus ovat viime vuosikymmeninä mooneen kertaan muuttuneet. Tämä koskee kaikkea taidekoulutusta Suomessa. Aiemmin esimerkiksi Lahden oppilaitoksen käyneet ovat opiskelleet käsi- ja taideteollisuusopistossa, nykyiset opiskelijat taas ammattikorkeakoulussa. Taideteollinen korkeakoulu puolestaan saavutti korkeakoulun aseman 1973. Edellisessä suuressa uudistuksessa vuonna 1949 sen nimeksi tuli Taideteollinen oppilaitos, jossa toimi sekä taideteollisuusopisto että taideteollinen ammattikoulu. Tätä aiemmin koulu toimi Taideteollisuus-Keskuskoulun nimellä. Vastaajien saaman koulutuksen taso ja nimike vaihtelevat siis samastakin oppilaitoksesta valmistuneiden kohdalla vastaajien valmistumisajankohdan mukaan.

Graafisen suunnittelun koulutusta saaneet vastaajat olivat kuitenkin useimmiten valmistuneet joko Taideteollisesta korkeakoulusta, Lahden muotoilu-instituutista, tai Mainosgraafikkojen koulusta. Vastaajien saama koulutus on siten luokiteltu kuuteen pääryhmään: Taideteollinen korkeakoulu edeltäjäineen, Lahden muotoilu-instituutti edeltäjäineen, Mainosgraafikkojen koulu, muu käsi- ja taideteollisuusalan ammatillinen oppilaitos, muu oppilaitos, ei muodollista koulutusta tai koulutus kesken.

Vastaajien käymät oppilaitokset esitetään taulukossa 37. Prosentit on laskettu vain kysymykseen vastanneista. Kysymykseen jätti vastaamatta 118 henkilöä eli noin kolmasosa. Vastaamatta jättäneiden keskuudessa on todennäköisesti vastanneita enemmän niitä, joilla ei ole muodollista koulutusta. Sarjakuvantekijöistä vain hieman yli puolet vastasi kysymykseen. Ikärakenteen vuoksi tässä ryhmässä on paljon henkilöitä, joilla opinnot ovat vielä kesken. Grafian jäsenistäkin kaksi viidesosaa jätti vastaamatta, miehistä useampi kuin naisista.

Useimmiten kysymykseen vastanneet olivat opiskelleet Taideteollisessa korkeakoulussa tai jossakin sen edeltäjistä. Sarjakuvantekijöiden keskuudessa Taideteollista korkeakoulua käyneiden osuus on suurempi kuin Grafian jäsenistössä, Grafian jäsenissä taas on enemmän Lahden muotoiluinstituutin ja Mainosgraafikkojen koulun käyneitä. Sarjakuvantekijöissä oli Grafian jäseniä enemmän muun oppilaitoksen käyneitä, lähinnä erilaisissa kuvataideoppilaitoksissa opiskelleita. Grafian jäsenten osalta “muu oppilaitos” tarkoitti joka toisessa tapauksessa Markkinointi-instituuttia.

TAULUKKO 37. Ammatillinen koulutus järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Oppilaitos	Grafia	Sarjakuvantekijät
Taideteollinen korkeakoulu*	42 %	57 %
Lahden muotoiluinstituutti.*	22 %	17 %
MG-koulu	18 %	4 %
Muu käsi- ja taideteollisuusoppilaitos	7 %	4 %
Muu oppilaitos	8 %	17 %
Ei muodollista koulutusta	2 %	--
	100 %	100 %
n (kysymykseen vastanneet)	206	23

* Edeltäjiin.

Suoritetut taideteollisen alan tutkinnot

Kysymykseen suoritetusta taideteollisen alan tutkinnosta jätti vastaamatta yli puolet sarjakuvantekijöistä ja 45 % Grafian jäsenistä. Jakaumat on laskettu vastanneista, ja vastaukset on luokiteltu ammattinimikkeiden luokitusta soveltaen seuraaviin ryhmiin: graafikko/graafinen suunnittelija, mainosgraafikko/muu mainosalan ammatti, piirtäjä, muu taideteollisen alan ammatti, opinnot kesken, ei tutkintoa/itseoppinut. Vastaamatta jättäneiden keskuudessa on todennäköisesti huomattavasti vastanneita enemmän henkilöitä, joilla ei ole muodollista taideteollisen alan tutkintoa tai joiden opinnot ovat kesken. Sarjakuvan alalla ei ole muodollista koulutusjärjestelmää, joten tämän alan tutkintoja ei voinut olla kenelläkään. Ammattinimikkeiden perusteella voi lisäksi olettaa, että sarjakuvantekijöiden joukossa on useita muun kuin taideteollisen alan tutkinnon suorittaneita.

Yli puolella tutkintoa koskeneeseen kysymykseen vastanneista on jokin graafisen suunnittelun tutkinto (taulukko 38). Grafian jäsenistä joka viides on suorittanut mainosalan tutkinnon. Kysymykseen vastanneista sarjakuvantekijöistä

kaksi viidesosaa oli suorittanut jonkin muun taideteollisen alan tutkinnon. Lomakkeessa kysyttiin Suomessa suoritettua taideteollisen alan tutkintoa, ja monet vastaajista olivat määritelleet taideteollisen alan Taideteollisen korkeakoulun oppiaineiden mukaisesti, joten kohdassa muu ammatti on esim. valokuvaaja ja kuvaamataidon opettaja.

TAULUKKO 38. Taideteollisen alan tutkinto järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Tutkinto	Grafia	Sarjakuvantekijät
Graafinen suunnittelija	64 %	53 %
Mainosgraafikko	19 %	--
Piirtäjä	4 %	--
Muu taideteollisen alan ammatti	6 %	42 %
Ei tutkintoa/opinnot kesken	7 %	6 %
	100 %	100 %
n (kysymykseen vastanneet)	185	17

Jatko-opinnot kotimaassa ja ulkomailla

Taideteollisen alan jatko-opintoja ilmoitti suorittaneensa 90 henkilöä eli noin neljäsosa vastaajista. Useimmat maininnat koskivat erilaisia graafisen suunnittelun kursseja. Vastauksissa ei aina määritelty tarkemmin kurssin sisältöä, mutta mainintojen perusteella suosituimpia olivat olleet tietokoneavusteisen graafisen suunnittelun kurssit. Muutamia mainintoja oli erilaisista kuvataidekursseista, samoin kuin pedagogisista opinnoista Taideteollisessa korkeakoulussa. Tohtorin tai lisensiaatin jatkotutkinnon Taideteollisessa korkeakoulussa ilmoitti suorittaneensa vain yksi vastaajista. Kurssien suorituspaikkaa ei erikseen kysytty, mutta monet ilmoittivat vastauksessaan myös sen. Useimmiten mainittu jatkokoulutautumisen paikka oli Taideteollinen korkeakoulu. Sarjakuvan ammatillisen koulutuksen puuttuminen näkyi myös siinä, että kukaan ei maininnut sarjakuvakursseja. Sarjakuvan kurssimuotoista opetusta on kyllä tarjolla monissa opistoissa, mutta yleensä se on tarkoitettu harrastajille ja vastaalkajille. Varsinaista alan ammattiopetusta ei ole tarjolla.

Lomakkeessa kysyttiin myös ulkomailla suoritettuja taideteollisen alan tutkintoja. Vain muutamalla vastanneella oli jokin graafisen suunnittelun alaan liittyvä ulkomainen tutkinto, ja samoin muutamalla jokin muu kuvataiteen tai taideteollisen alan ulkomainen tutkinto. Tutkinnon suorittaminen ulkomailla näyttää edelleen olevan varsin harvinaista.

Muut opinnot

Vastaajilta kysyttiin lisäksi muun kuin taideteollisen alan tutkintoja. Grafian jäsenistä joka neljännellä oli muu tutkinto, yleisimmin jokin mainosalan tutkinto. Seuraavaksi eniten oli merkonomeja. Muita mainittuja tutkintoja olivat

esim. pukuompelija, somistaja, opettaja ja kuvataiteilija. Sarjakuvantekijöistä joka viides ilmoitti jonkin muun alan tutkinnon. Mainosalan tai kaupallisen alan tutkintoja ei näiden joukossa ollut. Useimmat sarjakuvantekijöiden muun alan tutkinnoista oli suoritettu humanistisissa tai yhteiskuntatieteellisissä aineissa.

TYÖSKENTELYTILANNE

Työsuhteet

Työsuhdetta koskevassa kysymyksessä vastaajille annettiin seuraavat vaihtoehdot: palkansaaja, freelancer, yrittäjä, apurahalla, työtön, muu (esim. opiskelija). Sarjakuvantekijöistä lähes 60 % valitsi useamman kuin yhden vaihtoehdon, Grafian jäsenistä viidesosa. Suurin osa Grafian jäsenistä oli joko palkansaajia tai yrittäjiä (taulukko 39). Grafian jäsenistön jakautuminen palkansaajiin, yrittäjiin, freelancereihin, apurahalla toimiviin ja työttömiin oli suunnilleen sama kuin Ornamon jäsenjärjestöjen jäsenistöllä. Sarjakuvantekijöiden enemmistö puolestaan toimi freelancereina, ja palkansaajia heistä oli vain joka kymmenes. Apurahalla oli joka kymmenes sarjakuvantekijä, mutta Grafian jäsenistä vain yksi prosentti. Lähes kaikki ”apuraha”-vaihtoehdon valinneet ilmoittivat apurahan lisäksi myös jonkin muun tulolähteen.

Työttömiä oli sarjakuvantekijöiden keskuudessa huomattavasti enemmän (20 %) kuin Grafian jäsenissä (7 %). Aiemmasta tutkimuksesta (Heikkinen 1996:120-124) käy ilmi työttömyyspäivärahojen saajien osuus kummassakin ammattiryhmässä vuosina 1989 ja 1992. Graafikkokunnassa työttömyyspäivärahan saajia oli vuonna 1989 vain 2 %, mutta lamavuonna 1992 jo 15 %. Tämän mukaan työttömyys olisi heidän keskuudessaan laskenut vuoteen 1996 mennessä. Sarjakuvantekijöissä oli työttömyyspäivärahan saajia 7 % vuonna 1989 ja 14 % vuonna 1992. Heidän joukossaan olisi siis tämän mukaan enemmän työttömiä kuin 1990-luvun alussa. Aiemmat luvut perustuvat verotusrekisterin tietoihin työttömyyspäivärahojen saajista. Kyselyn vastaajat puolestaan ovat voineet määrittellä työttömyyden väljemmin, varsinkin kun oli mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja. Kun sarjakuvantekijöissä on paljon freelancereina toimivia, on osa ilmoitetusta työttömyydestä todennäköisesti osa-aikaista työttömyyttä töiden välissä, tai vajaatyöllisyyttä. Grafian keväällä 1992 jäsenistölleen lähettämän kyselyn mukaan 13 % Grafian jäsenistä oli ollut työttömänä vuosien 1989-92 välisenä aikana, ja eniten työttömiä (28 %) oli ollut freelancereissa (Heikkinen 1996:123). Freelancereina toimivien todellinen työttömyys onkin todennäköisesti korkeampi kuin työttömyyspäivärahan saajien lukumäärän perusteella voi päätellä, sillä työttömäksi ilmoittautuminen on freelancereille usein ongelmallista.

TAULUKKO 39. Työsuhteet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Työsuhde*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Palkansaaja	43 %	12 %
Freelancer	23 %	73 %
Yrittäjä	42 %	29 %
Apurahalla	1 %	12 %
Työtön	7 %	20 %
Muu	4 %	12 %
N	298	49

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Kaikkiaan 135 vastaajaa, eli kaksi viidestä, oli valinnut vaihtoehdon ”yrittäjä” työsuhdetta kysyttäessä. Heistä 77 vastasi kysymykseen, kuinka monta henkilöä yrityksen palveluksessa heidän itsensä lisäksi oli. Lähes kaikki vastanneet olivat Grafian jäseniä. Vastanneista joka neljäs ilmoitti, ettei yrityksessä ollut muita työntekijöitä. Runsaalla kolmanneksella oli palveluksessaan yksi työntekijä. Enemmän kuin neljä työntekijää oli vain muutamalla prosentilla vastanneista. Valtaosa graafisen suunnittelun yrityksistä on tämän mukaan pieniä 1-4 hengen yksiköitä.

Työn ja koulutuksen vastaavuus

Vastaajilta kysyttiin, saavatko he pääasiallisen toimeentulonsa koulutusta vastaavasta suunnittelu- tai taiteellisesta työstä, muusta taideteollisen tai taiteellisen alan työstä, alemmaa koulutusta vaativasta taideteollisen alan työstä vai muusta työstä. Grafian jäsenistä valtaosa vastasi saavansa pääasiallisen toimeentulonsa ”koulutusta vastaavasta suunnittelu- tai taiteellisesta työstä” (taulukko 40). Ornamon jäsenjärjestöjen joukosta vain SIO:n jäsenet (sisustusarkkitehdit) saivat yhtä usein pääasiallisen toimeentulonsa koulutustaan vastaavasta työstä. Ne Grafian jäsenet, jotka valitsivat vaihtoehdon ”muu kuin taideteollisen tai taiteellisen alan työ”, olivat useimmiten muissa mainosalan töissä.

Sarjakuvantekijöistäkin yli puolet ilmoitti pääasialliseksi tulolähteekseen koulutusta vastaavan suunnittelu- tai taiteellisen työn. On muistettava, että koulutus heidän kohdallaan tarkoittaa tässä tapauksessa useimmiten graafisen suunnittelun koulutusta, sillä sarjakuvan alueella ei ole omaa koulutusjärjestelmää. Rungas kaksi viidennestä sarjakuvantekijöistä sai kuitenkin pääasiallisen toimeentulonsa muusta kuin taideteollisen tai muun taiteellisen alan töistä.

TAULUKKO 40. Pääasiallisen toimeentulonlähteen suhde koulutukseen järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Pääasiallinen toimeentulo*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Koulutusta vastaava työ	86 %	63 %
Muu taideteollisen tai taiteellisen alan työ	8 %	9 %
Alemman koulutuksen taideteollinen työ	3 %	--
Muu työ	15 %	43 %
N	275	46

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Työskentelytapa

Sekä graafinen suunnittelu että sarjakuvan tekeminen ovat alueita, joilla varsinainen taiteellinen työskentely tapahtuu useimmiten yksin. Pelkästään yksin työskenteli kuitenkin vain noin joka toinen sekä Grafian että Sarjakuvan-

tekijöiden jäsenistä (taulukko 41). Sarjakuvantekijöistä vain joka kymmenes ilmoitti työskentelevänsä pelkästään ryhmässä. Useimmiten oli kyseessä käsikirjoittajan ja piirtäjän yhteistyö.

TAULUKKO 41. Työskentelytapa järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Työskentelytapa	Grafia	Sarjakuvantekijät
Yksin	53 %	50 %
Ryhmässä	23 %	12 %
Yksin ja ryhmässä	24 %	38 %
	100 %	100 %
N	286	50

Tietotekniikkaa käytti työssään apuna 80 % Grafian jäsenistä. Tietokoneesta lienee tulossa lähes välttämätön työkalu miltei kaikilla graafisen suunnittelun alueilla, kuvitusta ehkä lukuun ottamatta. Ornamon jäsenjärjestöjen jäsenistä ainoastaan teolliset muotoilijat käyttivät tietotekniikkaa yhtä usein. Sarjakuvantekijöiden työskentelyssä tietotekniikasta ei ole yhtä paljon hyötyä, mutta heistäkin yli puolet (62 %) käytti tietokoneita apunaan. Juuri kukaan heistä ei kuitenkaan tehnyt ainoastaan sarjakuvia.

Lomakkeessa oli myös suunnitellun teoksen valmistajaa koskeva kysymys, joka oli suunnattu lähinnä Ornamon jäsenjärjestöjen jäsenille. Annetut vaihtoehdot olivat: itse omin käsin, verstaas/paja, teollisuus, julkinen laitos, muu. Sekä graafisen suunnittelun että sarjakuvan alalla toimivat vastaajat olivat yleensä mieltäneet valmistajaksi sekä itsensä että graafisen alan teollisuuden, kustantajan ja kirjapainon (taulukko 42). Varsinkin mainosalalla toimivat graafikot valitsivat usein vaihtoehdon ”muu”, täsmentäen valmistajaksi muun muassa suunnittelutiimin, assistentit ja viimeistelijät tai alihankkijat. Tällä alueella valmis työ onkin yleensä ryhmätyöskentelyn ja monen eri ammattiryhmän yhteistyön tulosta. Sarjakuvantekijät taas valitsivat usein kaksi vaihtoehtoa. He ajattelivat valmistajiksi sekä itsensä että kirjapainon ja kustantajan. Jotkut käsikirjoittajat katsoivat piirtäjän teoksen varsinaiseksi valmistajaksi.

TAULUKKO 42. Suunnitellun teoksen valmistaja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Teoksen valmistaja*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Itse	54 %	57 %
Verstaas	7 %	2 %
Teollisuus	66 %	53 %
Julkinen laitos	2 %	--
Muu	12 %	14 %
N	277	46

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Apurahoitus

Aiemmassa tutkimuksessa (Heikkinen 1996) kävi ilmi, että apurahoituksella on vain vähän merkitystä graafisen suunnittelun alueella työskentelevien toimeentulon kannalta, kun graafikkokuntaa tarkastellaan kokonaisuutena. Vuonna 1992 oli vain 8 % graafikkojärjestöjen jäsenistä saanut apurahoja, ja apurahojen osuus nettotuloista oli koko graafikkokunnalla vain yksi prosentti. Sarjakuvantekijöille apurahoilla oli suurempi merkitys, sillä samana vuonna oli 16 % heistä saanut apurahan. Apurahojen osuus kaikkien sarjakuvantekijöiden nettotuloista oli vuonna 1992 kuitenkin vain 5 %. Apurahojen saajille tuen taloudellinen merkitys on kuitenkin merkittävä, sillä apurahojen osuus heidän nettotuloistaan oli sarjakuvantekijöillä keskimäärin noin neljännes, ja myös graafikkokunnassa oli alaryhmiä joissa apurahojen osuus nettotuloista nousi apurahoja saaneilla keskimäärin neljännekseen.

Apurahojen merkitys graafikkokunnalle eroaa paitsi taloudellisesti, myös asenteiden tasolla muiden taideammattien tilanteesta. Niin graafisten suunnittelijoiden kuin ylipäänsä taideteollisuuden alalla toimivien suhtautumisessa apurahoitukseen on havaittu eroja verrattuna muiden taiteenalojen edustajiin (Karttunen 1994; Heikkinen 1996:92-94; 1998). Apurahoihin ei taideteollisen alan ammattikunnissa välttämättä liitetä yhtä suurta prestiisiarvoa kuin muilla taiteenaloilla. Päinvastoin, “omillaan toimeen tuleminen” voidaan arvostaa korkeammalle kuin apurahojen varassa työskentely. Aikaisemman, vuonna 1992 toteutetun kyselyn mukaan vain joka viides Grafian jäsenistä oli hakenut apurahoja vuosien 1989-92 välisenä aikana. Noin neljännes ilmoitti, että ei tarvitse apurahoja. Suunnilleen yhtä moni oletti, ettei kuitenkaan saisi. Jälkimmäisessä tapauksessa vastaajat olivat jo etukäteen luokitelleet itsensä apurahajärjestelmän ulkopuolisiksi, useimmiten joko siksi, etteivät katsoneet olevansa riittävän ansioituneita, tai siksi, etteivät he työnsä luonteen vuoksi katsoneet kuuluvansa apurahoituksen piiriin. (Heikkinen 1996:92-94).

Tämän kyselyn tulokset vahvistavat edellä esitettyjä näkemyksiä. Yli puolet vastaajista ei ollut koskaan hakenut sen enempää julkisia kuin yksityisiäkään apurahoja. Kuten aikaisempien tietojen perusteella saattaa olettaakin, oli Grafian jäsenten ja sarjakuvantekijöiden kesken tässä suhteessa suuri ero. Lähes kaikki kyselyyn vastanneet sarjakuvantekijät olivat joskus hakeneet apurahoja, mutta Grafian jäsenistä vain kaksi viidesosaa. Myös Ornamon jäsenistöön verrattuna Grafian jäsenet olivat hakeneet apurahoja suhteellisen harvoin, sillä Ornamon jäsenistäkin 80 % oli joskus hakenut apurahoja. Nuoret olivat hieman aktiivisempia apurahojen hakijoita kuin vanhemmat, ja miehet olivat lähettäneet apuraha-anomuksia jonkin verran useammin kuin naiset. (Taulukko 43.)

TAULUKKO 43. Apurahojen hakeminen järjestöjäsenyyden, iän ja sukupuolen mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

	On hakenut apurahoja	Ei ole hakenut		n
Grafia	42 %	58 %	100 %	293
Sarjakuvantekijät	94 %	6 %	100 %	50
Alle 35-vuotiaat	51 %	49 %	100 %	96
Yli 34-vuotiaat	46 %	54 %	100 %	233
Naiset	45 %	55 %	100 %	163
Miehet	51 %	49 %	100 %	171
Kaikki	48 %	52 %	100 %	334

Niiltä, jotka eivät olleet hakeneet apurahoja, kysyttiin myös syytä siihen. Annetut avovastaukset luokiteltiin kuuteen ryhmään (taulukko 44). Ensimmäisen ryhmän muodostavat ne, jotka ilmoittivat etteivät tarvitse apurahoja. Näissä vastauksissa apurahojen tarpeettomuuteen liittyi usein positiivinen sävy: ”olen pärjännyt omillani”, ”rahaa on!”. Toiseen ryhmään (”en usko saavani”) luokiteltiin vastaajat, jotka katsoivat ansionsa riittämättömiksi: ”en ole tehnyt mitään merkittävää”. Tähän ryhmään luokiteltiin myös ne muutamit vastaukset, joissa apurahoja katsottiin jaettavan vain ”kavereille”, ”suhteilla” tms. Kolmanteen ryhmään (”en tee sellaista työtä”) luokiteltiin ne, jotka katsoivat jäävänsä apurahajärjestelmän ulkopuolelle työnsä luonteen vuoksi: ”teen palkkatyötä”, ”työni ei ole tarpeeksi taiteellista”, ”mainosalalle ei myönnetä”. Neljännen ryhmän muodostavat ne vastaukset, joissa todettiin ettei ole vireillä apurahoitukseen sopivaa kohdetta. Tähän ryhmään sijoitettiin myös ne muutamit vastaukset, joissa kerrottiin ettei sellaisille projekteille ole aikaa. Tämän ryhmän vastauksiin sisältyi usein taustaoletus, että sopivan kohteen löytyessä apurahaa voisi hakeakin. Viidennen ryhmän muodostavat vastaukset, joissa apurahoja ei oltu haettu riittämättömän tiedon vuoksi, ja viimeiseen ryhmään luokiteltiin vastaukset, joissa todettiin ettei asia vain ole tullut mieleen.

Sarjakuvantekijöistä lähes kaikki olivat hakeneet apurahoja, joten he eivät yhtä poikkeusta lukuun ottamatta olleet vastanneet tähän kysymykseen. Taulukossa 44 esitetään siksi vain Grafian jäsenten vastausten jakauma. Lähes kolmasosa Grafian jäsenistä oli sitä mieltä, ettei tarvitse apurahoja. Myös Ornamon jäsenjärjestöissä yleisin syytä hakematta jättämiseen oli se, että vastaajat eivät katsooneet tarvitsevansa apurahoja. Niitä, jotka luokittelivat itsensä järjestelmän ulkopuoliseksi joko taiteellisten ansioiden puutteen tai työnsä luonteen vuoksi (”en usko saavani” / ”en tee sellaista työtä”) oli Grafian jäsenissä yhteensä suunnilleen saman verran. Loput olivat jättäneet hakematta yleensä joko sopivan kohteen tai riittävän tiedon puuttuessa. Viimeksi mainitusta kolmanneksesta löytyy muita ryhmiä todennäköisemmin henkilöitä, jotka toisissa olosuhteissa olisivat valmiita hakemaan apurahoja, joko sopivan kohteen löytyessä tai apurahoja koskevan tiedon lisääntyessä.

TAULUKKO 44. Miksi ei ole hakenut apurahoja (Grafia)

Miksi ei ole hakenut	Grafian jäsenet
En tarvitse	31 %
En usko saavani	17 %
En tee sellaista työtä	15 %
Ei ole sopivaa kohdetta	15 %
Tiedon puute	15 %
Ei ole tullut mieleen	6 %
	100 %
n (kysymykseen vastanneet)	99

Vuodelle 1995 oli hakenut jotain apurahaa vajaa viidennes Grafiaan kuuluvista vastaajista ja hieman yli puolet sarjakuvantekijöistä. Apurahoja hakeneista Grafian jäsenistä ja sarjakuvantekijöistä noin joka toinen oli saanut jonkin apurahan (taulukko 45.) Vaikka varsinkin Grafian jäsenistä vain harvat hakevat apurahoja, niin kuitenkin suhteellisen monet niistä jotka hakevat, myös saavat apurahoja.

TAULUKKO 45. Apurahoja vuodelle 1995 hakeneet ja saaneet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Apurahat 1995	Grafia	Sarjakuvantekijät
Hakenut apurahaa	18 %	54 %
Saanut apurahan	10 %	26 %
Hakijoista saanut	53 %	48 %

TAULUKKO 46. Haetut apurahat vuodelle 1995 järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Apurahalaji*	Grafia		Sarjakuvantekijät	
	Hakenut	Saanut	Hakenut	Saanut
Taiteilija-apurahat	20 %	--	38 %	8 %
Kohdeapuraha	20 %	14 %	27 %	8 %
Laatutuki	--	--	--	--
Näyttelytuki	2 %	--	4 %	--
Lastenkulttuuri	7 %	4 %	--	--
Matka-apuraha	2 %	--	12 %	15 %
Kirjastokorvaus	11 %	14 %	23 %	15 %
Läänin apuraha	31 %	11 %	42 %	31 %
Kunnan apuraha	11 %	14 %	27 %	8 %
Säätiö tai rahasto	69 %	61 %	42 %	46 %
Muu**	6 %	4 %	--	8 %
n (apurahoja hakeneet/saaneet)	55	29	27	13

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja

** Esim. taiteilijaeläke.

Apurahoja hakeneet olivat hakeneet kyseiselle vuodelle keskimäärin kahta eri apurahaa. Taulukossa 46 esitetään haetut ja saadut apurahat apurahalajeittain. Eniten apurahoja oli haettu yksityisiltä säätiöiltä ja rahastoilta. Tässä ryhmässä ovat mukana myös Grafian jäsenistölleen myöntämät apurahat, jotka maksetaan Kopiosto-korvauksista. Joka toinen Grafian jäsenten yksityisiltä rahasto-

ilta hakema apuraha oli haettu Grafialta. Sarjakuvantekijät ry on saanut Kopiostokorvauksia vasta vuodesta 1997, joten ne eivät ole mukana tässä aineistossa. Valokopioinnista tekijöitä edustaville järjestöille maksettavat Kopiosto-korvaukset ovat käytännössä alkuperältään pääosin julkista rahaa, sillä niiden suurin maksaja on valtio. Myös läänien taidetoimikuntien apurahoja oli haettu paljon. Valtion taiteilija- ja kohdeapurahat tulivat vasta näiden jälkeen, ja sarjakuvantekijät olivat hakeneet usein myös kuntien apurahoja ja kirjastokorvauksia. Tämä kuvastaa näiden alojen suhteellisen marginaalista asemaa valtion taiteilijatuen suhteen. Läänien, kuntien ja yksityisten rahastojen apurahat eivät ole samalla tavalla taiteenaloittain kiintiöityjä kuin valtion apurahat, joten kynnys hakea niitä saattaa tästäkin syystä olla matalampi.

Grafian jäsenistä joka kymmenes ja sarjakuvantekijöistä joka neljäs ilmoitti saaneensa jonkin apurahan vuodelle 1995. Sarjakuvantekijöissä oli siten suhteessa jäsenmäärään huomattavasti enemmän apurahan saajia. Eniten apurahoja sekä sarjakuvantekijöille että Grafian jäsenille olivat myöntäneet yksityiset rahastot. Lähes puolet näistä apurahoista oli Grafian apurahoja. Joka kolmas sarjakuvantekijöiden saamista apurahoista oli tullut läänien taidetoimikunnilta. Myös kirjastokorvauksilla on tukimuotona merkitystä niille, joiden työt ilmestyvät kirjan muodossa. Tämä koskee kuitenkin vain niitä kuvittajia ja sarjakuvantekijöitä, jotka vastaavat itse myös kirjojensa tekstin tuottamisesta. Taideteollisuustoimikunnan myöntämää näyttelytukea ei ollut vastaajille kyseisenä vuonna myönnetty. Toimikunnan jakamaa laatutukea eivät vastaajat olleet hakeneetkaan.

Vastaajien saamat apurahat eivät yleensä olleet suuria. Grafian jäsenten vuodelle 1995 saamat apurahat olivat keskimäärin 11 000 mk, ja sarjakuvantekijöiden 17 000 mk. Suurin vastaajille myönnetty apuraha oli 45 000 mk. Varsinaisesta toimeentulon turvaamisesta ei siis ole ollut kyse. Apurahat ovat olleet kohdeapurahatyypistä pienimuotoista tukea. Kaikkiaan oli kysymykseen vastanneille Grafian jäsenille myönnetty apurahoja kyseiselle vuodelle yhteensä 300 000 markan edestä, ja sarjakuvantekijöille yhteensä noin 200 000 markkaa.

Toimeentulon erityispiirteitä

Kyselyn tulokset vahvistavat aiemman tutkimuksen perusteella syntynyttä kuvaa graafisten suunnittelijoiden ja sarjakuvantekijöiden erilaisista toimeentulostrategioista (Heikkinen 1996:129-132). Graafikkojen ammattikunnalla on tässä suhteessa joitakin piirteitä, joita muihin taideammatteihin verrattuna voidaan pitää epätyypillisinä. Taiteilijoiden toimeentulolle tyypilliseksi on useissa tutkimuksissa osoittautunut muun muassa tasapainoilu useiden eri tulolähteiden välillä. Varsinaisesta taideammattista saadut tulot muodostavat yleensä vain osan taiteilijoiden toimeentulosta. Suomalaisten taiteilijoiden taloudellista tilannetta luonnehtii myös apurahoituksen suuri osuus tuloista. Graafikot puolestaan saavat useimmiten toimeentulonsa omasta taideammattistaan,

ja sivuammatit ovat harvinaisia. Apurahatulojen merkitys ammattikunnalle kokonaisuutena on varsin vähäinen, ja keskimääräinen tulotaso muihin taideammatteihin verrattuna suhteellisen korkea. Toisaalta graafikot ovat osoittaneet erittäin heterogeeniseksi ryhmäksi, jonka sisällä on tulotasoltaan ja toimeentulostrategioiltaan hyvin erilaisia ryhmiä. Esimerkiksi freelancereina toimivilla kuvittajilla sivuammatit ovat yleisiä, keskimääräinen tulotaso alhainen, ja apurahatulojen merkitys on suurempi kuin koko graafikkokunnalla keskimäärin.

Sarjakuvantekijöiden toimeentuloa taas voidaan luonnehtia monilla taideammateille tyypillisiksi osoittautuneilla piirteillä. Ryhmän sisäiset tulot erot ovat suuria ja keskimääräinen tulotaso alhainen. Sivuammatit ovat pikemminkin sääntö kuin poikkeus, ja suuri osa tulosta saadaan muualta kuin varsinaisesta taideammattista. Apurahoilla on sarjakuvantekijöiden toimeentulossa selvästi suurempi merkitys kuin graafikkokunnalla keskimäärin.

Tekijänoikeus

Vastaajilta kysyttiin myös, minkälaisen suojan tekijänoikeus heidän käsityksensä mukaan antaa tehdyille töille. Sarjakuvantekijät olivat tyytyväisempiä tekijänoikeuden antamaan suojaan kuin Grafian jäsenet. Hieman yli puolet Grafian jäsenistä ja kaksi kolmannesta sarjakuvantekijöistä piti tekijänoikeuden antamaa suojaa riittävänä (taulukko 47). Tilaustyönä tehdyn graafisen suunnittelun tekijänoikeuksiin liittyneekin enemmän tekijänoikeudellisia ongelmia. Tekijän nimellä painotuotteena ilmestyvän sarjakuvan tekijänoikeudet ovat muiden painotuotteiden tapaan määriteltävissä suhteellisen selkeästi. Ongelmia aiheuttavat lähinnä oheistuotteet ja uusintakäyttö. Muutamat suojaa riittämättömänä pitäneistä täsmensivät vastaustaan viittaamalla uusien medioitten kuten Internetin tai esim. digitaalisen kuvankäsittelyn tuomiin uusiin ongelmiin. Pari vastaajaa totesi suojan riittämättömyyden johtuvan siitä, ettei sitä tunneta ja käytetä tarpeeksi. Ornamon jäsenjärjestöjen jäseniin verrattuna Grafian ja Sarjakuvantekijät ry:n jäsenet olivat melko tyytyväisiä tekijänoikeuden antamaan suojaan, sillä vain joka neljäs Ornamon jäsenistä piti tekijänoikeuden antamaa suojaa riittävänä, ja yli puolet valitsi vaihtoehdon ”en tiedä”.

TAULUKKO 47. Tekijänoikeussuojan riittävyys järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Tekijänoikeuden antama suoja on	Grafia	Sarjakuvantekijät
Riittävä	53 %	67 %
Riittämätön	11 %	13 %
En tiedä	37 %	20 %
	100 %	100 %
N	265	46

Vastaajilta kysyttiin myös valmiiden sopimusmallien tarpeellisuutta. Lähes puolet (45 %) sarjakuvantekijöistä katsoi tarvitsevansa valmiita sopimusmalleja, kun taas Grafian jäsenistä vain joka neljäs piti niitä tarpeellisena. Tämä saattaa liittyä, paitsi sarjakuvan kentän viimeaikaisiin muutoksiin, myös ammattikun-

nan nuoruuteen ja alhaiseen keski-ikään. Vakiintuneita sopimuskäytäntöjä ei aina ole, ja uransa alussa olevat nuoret taiteilijat eivät myöskään tunne niitä yhtä hyvin kuin kauemmin alalla olleet. Sekä sarjakuvan että graafisen suunnittelun aloilla sopimusten pelisäännöt ovat ilmeisesti kuitenkin selkeämpiä kuin taideteollisuuden alalla keskimäärin, sillä Ornamon jäsenistöstä yli puolet (54 %) katsoi tarvitsevansa valmiita mallisopimuksia.

NÄYTTELYTOIMINTA KOTIMAASSA JA ULKOMAILLA

Osallistuminen näyttelytoimintaan

Graafisen suunnittelun ja kuvituksen alueella on useita vakiintuneita kansainvälisiä ja kansallisia kilpailuja näyttelyineen. Suomessa pidettävistä merkittävimmistä ovat kotimainen *Vuoden Huiput* -kilpailu, jonka alueina ovat mainonta, graafinen suunnittelu, julisteet ja kuvitus, kotimainen *Parhaat Suomalaiset Julisteet* -kilpailu, *Mikkelin Kuvitustriennale*, jossa on ollut esillä myös pohjoismaisten kuvittajien töitä sekä *Helsingin Kansainvälinen Julistebiennale - Helsinki International Poster Biennial*, joka aiemmin järjestettiin Lahdessa.

Sarjakuvan kentällä toiminnan tukena ei ole ollut vakiintuneita instituutioita tai muuhun kuin vapaaehtoistyövoimaan perustuvaa järjestötoimintaa. Laajempien ulkomaisten yhteisnäyttelyiden organisointi ja toteuttaminen on laskettava yksittäisten asiasta innostuneiden henkilöiden ansioksi. Ensimmäinen laajempi suomalaisen sarjakuvan kansainvälinen näyttely pidettiin vuonna 1988 Ranskassa Angoulêmen sarjakuvafestivaaleilla. Angoulêmen vuosittainen tapahtuma on laajin ja tunnetuin eurooppalainen sarjakuvafestivaali. Vuoden 1988 suomalaisnäyttelyn *B.D.Fin - La Bande Dessinée Finlandaise* järjestäjinä ja kokoajina olivat Suomen sarjakuvaseura ja kotimaisen sanomalehtisarjakuvan levitysyhtiö Kalletuotanto. Näyttely sai avustuksia opetusministeriöltä ja Kemin kaupungilta, ja sillä oli myös yksityisiä sponsoreita. Seuraavan kerran suomalainen sarjakuva oli esillä Angoulêmessä pohjoismaisen *Cap au Nord* -näyttelyn yhteydessä vuonna 1997. Tällä kertaa näyttelyn pääorganisaattorit löytyivät Norjasta, sarjakuvan pohjoismaisen yhteistyöjärjestön Serinordin piiristä. Pääosa projektin rahoituksesta tuli Pohjoismaiselta Kulttuurirahastolta, mutta kustakin maasta myönnettiin myös kansallista rahoitusta.

Pitkäjänteistä työtä suomalaisen sarjakuvan markkinoimiseksi kansainvälisesti on tehnyt viisivuotinen *Sarjakuvastin*-projekti, joka tuotti neljä kotimaista antologiaa (Otava 1993-1998) sekä useita ulkomailla kiertäneitä näyttelyitä. Projektin kohteena olivat nuoret sarjakuvantekijät, sarjakuvakentän uusi taideorientoitunut sukupolvi, jolle järjestettiin sekä koulutusta että julkaisu- ja julkistamismahdollisuuksia. Ryhmään kuului kaikkiaan 27 tekijää, joiden sarjakuvia julkaistiin projektin kuluessa paitsi kotimaassa myös ulkomailla. Hanke sai rahoitusta opetusministeriön kolmivuotiselta Keppi-projektilta, ja projektin järjestäjät ja osallistujat ovat lisäksi saaneet joitakin henkilökohtaisia kohde- ja matka-apurahoja muun muassa taiteen keskustoimikunnalta.

Vastaajilta kysyttiin, onko heidän töitään ollut viimeisten viiden vuoden aikana esillä taide- ja taideteollisuuden näyttelyissä, messuilla, tuote-esittelytilaisuuksissa tai kilpailuissa kotimaassa ja ulkomailla. Sekä Grafian jäsenten että sarjakuvantekijöiden keskuudessa näyttelyihin osallistuminen oli yleisin

töiden esittelymuoto (taulukko 48). Kyselyyn vastanneista sarjakuvantekijöistä lähes kaikki ilmoittivat osallistuneensa kotimaisiin näyttelyihin viimeisten viiden vuoden aikana. Grafian jäsenistä alle puolet oli osallistunut kotimaisiin näyttelyihin. Kotimaisiin kilpailuihin ja messuihin osallistumisessa ei ollut suuria eroja näiden ryhmien välillä. Kaiken kaikkiaan sarjakuvantekijöiden töitä oli esitelty enemmän. Myös ulkomaiseen näyttelytoimintaan sarjakuvantekijät olivat osallistuneet aktiivisemmin kuin Grafian jäsenet. Joka toisen kyselyyn vastanneen sarjakuvantekijän töitä oli ollut esillä ulkomaisissa näyttelyissä viimeisten viiden vuoden aikana. Grafian jäsenistä joka viides oli esitelty töitään ulkomaisissa näyttelyissä, ja joka kymmenes ulkomaisissa kilpailuissa. Sarjakuvan alueella ei vastaavia kansainvälisiä kilpailuja ole tarjolla.

TAULUKKO 48. Töiden kotimaiset ja ulkomaiset esittelyt viimeisten viiden vuoden aikana järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Töiden esittelyt*	Kotimaiset		Ulkomaiset	
	Grafia	Sarjakuvantekijät	Grafia	Sarjakuvantekijät
Näyttelyt	42 %	90 %	19 %	51 %
Messut	17 %	14 %	10 %	11 %
Tuote-esittelyt	15 %	6 %	5 %	2 %
Kilpailut	31 %	27 %	10 %	--
Ei esittelyjä	43 %	6 %	71 %	47 %
n	294	49	277	47

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Yhteisnäyttelyihin oli osallistunut joka kolmas Grafian jäsenistä ja valtaosa sarjakuvantekijöistä viimeisten viiden vuoden aikana (taulukko 49). Kaikista yhteisnäyttelyihin osallistuneista yli puolet oli osallistunut yhdestä kolmeen näyttelyyn, ja noin puolella kaikista yksityisnäyttelyn pitäneistä oli ollut vain yksi näyttely.

TAULUKKO 49. Yhteis- ja yksityisnäyttelyt koti- ja ulkomailla viimeisten viiden vuoden aikana järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Näyttelyt	Grafia	Sarjakuvantekijät
Yhteisnäyttelyjä keskim. lkm.	3.8	5.1
Yksityisnäyttelyjä keskim. lkm.	2.4	2.4
n	292	49

Yksityisnäyttelyt oli lähes kaikki pidetty Suomessa. Myös yhteisnäyttelyihin osallistuneista vastaajista valtaosa oli osallistunut Suomessa pidettyihin yhteisnäyttelyihin. Lähes puolella yhteisnäyttelyihin osallistuneista Grafian jäsenistä oli kuitenkin takanaan ainakin yksi ulkomainen yhteisnäyttely, ja sarjakuvantekijöillä vastaava osuus oli 65 %. Pohjoismaiden lisäksi vastaajat olivat osallistuneet yhteisnäyttelyihin kaikkiaan kahdessakymmenessä eri maassa. Euroopan ulkopuoliset maat saivat kuitenkin vain muutamia yksittäisiä mainintoja. Ruotsi, Englanti ja Ranska olivat useimmiten mainittuja näyttelymaita.

Kaiken kaikkiaan näyttelytoiminta on huomattavasti yleisempää sarjakuvantekijöiden kuin Grafian jäsenten keskuudessa. Lähes kaikki sarjakuvantekijät olivat esitelleet töitään kotimaassa ja puolet heistä myös ulkomailla. Näyttelyi-

den pitäminen näyttää siten kuuluvan olennaisena osana sarjakuvantekijöiden toimintaan. Graafisen suunnittelun piiriin puolestaan lukeutuu myös sellaisia alueita, joilla työn tuloksia ei ole tapana esitellä näyttelyissä. Töiden esittely messuilla ja kotimaisissa kilpailuissa oli suunnilleen yhtä yleistä molemmissa ryhmissä, ja Grafian jäsenistöllä oli ollut esittelyareenoina myös kotimaisia tuote-esittelyjä ja ulkomaisia kilpailuja.

Ornamolaisiin verrattuina sarjakuvantekijät olivat esitelleet töitään aktiivisemmin kotimaassa, ja ulkomailla yhtä usein. Ulkomailla oli töitään esitelty vastaavana aikana lähes joka toinen sekä sarjakuvantekijöistä että Ornamon jäsenistöstä. Ornamon jäsenjärjestöt erosivat kuitenkin toisistaan selvästi näyttelyaktiivisuudessa. Irjalan mukaan nämä erot kuvastavat myös eroja ”suunnittelija” ja ”taiteilija” -ammattityyppien välillä. Ornamon alajärjestöistä ”taiteilijavaltaiten” TAIKO:n ja TEXO:n jäsenet (taidekäsityöläiset ja tekstiilitaiteilijat) olivat näyttelytoiminnan aktiivisimmat, kun taas suunnittelijavaltaiten TKO:n ja SIO:n jäsenistöstä (teolliset muotoilijat ja sisustusarkkitehdit) vain harvat osallistuivat näyttelytoimintaan.

Näyttelytoiminnan rahoitus

Yleisin kotimaan näyttelyiden rahoitustapa oli oma rahoitus, johon oli turvautunut enemmistö näyttelyiden kotimaassa järjestäneistä vastaajista (taulukko 50). Sarjakuvantekijät olivat saaneet näyttelyihinsä jonkin verran useammin apurahoja, sponsoritukea tai näyttelyiden järjestäjän rahoitusta kuin Grafian jäsenet. Muulla julkisella tuella kuin apurahoilla oli hyvin harvoin keskeinen rooli kotimaisten näyttelyiden rahoituksessa. Vaikka kysymys koski näyttelyiden pääasiallista rahoituslähdeä, olivat monet vastaajista valinneet useamman kuin yhden vaihtoehdon. Tavallista onkin toteuttaa näyttely useiden eri rahoitustapojen avulla.

TAULUKKO 50. Kotimaisten ja ulkomaisten näyttelyiden pääasiallinen rahoituslähde järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Rahoituslähde*	Kotimaiset näyttelyt		Ulkomaiset näyttelyt	
	Grafia	Sarjakuvantekijät	Grafia	Sarjakuvantekijät
Apuraha	16 %	29 %	9 %	52 %
Muu julkinen tuki	4 %	2 %	22 %	--
Sponsori	4 %	15 %	11 %	13 %
Näyttelyjärjestäjä	32 %	44 %	46 %	48 %
Yksityinen	13 %	15 %	2 %	4 %
Oma rahoitus	71 %	54 %	35 %	57 %
n	114	41	46	23

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja

Ulkomaan näyttelyihinsä oli saanut apurahoitusta runsas puolet sarjakuvantekijöistä, ja lähes yhtä usein oli käytetty omaa rahoitusta tai näyttelyiden järjestäjän rahoitusta. Näyttelyiden järjestäjä oli ollut pääasiallinen rahoittaja useimmissa Grafian jäsenten ulkomaisissa näyttelyissä. Joka viides ulkomailla esiintynyt

Grafian jäsen oli saanut tähän muuta julkista tukea kuin apurahoja, mutta sarjakuvantekijöistä ei kukaan. Muu julkinen tuki tarkoitti esimerkiksi kauppa- ja teollisuusministeriön, ulkoministeriön tai ulkomaankauppaliiton myöntämää tukea.

Mielipiteet näyttelytoiminnan järjestämisestä

Sarjakuvantekijöiden mielestä osallistuminen näyttelyihin ulkomailla tai niiden järjestäminen oli huomattavasti helpompaa kuin Grafian jäsenten mielestä (taulukko 51). Kysymykseen vastanneista Grafian jäsenistä lähes puolet piti näyttelytoiminnan järjestämistä ulkomailla vaikeana, sarjakuvantekijöistä vain joka viides. Tämä johtui ennen kaikkea siitä, että useimmat kysymykseen vastanneista sarjakuvantekijöistä olivat osallistuneet ulkomaisiin yhteisnäyttelyihin, joilla oli ollut kotimainen käytännön asioista huolehtinut yhteyshenkilö. Tässä korostuu ”tuottajien” ja ”managerien” rooli nimenomaan ulkomailla tapahtuvan toiminnan käynnistämässä ja käytännön toteuttamisessa. Näyttelyt ovat toteutuneet sellaisten yksittäisten henkilöiden aktiivisuuden ansioista, jotka ovat toimineet sekä aloitteen tekijöinä, rahoituksen järjestäjinä, että käytännön organisaattoreina.

TAULUKKO 51. Ulkomaisten näyttelyiden järjestämisen helppous/vaikeus järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Järjestäminen/osallistuminen on	Grafia	Sarjakuvantekijät
Helppoa	16 %	44 %
Kohtalaisen helppoa	36 %	36 %
Vaikeaa	47 %	20 %
	100 %	100 %
n	73	25

Valtaosa niistä, jotka pitivät näyttelyn järjestämistä ulkomailla helppona tai kohtalaisen helppona, mainitsivatkin syyksi sen, että joku ulkopuolinen yhteyshenkilö tai näyttelyn järjestäjä oli huolehtinut kaikista käytännön järjestelyistä. Yleensä kyseessä oli ollut osallistuminen yhteisnäyttelyyn, ja näyttelyyn osallistuja oli joutunut huolehtimaan vain aineiston toimittamisesta yhteyshenkilölle tai järjestäjille. Niistä, jotka pitivät ulkomaista näyttelytoimintaa vaikeana, noin joka kolmas viittasi ulkomaisten kontaktien puutteeseen. Noin neljännes kaikista vaikeuksia kokeneista mainitsi ongelmaksi rahoituksen. Noin viidennes vaihtoehdon ”vaikeaa” valinneista mainitsi syyksi tiedon puutteen ja yhtä moni käytännön järjestelyihin ja ajan puutteeseen liittyvät ongelmat.

Vastaajilta kysyttiin myös, olisiko heidän mielestään Suomessa tarvetta ulkomaille suuntautuvien näyttelyiden tai tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostamiseen. Valtaosa vastaajista oli sitä mieltä, että tarvetta tehostamiseen on (taulukko 52). Vaikka sarjakuvantekijöissä olikin vähemmän niitä, jotka pitivät näyttelytoimintaa ulkomailla vaikeana, koettiin toiminnan tehostaminen tarpeelliseksi lähes yhtä usein heidän kuin Grafian jäsentenkin keskuudessa.

TAULUKKO 52. Mieliä ulkomaille suuntautuvien näyttelyiden/tuote-esittelyjen tehostamistarpeesta järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Onko tarvetta	Grafia	Sarjakuvantekijät
Kyllä	78 %	73 %
Ei	22 %	27 %
	100 %	100 %
N	219	37

Lisäksi pyydettiin ehdotuksia siitä, miten tätä toimintaa voisi tehostaa. Useimmin esitettyjä ulkomaisen näyttely- ja esittelytoiminnan edistämisen keinoja olivat markkinoinnin ja tiedotuksen parantaminen sekä rahoitusmahdollisuuksien lisääminen. Ehdotukset jakautuivat kuitenkin suhteellisen tasaisesti erilaisten keinojen kesken. Tiedottamisen ja rahoituksen parantamisen lisäksi esitettiin muun muassa toiminnan keskitettyä organisointia olemassa olevien organisaatioiden kuten järjestöjen kautta ja/tai markkinoinnin ja viennin ammattilaisten avulla, yhteisnäyttelyitä ja näyttelyvaihtoa, samoin kuin muiden maiden kulttuurin ja kielen tuntemuksen lisäämistä sekä kontaktiverkoston luomista ulkomaille.

TYÖSKENTELEY JA MARKKINOINTI ULKOMAILLA

Ulkomailla työskentely

Ulkomailla työskentely ei vastaajien keskuudessa ollut kovinkaan yleistä, sillä vain vajaa viidennes oli joskus työskennellyt ulkomailla. Useimmat heistä olivat olleet töissä yhdessä maassa, keskimäärin vuoden pituisen ajan. Alle puolet ulkomailla työskennelleistä mainitsi myös toisen maan, jossa keskimääräinen työskentelyaika oli noin viisi kuukautta. Vain muutama oli työskennellyt kolmessa maassa. Sarjakuvantekijöiden keskuudessa ulkomailla työskentely oli hieman yleisempää kuin Grafian jäsenten joukossa (taulukko 53). Vastaajia pyydettiin myös nimeämään kolme viimeisintä maata, joissa on työskennellyt. Eniten mainintoja sai USA, toiseksi eniten Pohjoismaat, kolmanneksi Englanti ja neljänneksi Italia.

TAULUKKO 53. Työskentely ulkomailla järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Työskennellyt ulkomailla	Grafia	Sarjakuvantekijät
Kyllä	16 %	22 %
Ei	84 %	78 %
	100 %	100 %
n	284	49

Markkinointi ja myynti ulkomaille

Kaksi kolmesta sarjakuvantekijästä oli tarjonnut töitään ulkomaille, ja joka toinen oli myös onnistunut myymään töitään (taulukko 54). Grafian jäsenistä vain joka neljäs oli markkinoinut töitään ulkomaille, mutta heistä lähes kaikki olivat myös myyneet jotain. Vastaajista 82 nimesi maat tai alueet, joihin oli markkinoinut töitään. Euroopan ulkopuolisiin maihin oli töitään markkinoinut 30 vastaajaa, useimmiten Yhdysvaltoihin. Yhtä moni mainitsi markkinoineensa töitään Pohjoismaihin, useimmiten Ruotsiin. Valtaosa vastanneista oli markkinoinut muihin Euroopan maihin. Yksittäisistä maista mainittiin useimmin Englanti, Ranska ja Saksa. Vastanneista useimmat olivat markkinoineet töitään useampaan kuin yhteen maahan.

Suurin osa vastaajista ei ollut yrittänyt markkinoida ulkomaille työpanostaan esimerkiksi suunnittelun tai konsultoinnin muodossa. Varsinkin sarjakuvan osalta valmiin työn myynti onkin huomattavasti luontevampi tapa myydä työtään ulkomaille kuin työpanoksen myynti. Sarjakuvantekijöistä joka kymmenes ja Grafian jäsenistä joka viides oli kuitenkin myynyt ulkomaille myös työpanostaan. Vastaajista 56 nimesi maat tai alueet, joille oli markkinoinut työtään. Heistä

16 oli myynyt työpanostaan Euroopan ulkopuolelle, useimmiten Yhdysvaltoihin. Pohjoismaat, useimmiten Ruotsin, mainitsi 14 vastaajaa. Noin joka toinen oli markkinoinut muihin Euroopan maihin, joista useimmin mainittiin Englanti ja Saksa.

TAULUKKO 54. Töiden/tuotteiden ja työpanoksen markkinointi ja myynti ulkomaille järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Onko markkinoinut ulkomaille	Töitään		Työpanostaan	
	Grafia	Sarjakuvan- tekijät	Grafia	Sarjakuvan- tekijät
Ei	75 %	31 %	80 %	83 %
Kyllä, mutta ei myynyt	2 %	18 %	1 %	8 %
Kyllä ja myynyt	23 %	51 %	19 %	10 %
	100 %	100 %	100 %	100 %
n	277	49	254	40 %

Ornamon jäsenistöön verrattuna Grafian jäsenet olivat sekä markkinoineet että myyneet tuotteitaan harvemmin, mutta sarjakuvantekijät taas useammin kuin ornamolaiset. Työpanoksen markkinointi ja myynti esimerkiksi suunnittelun tai konsultoinnin muodossa oli sen sijaan Ornamon jäsenten keskuudessa huomattavasti yleisempää kuin graafikkojen tai sarjakuvantekijöiden parissa. Ornamon alajärjestöjen jäsenistä noin kaksi viidennestä oli onnistunut myymään tuotteitaan ja kolmannes työpanostaan ulkomaille.

Niiltä vastaajilta, jota olivat myyneet töitään ulkomaille, kysyttiin myös missä muodossa työ oli myyty: valmiina tuotteena, mallina/prototyypinä tai suunnitelmana/ideana. Vaihtoehto “malli/prototyyppi” ei luonnollisestikaan tullut kysymykseen sarjakuvan kohdalla, ja Grafian jäsenistäkin vain muutama prosentti oli myynyt työnsä tässä muodossa. Töitään ulkomaille myyneistä sarjakuvantekijöistä kaikki olivat myyneet valmiita töitä. Grafian jäsenistä sen sijaan kaksi viidennestä oli myynyt suunnitelmia, vaikka heidänkin kohdallaan valtaosa (72 %) oli myynyt valmiita töitä.

Työpanostaan ulkomaille myyneistä Grafian jäsenistä 70 % oli tehnyt tilaustöitä, mutta sarjakuvantekijöistä vain joka neljäs. Sarjakuvalla onkin varsin harvoin tilaajaa samassa mielessä kuin graafisella suunnittelulla. Tilaustöitä ulkomaille tehneistä 69 mainitsi maat, joista tilauksia oli saatu. Euroopan ulkopuolisiin maihin, useimmiten Yhdysvaltoihin, mainitsi tehneensä tilaustöitä 16 vastaajaa, ja Pohjoismaihin 22. Useimmat olivat tehneet tilaustöitä muihin Euroopan maihin.

Markkinoinnin organisointi ja rahoitus

Vastaajilta kysyttiin myös, kuka oli hoitanut töiden markkinoinnin ja/tai myynnin ulkomaille (taulukko 55). Sarjakuvantekijöistä valtaosa oli markkinoinut töitään itse. Grafian jäsenistäkin joka toinen oli hoitanut itse töidensä markkinoinnin ulkomaille. Lähes puolella Grafian jäsenistä oli kuitenkin ollut apunaan oma tai työnantajayritys, ja joka viidennellä jonkin välittäjäorganisaatio.

Monet vastaajista valitsivat useita vaihtoehtoja. Vaihtoehdon ”muu” valinneet täsmensivät ulkomaan markkinoinnin hoitajaksi yleensä joko asiakkaan/tilaajan tai kustantajan.

TAULUKKO 55. Ulkomaille markkinoinnin/myynnin hoitaja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Markkinoinnin hoitaja*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Itse	49 %	70 %
Oma yritys	17 %	7 %
Työnantajayritys	29 %	7 %
Välittäjäorganisaatio	18 %	27 %
Muu	16 %	23 %
N	93	30

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Ulkomaisen toimeksiannon saaneista suurin osa oli saanut tilauksen siten, että häneen oli otettu yhteyttä (taulukko 56). Grafian jäsenistä joka neljäs ja sarjakuvantekijöistä joka kolmas oli itse tarjonnut töitään ulkomaille. Myös tässä kysymyksessä jotkut valitsivat useita vaihtoehtoja. Vaihtoehdon ”muu” valinneet kertoivat saaneensa toimeksiannon esimerkiksi yrityksen, asiakkaan tai henkilökohtaisten kontaktiensa kautta.

TAULUKKO 56. Ulkomaisen toimeksiannon saantitapa järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Miten toimeksianto saatiin*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Tilauksena	67 %	67 %
Tarjosi itse	24 %	33 %
Muu	18 %	17 %
n	83	24

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Valtaosalle vastaajista oli maksettu ulkomaille tehdystä työstä kertakorvaus. Tuntipalkka ei ymmärrettävästi tullut kyseeseen sarjakuvan kohdalla, mutta jotkut Grafian jäsenistä olivat saaneet maksun tässä muodossa (taulukko 57). Royalteja oli saanut alle viidennes ulkomaille töitään myyneistä. Vaihtoehdon ”muu” oli valinnut runsas kymmenesosa Grafian jäsenistä ja viidennes sarjakuvantekijöistä. Grafian jäsenillä tämä vaihtoehto useimmiten tarkoitti kuukausipalkkaa tai kuukausipalkan osana maksettua korvausta. Sarjakuvantekijöistä osa oli tehnyt työn korvauksetta. Tällöin kyseessä on ollut esimerkiksi ulkomaisissa pienkustanteissa julkaistu sarjakuva.

TAULUKKO 57. Ulkomaille tehdystä työstä maksetun korvauksen muoto järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Korvaus*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Tuntikorvaus	14 %	--
Kertakorvaus	77 %	76 %
Royalty	17 %	16 %
Muu	13 %	20 %
N	86	25

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Ulkomaille suuntautuvan markkinoinnin pääasiallinen rahoituslähde selviää taulukosta 58. Vastaajille annettiin seuraavat vaihtoehdot: julkinen tai yksityinen apuraha, muu julkinen tuki (esim. kauppa- ja teollisuusministeriö tai ulkoministeriö), yksityinen rahoitus, sponsorituki, oma rahoitus. Valtaosa ulkomaille markkinoinneista sarjakuvantekijöistä oli toiminut pääasiassa omalla rahoituksella, ja Grafian jäsenistäkin yli puolet. Seuraavaksi eniten oli käytetty yksityistä rahoitusta. Sponsoroinnilla sen enempää kuin apurahoilla tai muulla julkisella tuella ei vastausten perusteella yleensä ole merkittävää osuutta ulkomaanmarkkinoinnin rahoituksessa. Ornamon alajärjestöjen jäsenten vastauksissaan ilmoittamat rahoituslähteet jakautuivat hyvin samansuuntaisesti. Ornamolaisilla yksityinen rahoitus oli kuitenkin ollut pääasiallisena rahoituslähteenä harvemmin kuin Grafian jäsenillä, ja toisaalta muu julkinen tuki (esimerkiksi kauppa- ja teollisuusministeriöltä, ulkoministeriöltä tai ulkomaankauppaliitolta) useammin (19 %) kuin Grafian jäsenillä tai sarjakuvantekijöillä.

TAULUKKO 58. Ulkomaille markkinoinnin pääasiallinen rahoituslähde järjestöittäin (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Rahoittaja*	Grafia	Sarjakuvantekijät
Apuraha	3 %	10 %
Muu julkinen tuki	3 %	--
Yksityinen rahoitus	42 %	19 %
Sponsorointi	5 %	--
Oma rahoitus	56 %	81 %
n	64	21

* Mahdollisuus valita useita vaihtoehtoja.

Mielipiteet ulkomaan myynnin järjestämisestä

Lomakkeessa kysyttiin myös sitä, miten helppona tai vaikeana vastaajat pitivät töidensä myyntiä ulkomaille. Tätä koskeviin kysymyksiin vastanneista enemmistö piti myyntiä ulkomaille joko helppona tai kohtalaisen helppona (taulukko 59). Suunnittelutyön myymistä ulkomaille piti kohtalaisen helppona runsas puolet kysymykseen vastanneista Grafian jäsenistä. Vajaa kolmannes piti sitä vaikeana. Sarjakuvantekijöistä vain muutama oli vastannut tähän kysymykseen, sillä suunnittelutyön myynti ei sarjakuvan kohdalla luonnollisestikaan ole käytäntönä.

TAULUKKO 59. Ulkomaille suuntautuvan myynnin helppous/vaikeus järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Myynti ulkomaille on	Tuotteiden/töiden myynti		Suunnittelun myynti
	Grafia	Sarjakuvantekijät	Grafia
Helppoa	16 %	42 %	15 %
Kohtalaisen helppoa	48 %	13 %	53 %
Vaikeaa	35 %	46 %	31 %
	100 %	100 %	100 %
N	62	24	55

Ne vastaajat, jotka pitivät myyntiä ulkomaille helppona tai kohtalaisen helppona, totesivat syyksi useimmiten sen, että heidän töilleen oli ollut kysyntää. Grafian jäsenistä yhtä moni viittasi myös siihen, että muut, esimerkiksi työnantajayritys, olivat hoitaneet myynnin heidän puolestaan. Niistä, jotka pitivät myyntiä kohtalaisen helppona, suuri osa totesi onnistuneensa hyvin myös oma-aloitteisessa yhteyksien luomisessa. Myyntiä vaikeana pitävistä joka kolmas katsoi ongelmaksi puutteellisen kielten, kulttuurin ja markkinoiden tuntemuksen. Lähes yhtä moni totesi oma-aloitteisen yhteyksien luomisen ja ylläpidon liian vaativaksi ajankäytön ja omien resurssien kannalta. Noin joka kymmenes mainitsi vaikeuksien syyksi rahoituksen ongelmat.

Mielipiteet viennin tehostamisesta

Lomakkeessa kysyttiin myös, millä alueilla olisi vastaajien mielestä tarvetta ulkomaille suuntautuvan viennin tehostamiseen. Vastaajia pyydettiin asettamaan tärkeysjärjestyksen seuraavat vaihtoehdot: näyttelyvienti, suunnitteluvienti, tuotteiden vienti sekä muu, mikä. Kuten edellä on tullut ilmi, on kyseisillä alueilla varsin erilainen rooli graafisen suunnittelun ja sarjakuvan ulkomaisessa toiminnassa. Sarjakuvantekijät vievät ulkomaille lähes yksinomaan valmiita tuotteita, ja näyttelyillä on huomattavasti keskeisempi asema sarjakuvantekijöiden toiminnassa. Graafikot painottivatkin vastauksissaan eri alueita kuin sarjakuvantekijät. Kaksi viidesosaa Grafian jäsenistä asetti etusijalle suunnitteluviennin, kun taas lähes puolet sarjakuvantekijöistä katsoi tuotteiden viennin ensisijaiseksi alueeksi tehostamistoimien kehittämisen kannalta. Grafian jäsenten vastauksissa toiselle sijalle asetettiin tuotteiden vienti, ja vasta kolmannelle näyttelyvienti. Sarjakuvantekijät puolestaan asettivat näyttelyviennin tehostamisen tärkeysjärjestyksessä toiselle sijalle. Muina ulkomaanviennin tehostamisen alueina mainittiin muun muassa julkaisuvienti, opiskelijavaihto, tiedotustoiminnan kehittäminen, käännöstyön tukeminen ja kansainväliset yhteisprojektit

Lopuksi kysyttiin vastaajien näkemyksiä siitä, millä tavoin edellä mainittuja vientitapoja voisi tehostaa. Kysymyksessä ei annettu valmiita vastausvaihtoehtoja. Erilaisia tehostamistapoja ehdotti kaksi kolmesta vastaajasta (222 vastausta). Vastauksissa esitettiin monenlaisia keinoja, joista mitkään eivät selvästi nousseet muiden edelle. Monet vastaajat esittivät perustettavaksi organisaatiota hoitamaan keskitetysti ulkomaille suuntautuvan viennin käytännön järjestelyjä ja markkinointia, tai näiden keskittämistä jollekin jo olemassaolevalle taholle kuten järjestöille tai Suomen ulkomaan lähetystöille. Useissa vastauksissa pidettiin parhaana tehostamistapana viennin ja markkinoinnin ammattilaisten palkkaamista asiaa hoitamaan. Lisäksi toivottiin panostusta tiedotuksen tehostamiseen, muun muassa tuottamalla ja käännettämällä näyttekansioita ja esitteitä. Eri alojen yhteisesiintymisiä pidettiin niin ikään hyödyllisinä monissa vastauksissa. Ehdotukset olivat varsin samansuuntaisia kuin Ornamon jäsenistön vastaukset. Yhteistä oli erityisesti sen korostaminen, että ulkomaan markkinointi hoituisi tehokkaammin keskitetysti jonkin organisaation ja markkinoinnin asiantuntijoiden avulla kuin yksittäisten taiteilijoiden ponnistelujen varassa. Seuraavassa esimerkkejä vastaajien ehdotuksista oman alansa viennin edis-

tämiseksi (suluissa vastaajan järjestöjäsenyys).

”...en tarkoita ettei meiltä löytyisi osaamista markkinoinnin alueella vaan tarkoitan, etteivät kaikki muotoilijat ja taiteilijat osaa kääntyä näissä asioissa ammattilaisten puoleen vaan luottavat liikaa pelkkiin tuotteisiin. Niin kauan kuin taiteilijat vieroksuvat markkinointia eli kokevat markkinoinnin kaupallisuudeksi, niin kauan on viennissä ongelmia.” (Grafiä)

”Mielestäni kannattaisi panostaa enemmän yhteisesiintymisiin ja mielellään niin että edustettuina olisivat eri taiteen ja muotoilun alueet. Käsittäakseni silloin olisi paremmat mahdollisuudet kunnon markkinointiin.” (Grafiä)

”Taiteilijan tehtävä on tehdä taidetta, ei säntäillä luomassa kontakteja.” (Sarjakuvantekijät)

”Yhteisnäyttelyjä eri taiteen alueilta, poikkitaiteelliset suurtapahtumat esim. Suomen lähetystöihin eri maihin.” (Grafiä)

”Esimerkiksi järjestöjen yhteisen organisaation avulla.” (Grafiä)

”Luotettaisiin vientituotteiden markkinointi/mainonta osaavien mainostoimistojen käsiin.” (Grafiä)

”Rahoittamalla näyttekäänöksiä (esim. messuille).” (Grafiä)

”Perustamalla vientirenkaita, joissa eri taideteollisuuden edustajat yhdessä markkinoivat ja mainostavat palvelujaan tai tuotteitaan.” (Grafiä)

”...voimien keskittäminen yhteiseen, isompaan kertaesittelyyn alan tapahtumiin osallistuttaessa. Lisäksi tällaiseen yhteyteen tarvitaan palkatut henkilöt näyttelyiden pystytystä ja yhteyksien sekä markkinoinnin keskitettyä hoitamista vastaan.” (Grafiä, Sarjakuvantekijät)”

”Oppilasvaihto alan kouluihin.” (Grafiä)

”Ministeriöön määräraha suomalaisen suunnittelun ulkomaan myyntiin.” (Grafiä)

”Tuki sarjakuvien käännettämiseen ja näytevihkosten valmistuskustannuksiin.” (Sarjakuvantekijät)

”Hyviä ja asiansa osaavia, koulutettuja managereja/agentteja todella tarvittaisiin.” (Grafiä)

”Valtion taidevienti Oy!” (Sarjakuvantekijät)

”Viennin tehostamiseksi tarvitaan valtion tukema, pätevä organisaatio hoitamaan myös yksityisten ja pienten yritysten yhteydet, mallisuojat, taloudelliset ym. asiat ulkomailla.” (Grafiä)

YHTEENVETO

Graafinen suunnittelu ja sarjakuva ovat kaksi varsin erilaista taiteellisen toiminnan kenttää. Yhteistä kummallekin kentälle on se, että julkisella tuella ei perinteisesti ole ollut kovinkaan keskeistä roolia sen enempää yksittäisten taiteilijoiden toimeentulostrategioissa kuin alan järjestöjen toiminnassakaan. Graafisen suunnittelun monet alueet ovat tottuneet toimimaan markkinoiden varassa, ja sarjakuvan kentällä on markkinoiden ohella luotettu paljolti pienimuotoiseen toimintaan ja talkoohenkeen.

Monet graafisen suunnittelun ja sarjakuvan toimintamallien välisistä eroista ovat myös taidepoliittisten tukitoimien kannalta merkittäviä. Sarjakuvan kentälle on tullut ja tulossa uusi, aikaisempaa taideorientoituneempi tekijäjoukko. Samalla koko kenttä on järjestäytynyt ammatillisesti. Uudessa tilanteessa apurahoituksen merkitys sarjakuvantekijöiden toimeentulon kannalta on noussut keskeisemmäksi kuin aiemmin. Graafisen suunnittelun ammattikuntien kohdalla tilanne vaihtelee. Vähiten merkitystä julkisella tuella on markkinasidonnaisimman mainonnan alueella, kun taas esimerkiksi freelancereina toimiville kuvittajille apurahoitus voi olla hyvinkin keskeinen toimeentulon kannalta.

Näyttelytoiminta on kyselytulosten perusteella hyvin luonteva osa sarjakuvantekijöiden toimintaa. Lähes kaikki sarjakuvantekijät olivat osallistuneet näyttelyihin, useimmat myös ulkomailla. Graafisen suunnittelun alueella näyttely ei ole samalla tavalla keskeinen tapa esitellä tuotantoa. Tällä on luonnollisesti merkitystä sellaisten tukimuotojen kuten näyttelytuen tai näyttelykorvausten suhteen. Sarjakuvantekijöiden asema suhteessa näyttelykorvauksiin on kuitenkin vielä selkiintymätön, ja rinnastuu kuvantekijöiden ongelmiin kirjastokorvausten suhteen – kummatkin toistaiseksi ratkaisemattomia kysymyksiä. Näyttelytuella taas ei ole tukimuotona paljonkaan käyttöä alueilla, joilla tuotantoa ei esitellä näyttelyissä.

Sarjakuvantekijät ovat selvästi aktiivisempia kuin graafisen suunnittelijat paitsi ulkomaisen näyttelytoiminnan, myös ulkomailla työskentelyn ja ulkomaille markkinoinnin suhteen. Osittain tässä on ollut kyse siitä, että sarjakuvan kentältä on löytynyt aktiivisia ulkomaan markkinoinnista kiinnostuneita ja organisaatiokykyisiä henkilöitä, jotka ovat luoneet yhteyksiä ja hoitaneet rahoitusta ja käytännön järjestelyjä. Kyselyvastauksissa tuli selvästi esiin se, että useimmille sekä graafisen suunnittelun että sarjakuvan ammattilaisille kansainvälisen toiminnan hoitaminen itse vaatii enemmän aikaa ja resursseja kuin on mahdollista (tai järkevää) varsinaisesta työstään irrottaa. Markkinointi ja tiedottaminen vaatii myös toisenlaisia taitoja – taiteilija ei välttämättä aina ole itse paras teostensa markkinoija.

Osittain kansainvälistyminen näyttää olevan myös sukupolvikysymys. Nuoremmille ikäryhmille ulkomaiden tuntemus ja kielitaito ovat eri tavalla luonteva osa omaa toimintaa kuin vanhemmille. Sarjakuvantekijöiden aktiivisuus tässä

suhteessa johtuu varmaan ainakin osittain ammattikunnan ikärakenteesta – enemmistö on nuoria. On kuitenkin muistettava, että edellytyksenä on ollut, kuten kaikessa ulkomaille suuntautuvassa toiminnassa, myös tuotannon kansainvälinen taso.

Taiteen kansainvälisen vuorovaikutuksen edistäminen on nostettu yhdeksi taidetoimikuntalaitoksen taidepoliittisista painopistealueista. Apurahapainotteisen taiteilijapolitiikan mahdollisuudet tukea taiteilijoiden kansainvälistä toimintaa ovat kuitenkin varsin rajalliset. Apurahojen osalta tähän tarkoitukseen on käytettävissä taiteen keskustoimikunnan jakamiin matka-apurahoihin varattu, suhteellisen vaatimaton summa. Taiteen keskustoimikunnalla on myös taiteilijoiden residenssi-ohjelma, joka mahdollistaa vuosittain muutaman taiteilijan työskentelyn ulkomailla. Taiteenalatoimikuntien mahdollisuudet tukea ja edistää taiteilijoiden kansainvälistä toimintaa ovat vielä rajallisemmat. Valtion taideteollisuustoimikunta onkin useaan otteeseen esittänyt uutta määrärahaa tähän tarkoitukseen. Suomen taiteen kansainvälisen aseman tukeminen ja aktiivinen edistäminen edellyttäisi myös eri hallinnonalojen yhteistyötä.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Design Forum. Toimintakertomus 1995.

Hautala, Kristina (1977) *Näyttämö-, tanssi- ja säveltaiteen sekä taideteollisuuden alalla toimivan taiteilijakunnan rakenne ja taloudellinen asema*. Valtion taidehallinnon julkaisuja nro 12. Helsinki: taiteen keskustoimikunta.

Heikkinen, Merja (1991) *Sillä välin toisaalla... Sarjakuvan kulttuuripoliittinen asema ja sarjakuvien tuotanto*. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja nro 12. Helsinki: VAPK-kustannus.

Heikkinen, Merja (1996) *Kuvien taitajat – taidepolitiikan marginaalit. Tutkimus graafisten suunnittelijoiden, kuvittajien ja sarjakuvantekijöiden asemasta*. Taiteen keskustoimikunnan julkaisuja nro 20. Helsinki: Edita.

Heikkinen, Merja (1998) A Borderline Case: Finnish Artist Policy and the Field of Applied Graphics. Teoksessa Heikkinen, M. & Koskinen, T. (eds.) *Economics of Artists and Arts Policy. Selection of Papers*. Research reports of the Arts Council of Finland no 22. Helsinki: The Arts Council of Finland.

Helkama, Iris (1996) Mistä valmistaja, nuoret suunnittelija kysyvät. *Helsingin Sanomat* 25.2.1996.

Irjala, Auli (1992): *A Minority in Music. Women as Professional Composers and Musicians*. Working Papers nr 17. Arts Council of Finland. Helsinki.

Karhunen, Paula (1996): *Kuvataiteen korkeakoulutus ja työmarkkinat. Selvitys Suomen Taideakatemian koulussa ja Kuvataideakatemiassa opiskelleiden työtilanteesta ja tyytyväisyydestä koulutukseen*. Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta no 16. Helsinki.

Karttunen, Sari (1994): *Taideteollinen korkeakoulutus ja työmarkkinat. Selvitys Taideteollista korkeakoulua käyneiden sijoittumisesta työelämään ja tyytyväisyydestä koulutukseen*. Taiteen keskustoimikunta. Tilastotietoa taiteesta no 10. Helsinki.

Kettunen, Ilkka (1996): Pitäisi saada hiukan naisiakin mukaan hommiin. *Muoto* 1/1996.

Koti-, käsi- ja taideteollisuustoimikunnan mietintö. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Komiteamietintö 1989:17. Helsinki.

Kälviäinen, Mirja (1996): *Esteettisiä käyttötuotteita ja henkisiä materiaali-teoksia. Hyvän tuotteen ammatillinen määrittely taidekäsityössä 1980-luvun Suomessa.* Jyväskylän yliopisto. Kuopio.

Käsiteollisuuden luonne, ongelmat ja toimenpide-ehdotuksia. Kauppa- ja teollisuusministeriön työryhmä- ja toimikuntaraportteja 23/1995.

Lääperi, Raija (1989): Koti- ja käsiteollisuus- sekä taidekäsityöyritykset — taloudellinen merkitys, ongelmat ja kehittäminen. Julkaisussa *Koti-, käsi- ja taideteollisuus-toimikunnan mietintö.* Kauppa- ja teollisuusministeriö. Komiteamietintö 1989:17. Helsinki.

Minkkinen, Virpi (1998) Taiteellinen työ ja apurahat. Tutkimus valtion apurahan saajista. Taiteen keskustoimikunta. Ilmestyy Tilastotietoa taiteesta -sarjassa (julkaisematon käsikirjoitus).

Poutanen, Veli-Matti (1994): Mikä muotoilee muotoilijaa - teollinen muotoilu ammattina. Teoksessa *Muotoilun tutkimus. Keskustelun avaus.* toim. Antti Ainamo & Päivi Tahkokallio. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja B 38. Helsinki.

Pulkkinen, Matti (1994): Tuoteinnovaatiot toimialan evoluutiokontekstissa. Teoksessa *Muotoilun tutkimus. Keskustelun avaus.* toim. Antti Ainamo & Päivi Tahkokallio. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja B 38. Helsinki.

Taidepolitiikan arviointityöryhmän raportti 1997. Taidetoimikuntajärjestelmän taiteilijatuki. 1998. Helsinki: taiteen keskustoimikunta.

Taideteollisen oppilaitoksen uudistustoimikunnan mietintö 1970

Taidetoimikunnat 1994. Taiteen keskustoimikunnan, valtion taidetoimikuntien ja läänin taidetoimikuntien toimintakertomukset vuodelta 1994. Mikkeli 1995.

Taidetoimikunnat 1995. Taiteen keskustoimikunnan, valtion taidetoimikuntien ja läänin taidetoimikuntien toimintakertomukset vuodelta 1995. Mikkeli 1996.

Painamattomat lähteet

Kalin, Kaj; Taideteollisuusmuseo, haastattelu 7.11.1996. Helsinki.

Leinonen, Eija; Länsi-Suomen muotoilukeskus MUOVA, puhelu 3.12.1996.

Leiviskä, Helena; Työ ja Taito ry, Helsingin käsiteollisuusyhdistys, puhelu 3.12.1996.

Rajakari, Sirpa; Näyttelyvaihtokeskus NÄKY, puhelu 13.12.1996.

Saarela, Pekka; *Kulttuurin tuotanto ja yritystoiminta*, alustus Vantaan täydennyskoulutuslaitoksen seminaarissa “Kulttuurin tulevaisuuden tekijät” 16.12.1996.

Stenros, Anne; Design Forum Finland, haastattelu 8.1.1997. Helsinki.

Valtion taideteollisuustoimikunnan toiminta- ja taloussuunnitelma 1997-2000.

Valtion taideteollisuustoimikunta. Pöytäkirjat, tulo- ja menoarvioesitykset, toiminta- ja taloussuunnitelmat ja kirjeenvaihto 1990-97. Taiteen keskustoimikunnan arkisto.

TAULUKKOLUETTELO

- Taulukko 1. Tutkimusjoukon jakautuminen alajärjestöihin ja naisten %-osuus (Ornamo)
- Taulukko 2. Tutkimusjoukon ikäjakauma sukupuolen mukaan (Ornamo)
- Taulukko 3. Tutkimusjoukon (N=276) ja ORNAMO:n jäsenistön (N=951) ikäjakaumat alajärjestön mukaan
- Taulukko 4. Tutkimusjoukon asuinalueet järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 5. Tutkimusjoukon tutkinnot oppilaitoksen ja järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 6. Työtilanne ja työsuhteen laatu järjestön ja sukupuolen mukaan (suluissa niiden %-osuus, jotka valitsivat vain yhden vaihtoehdon) (Ornamo)
- Taulukko 7. Pääasiallinen toimeentulon lähde järjestön ja sukupuolen mukaan (Ornamo)
- Taulukko 8. Tutkimusjoukon vuodelle 1995 haetut ja saadut apurahat (Ornamo)
- Taulukko 9. Kotimaiset ja ulkomaiset töiden esittelyt 5 vuoden aikana sukupuolen mukaan (Ornamo)
- Taulukko 10a. Kotimaiset töiden esittelyt 5 vuoden aikana järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 10b. Ulkomaiset töiden esittelyt 5 vuoden aikana järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 11. Näyttelyt viimeisen 5 vuoden aikana Suomessa ja ulkomailla (Ornamo)
- Taulukko 12. Näyttelyyn osallistumisen ja näyttelyn järjestämisen rahoitus (Ornamo)
- Taulukko 13. Ulkomaisen näyttelytoiminnan vaikeusaste sukupuolen ja järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 14. Ulkomaille suuntautuvien näyttelyiden / tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostustarve (Ornamo)
- Taulukko 15. Ulkomailla työskentely järjestön ja sukupuolen mukaan (Ornamo)

- Taulukko 16. Tuotteiden ja työpanoksen myynti ulkomaille (Ornamo)
- Taulukko 17. Tuotteita ja työpanoksen myynnin jakautuminen järjestön ja sukupuolen mukaan (Ornamo)
- Taulukko 18. Myyntimuoto ulkomaille järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 19a. Ulkomaan myynti ja markkinointi sukupuolen mukaan (Ornamo)
- Taulukko 19b. Ulkomaan myynti ja markkinointi järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 20. Tuotteiden ja suunnittelun ulkomaille myynnin vaikeusaste (Ornamo)
- Taulukko 21. Ulkomaan markkinoinnin pääasiallinen rahoituslähde (Ornamo)
- Taulukko 22. Mallisuojausten hakeminen järjestön mukaan (Ornamo)
- Taulukko 23. Työskentelytapa järjestöittäin (Ornamo)
- Taulukko 24. Tietotekniikan käyttö järjestön ja ikäryhmän mukaan (Ornamo)
- Taulukko 25. Teoksen tai tuotteen valmistaja järjestön mukaan % (Ornamo)
- Taulukko 26. Onko valmistajan löytäminen tuotteelle ollut helppoa vai vaikeaa, ikäryhmän mukaan (Ornamo)
- Taulukko 27. Valmistajan löytäminen tuotteelle järjestön ja sukupuolen mukaan % (Ornamo)
- Taulukko 28. Valmiiden sopimusmallien tarve järjestöittäin (Ornamo)
- Taulukko 29. Sukupuoli järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 30. Ikä sukupuolen ja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 31. Ikä järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 32. Perhesuhteet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 33. Asuinpaikka järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 34. Yleissivistävä koulutus sukupuolen ja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 35. Yleissivistävä koulutus iän ja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

- Taulukko 36. Ammattinimikkeet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 37. Ammatillinen koulutus järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 38. Taideteollisen alan tutkinto järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 39. Työsuhteet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 40. Pääasiallisen toimeentulonlähteen suhde koulutukseen järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 41. Työskentelytapa järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 42. Suunnitellun teoksen valmistaja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 43. Apurahojen hakeminen järjestöjäsenyyden, iän ja sukupuolen mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 44. Miksi ei ole hakenut apurahoja (Grafiat)
- Taulukko 45. Apurahoja vuodelle 1995 hakeneet ja saaneet järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 46. Haetut apurahat vuodelle 1995 järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 47. Tekijänoikeussuojan riittävyys järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 48. Töiden kotimaiset ja ulkomaiset esittelyt viimeisten viiden vuoden aikana järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 49. Yhteis- ja yksityisnäyttelyt koti- ja ulkomailla viimeisten viiden vuoden aikana järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 50. Kotimaisten ja ulkomaisten näyttelyiden pääasiallinen rahoituslähde järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 51. Ulkomaisten näyttelyiden järjestämisen helppous/vaikeus järjestöjäsenyyden mukaan (Grafiat ja Sarjakuvantekijät)

- Taulukko 52. Mieli-pide ulkomaille suuntautuvien näyttelyiden/tuote-esittelyjen tehostamistarpeesta järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 53. Työskentely ulkomailla järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 54. Töiden/tuotteiden ja työpanoksen markkinointi ja myynti ulkomaille järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 55. Ulkomaille markkinoinnin/myynnin hoitaja järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 56. Ulkomaisen toimeksiannon saantitapa järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 57. Ulkomaille tehdystä työstä maksetun korvauksen muoto järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 58. Ulkomaille markkinoinnin pääasiallinen rahoituslähde järjestöittäin (Grafia ja Sarjakuvantekijät)
- Taulukko 59. Ulkomaille suuntautuvan myynnin helppous/vaikeus järjestöjäsenyyden mukaan (Grafia ja Sarjakuvantekijät)

Merja Heikkinen - Auli Irjala

WORKING CONDITIONS AND INTERNATIONAL ACTIVITIES OF PROFESSIONALS IN DESIGN AND COMICS

Survey of the members of artists'
organisations in the fields of design and
comics

ENGLISH SUMMARY

The report is based on a survey conducted by the Research and Information Unit of the Arts Council of Finland at the request of the National Council for Crafts and Design. The Council for Crafts and Design was first and foremost interested in gathering information on the international activities of the field, such as exhibitions, marketing and working abroad. The survey also provided an opportunity to gain information about the different professions of this heterogeneous field and about their working conditions.

The survey is based on a questionnaire, which was sent to the members of professional organisations in the field covered by the National Council for Crafts and Design. These consist of the following organisations: Ornamo – the Finnish Association of Designers, Grafia – the association of graphic designers, and Sarjakuvantekijät - the association of comics artists. Ornamo is a federation of professional associations with the following member organisations: Fashion Designers, Interior Architects, Craftsmen, Textile Designers, Industrial Designers.

The questionnaire was mailed in 1996 to a sample of Ornamo members, and members of Grafia and Comics Artists. Response rates and research populations in each group are presented below.

	Ornamo (designers and craftsmen)	Grafia (graphic designers)	Comics Artists
Members	1110	618	63
Questionnaires sent	555	618	63
Questionnaires returned	296	300	50
Rejects	18	—	—
Response rate	54 %	49 %	79 %
Research population (N)	278	300	50

The artists in the fields of crafts and design proved to cover a wide range of different professional groups with a large variations in characteristics among these groups. Table 1 presents the proportion of women, young artists and artists living in the capital area within each main group. It should be borne in mind that the variation was also high according to sub-groups within each group.

Table 1. Proportion of women, persons under 35 years and persons living in the capital area according to membership in Ornamo, Grafia and Comics Artists.

	Ornamo	Grafia	Comics Artists
Women	71 %	53 %	18 %
Artists under 35 years	16 %	26 %	48 %
Artists in the capital area	61 %	62 %	52 %
N	278	300	50

The number of women was highest among the members of Ornamo. It varied strongly according to sub-groups, fashion and textile design being female-dominated areas, whereas industrial design was a strongly male-dominated area. The vast majority of comics artists were men. In comics, as in most art fields, the number of women has, however, been rising.

Comics artists are by far the youngest of the groups, considering both the average age of individuals and as a professional group. As an organised group it is still fairly recent in Finland, their professional association being founded in 1995.

Heavy concentration in the capital area and in Southern Finland is a feature typical to all artist groups in Finland, and designers and comics artists are no exception. Over half of them lived in the capital area, and all in all over 80 % in Southern Finland (including the capital area).

Another feature typical to Finnish artists in general is the importance of direct public support. Artists' grants have a central role in the earnings strategies of most artist groups. Designers, however, present exceptions to this rule. According to earlier studies, the significance of public support for the income of designers as a group is fairly low, and even their attitude towards public support differs from that of other artists. For many artists in the design professions, it is a matter of honour, and also a sign of professional competence, to be able to earn one's living without public support. Among other artists a public grant often affords the only opportunity to concentrate on art work, and a major grant is also often considered as a sign of artistic approval and quality.

Table 2 presents the proportion of those who had applied for and received personal grants in the main groups of the research population. Only a minority of graphic designers had ever applied for a grant, whereas most of the Ornamo members (with considerable variation according to subgroups) and almost all comics artists had applied at least some time. Considering a given year, only one tenth of graphic designers had received a grant for that year, compared to one fifth of Ornamo members and one quarter of comics artists. It is, however, worth noticing that Grafia members had the highest proportion of grant receivers among applicants. In all groups, almost every other of those who had applied, had also received some grant for that year.

Table 2. The proportion of persons who had applied for and received personal grants according to membership in Ornamo, Grafia and Comics Artists.

	Ornamo	Grafia	Comics Artists
Applied for a grant some time	80 %	42 %	94 %
Applied for a grant in 1995	41 %	18 %	54 %
Received a grant in 1995	21 %	10 %	26 %
Grant receivers % of applicants in 95	44 %	53 %	48 %
N	278	300	50

The respondents were asked several questions on their marketing activities abroad. Table 3 shows the proportion of those who had been active in marketing their work abroad in each of the main groups. There were considerable differences between different groups also in this respect. The vast majority of graphic designers had never tried marketing their products abroad, and the same applied to over half of Ornamo members, but only to one third of comics artists. About every other comics artist and Ornamo member had their works exhibited or displayed abroad. One half of comics artists had also succeeded in selling their work abroad.

Table 3. Exhibitions and marketing abroad according to membership in Ornamo, Grafia, and Comics Artists

	Ornamo	Grafia	Comics Artists
Exhibitions and other displays abroad	54 %	29 %	53 %
Has been working abroad	36 %	16 %	22 %
Has sold products abroad	38 %	23 %	51 %
Never tried marketing products abroad	56 %	75 %	31 %
N	278	300	50

Tables 4 and 5 present the main sources for financing exhibitions and marketing abroad. The main sources of financing exhibitions abroad were in most cases the organizer of the exhibition and own resources. Grants were a significant source for comics artists, and both Ornamo and Grafia members had in some cases other significant public support for their exhibitions (table 4).

Table 4. Financing of exhibitions abroad according to membership in Ornamo, Grafia, and Comics Artists

Main sources of finance*	Ornamo	Grafia	Comics Artist
Grants (public or private)	25 %	9 %	52 %
Other public support	26 %	22 %	—
Sponsor	6 %	11 %	13 %
Exhibition organizer	49 %	46 %	48 %
Private funding	10 %	2 %	4 %
Own resources	50 %	35 %	57 %
N	111	46	23

* possible to choose several alternatives

Public financing or grants proved to be a significant source for funding marketing abroad only in a very few cases (table 5). Most of the respondents had used their own resources for funding marketing efforts abroad. Graphic designers had also often relied on private funding, which in most cases meant financing by their employer.

Table 5. Financing of marketing abroad according to membership in Ornamo, Grafia, and Comics Artists

Main sources*	Ornamo	Grafia	Comics Artist
Grants (public or private)	7 %	3 %	10 %
Other public support	19 %	3 %	—
Sponsor	4 %	5 %	—
Private funding	19 %	42 %	19 %
Own resources	79 %	56 %	81 %
N	107	64	21

* possible to choose several alternatives

The respondents were asked whether they have experienced some difficulties in their attempts to market abroad, and about their opinions of the need to and means of developing and improving the marketing efforts. Most respondents considered it necessary to seek better and more effective marketing methods. Many of them pointed out that this calls for outside expertise, since the artist himself has neither the time and money nor the know-how to take care of marketing his work abroad.

Efficient promotion of Finnish crafts and design abroad requires co-operation between different authorities: Ministry of Education and Culture, Ministry of Foreign Affairs, Ministry of Trade and Industry, Ministry of Finance. This co-operation is often complicated by the heterogeneous nature of the field of crafts and design. The scale of production varies from an individual artist making unique works, through small-scale grafts, into design for industrial mass-production. This puts the producers often into difficult and ambiguous situations in relation to, e.g., taxation, often to the disadvantage of small-scale production. Another example of these complications is the difference in the support criteria of cultural policy (i.e. artistic quality) and industrial policy (i.e. economic feasibility).

The legislative task of the Arts Council and the nine national art form councils is defined as “the promotion of Finnish art”. The international dimension of this task has been given a high priority in the recent plans of action of the Arts Council. The policy measures currently available for promoting international activities are, however, rather limited. Finnish arts policy relies heavily on personal grants to artists and public support to arts institutions. There is very little room for project-oriented support. Excluding a modest amount of personal travel grants, the arts councils do not have specific appropriations directed towards promoting international activities.

The survey showed that there is a lot of interest in international exchange and marketing among the professionals of crafts and design. There are many, especially among the younger generation of artists, with a strong international orientation. There are several success stories, but also a large amount of unused potential. In its task of promoting this activity, the arts administration is in front of a challenge requiring also new types of policy measures.

**KYSELY ORNAMON, GRAFIAN, JA
SUOMEN SARJANKUVANTEKIJÄT ry:n JÄSENIILLE**

Merkitse rasti (x) sopivan vaihtoehdon kohdalle tai vastaa kirjallisesti.

TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli ()mies ()nainen
2. Syntymävuosi_____
3. Siviilisäätö ()naimaton ()naimisissa/avoliitossa ()eronnut
4. Lasten syntymävuodet_____
5. Nykyinen asuinkunta ja -lääni_____

6. Pohjakoulutus ()kansakoulu/kansalaiskoulu
 ()keskikoulu/peruskoulu
 ()ylioppilas
7. Ammatti_____
8. Järjestöjäsenyys ()Muotitaiteilijat MTO
 ()Sisustusarkkitehdit SIO
 ()Taidekäsiyöläiset TAIKO
 ()Tekstiilitaiteilijat TEXO
 ()Teolliset muotoilijat TKO
 ()Grafia
 ()Suomen sarjakuvantekijät

OPINNOT

9. Suomessa suoritettu taideteollisen alan tutkinto_____vuosi_____
10. Oppilaitos_____
11. Taideteollisen alan jatko-opinnot_____
12. Ulkomailta suoritettu taideteollisen alan tutkinto_____vuosi_____
13. Muun kuin taideteollisen alan tutkinto_____

TYÖTILANNE JA AMMATILLINEN TOIMINTA

14. Millä taideteollisuuden alalla / aloilla toimit (esim. keramiikka, tekstiili, teollinen muotoilu, sarjakuva, jne.)? _____

15. Mitä työtä teet? _____

16. Oletko kyselyhetkellä

palkansaaaja

freelancer

yrittäjä

apurahalla

työtön

muu (opiskelija, äitiys/isyysloma, armeija/siviilipalvelus, tai muu vastaava)

17. Jos sinulla on oma yritys, kuinka monta henkilöä **itsesi lisäksi** yrityksesi palveluksessa on?

18. Työtehtäväsi josta saat **pääasiallisen toimeentulosi**

koulutusta vastaava suunnittelu- tai taiteellinen työ

muu taideteollisen tai taiteellisen alan työ (esim. opettaja, kriitikko, hallinnolliset tehtävät)

alempaa koulutusta vaativa taideteollisen alan työ (esimerkki: teet puusepän töitä, vaikka sinulla on huonekalusuunnittelijan koulutus)

muu

APURAHAT

19. Oletko koskaan hakenut julkisia tai yksityisiä apurahoja?

kyllä

en, miksi? _____

Jos vastasit kysymykseen 19 kieltävästi, siirry kysymykseen 22.

20. Oletko hakenut vuodelle **1995** jotakin seuraavista apurahoista (voita valita useampia vaihtoehtoja)?

valtion taiteilija-apuraha (1, 3 vai 5 -vuotinen?) _____ vuotinen

valtion kohdeapuraha

taideteollisuuden laatutuki

taideteollisuuden näyttelytuki

valtion lastenkulttuuriapuraha

valtion matka-apuraha

kirjastokorvaus

läänin taidetoimikunnan apuraha

kunnan tai kaupungin apuraha

yksityisen säätiön tai rahaston apuraha

muu, mikä? _____

en ole hakenut apurahoja vuodelle 1995

21. Oletko saanut vuodelle 1995 hakemasi apurahan?

en

kyllä, minkä apurahan _____ suuruus _____ mk

TUOTTEIDEN ESITTELY JA NÄYTTELYTOIMINTA

22. Onko töitäsi ollut esillä viimeisen 5 vuoden aikana **kotimaisissa** taide- tai taideteollisuuden
() näyttelyissä
() messuilla
() tuote-esittelytilaisuuksissa
() kilpailuissa
() ei ole esitelty

23. Onko töitäsi ollut esillä viimeisen 5 vuoden aikana **ulkomaisissa** taide- tai taideteollisuuden
() näyttelyissä
() messuilla
() tuote-esittelytilaisuuksissa
() kilpailuissa
() ei ole esitelty

24. Oletko pitänyt viimeisen 5 vuoden aikana **yksityisnäyttelyä** Suomessa tai ulkomailla?
() en
() kyllä, montako? _____ missä maassa (maissa)? _____
-

25. Oletko osallistunut viimeisen 5 vuoden aikana **yhteisnäyttelyihin** Suomessa tai ulkomailla?
() en
() kyllä, moneenko? _____ missä maassa (maissa)? _____
-

Jos vastasit kysymyksiin 24 ja 25 kieltävästi, siirry kysymykseen 28.

26. Mikä on ollut näyttelyyn osallistumisen / näyttelyn järjestämisen **pääasiallinen rahoituslähde**
- a) kotimaassa () julkinen tai yksityinen apuraha (esim. taiteen keskustoimikunnan apuraha, yksityisen säätiön tai rahaston apuraha)
() muu julkinen tuki (esim. kauppa- ja teollisuusministeriön tuki)
() sponsorituki
() näyttelyn järjestäjän (galleria, museo, jne.) rahoitus
() yksityinen rahoitus
() oma rahoitus
- b) ulkomailla () julkinen tai yksityinen apuraha (esim. taiteen keskustoimikunnan apuraha, yksityisen säätiön tai rahaston apuraha)
() muu julkinen tuki (esim. kauppa- ja teollisuusministeriön, ulkoministeriön tai ulkomaankauppaliiton tuki)
() sponsorituki
() näyttelyn järjestäjän (galleria, museo, jne.) rahoitus
() yksityinen rahoitus
() oma rahoitus

27. Onko mielestäsi näyttelyn järjestäminen / näyttelyyn osallistuminen **ulkomailla**
() helppoa
() kohtalaisen helppoa
() vaikeaa
Miksi? _____
-

28. Olisiko mielestäsi Suomessa tarvetta **ulkomaille** suuntautuvien näyttelyjen / tuote-esittelyjen järjestelyjen tehostamiseen?

ei

kyllä, miten? _____

KANSAINVÄLINEN TOIMINTA JA ULKOMAAAN MARKKINOINTI

29. Oletko työskennellyt ulkomailla?

en

kyllä, missä maassa? (mainitse kolme viimeisintä)

_____ kesto (kk) _____

_____ kesto (kk) _____

_____ kesto (kk) _____

30. Oletko markkinoinut ja/tai myynyt **ulkomaille**

a) tuotteitasi

en, enkä ole edes yrittänyt

kyllä, olen markkinoinut, mutta en ole onnistunut myymään

kyllä, mihin maahan (maihiin)? _____

b) työpanostasi (esim. suunnittelua, konsultointia)

en, enkä ole edes yrittänyt

kyllä, olen markkinoinut, mutta en ole onnistunut myymään

kyllä, mihin maahan (maihiin)? _____

Jos vastasit kysymykseen 30 kieltävästi, siirry kysymykseen 39.

31. Missä muodossa olet onnistunut myymään tuotteitasi ulkomaille?

valmis tuote

malli / prototyyppi

suunnitelma / idea

32. Oletko tehnyt tilauksesta suunnittelutyötä ulkomaille?

en

kyllä, mihin maahan (maihiin) _____

33. Kuka on hoitanut tuotteidesi / työpanoksesi markkinoinnin ja/tai myynnin ulkomaille?

itse henkilökohtaisesti

oma yritys

yritys, jonka palveluksessa olen /olin

välittäjäorganisaatio

muu, kuka? _____

34. Kuinka sait ulkomaisen toimeksiannon?

sain tilauksen (minuun otettiin yhteyttä)

tarjosin suunnitelmaa (otin itse yhteyttä)

muu, mikä _____

35. Ulkomaille tehdystä työstä maksettiin
 tuntikorvaus
 kertakorvaus
 royalty
 muu, mikä _____

36. Onko **tuotteiden** myyminen ulkomaille ollut
 helppoa
 kohtalaisen helppoa
 vaikeaa
Miksi? _____

37. Onko **suunnittelun** myyminen ulkomaille ollut
 helppoa
 kohtalaisen helppoa
 vaikeaa
Miksi? _____

38. Mikä on ulkomaille suuntautuvan markkinoinnin **pääasiallinen rahoituslähde**?
 julkinen tai yksityinen apuraha (esim. taiteen keskustoimikunnan apuraha, yksityisen säätiön tai rahaston apuraha)
 muu julkinen tuki (esim. kauppa- ja teollisuusministeriön, ulkoministeriön tai ulkomaankauppaliiton tuki)
 yksityinen rahoitus
 sponsorituki
 oma rahoitus

39. Millä alueilla olisi mielestäsi tarvetta ulkomaille suuntautuvan viennin tehostamiseen (aseta kohdat tärkeysjärjestykseen numeroimalla ne 1-4)
____ näyttelyvienti
____ suunnitteluvienti
____ tuotteiden vienti
____ muu, mikä? _____

40. Millä tavoin edellä mainittuja vientitapoja voisi mielestäsi tehostaa?

TEKIJÄNOIKEUS JA MALLISUOJAUS

41. Oletko hakenut töillesi mallisuojausta?
 en
 kyllä hyödyllisyysmallisuojaaja
 patenttia
42. Minkälaisen suojan tekijänoikeus antaa töillesi?
 riittävän
 riittämättömän
 en tiedä

TYÖ- JA TUOTANTOPROSESSI

43. Työskenteletkö **taiteellisen työprosessin** osalta
 yksin
 ryhmässä
44. Käytätkö tietotekniikkaa hyväksesi työssäsi?
 en
 kyllä, missä työvaiheessa ja mitä ohjelmia & laitteita? _____
-

45. Kuka valmistaa suunnittelemasi teoksen / tuotteen?
 itse omin käsin
 verstaas, paja
 teollisuus
 julkinen laitos (esim. koulu, suojatyöpaikka)
 muu, mikä _____

46. Onko valmistaja useimmiten
 kotimainen
 ulkomainen

47. Onko valmistajan löytäminen ideallesi / suunnitelmallesi ollut
 helppoa
 kohtalaisen helppoa
 vaikeaa
Miksi? _____

48. Kuinka olet löytänyt valmistajan ideallesi / suunnitelmallesi / tuotteellesi?
- _____
- _____
- _____

49. Tarvitsetko valmiita sopimusmalleja (esim. toisenlaista kuin nyt käytät)?
 kyllä
 en

KIITOS VASTAUKSESTASI!!

