



LÄPINÄKYVÄ

eettiset arvot jalokivissä ja koruissa

Lahden Ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Taideteollisuuden suuntautumisvaihtoehto
Korumuotoilu
Opinnäytetyö AMK
Kevät 2015
Elsi Rauhala
Ohjaava opettaja Essi Pullinen
Kirjallisen työn ohjaaja Heli Kauhanen
Opponentti Saimi Joutsu

TIIVISTELMÄ

LÄPINÄKYVÄ

eettiset arvot jalokivissä ja koruissa

Lahden Ammattikorkeakoulu
Muotoilu- ja taideinstituutti
Muotoilun koulutusohjelma
Taideteollisuuden suuntautumisvaihtoehto
Korumuotoilun opinnäytetyö
71 sivua, 13 liitesivua
Kevät 2015

Elsi Rauhala

Opinnäytetyö luo katsauksen korualan eettisyyteen, pääpainona värijalokiviä koskevat kysymykset. Näkökulma eettisyyskysymyksissä painottuu yhteiskunnalliseen ja ekologiseen vastuullisuuteen. Aihetta lähestyttiin tutkimalla korualan toimia vastuullisuuden parantamiseksi, perehtymällä jalokivien tuotantoketjuun, sekä haastattelemalla suomalaisia kultaseppiä ja jalokivien maahantuojia tarkoituksena selvittää heidän ja heidän asiakkaidensa asenteita eettisyyskysymyksiä kohtaan. Tärkeänä teemana oli myös vastuullinen kuluttaminen. Osana opinnäytetyötä toteutettiin kuluttajakysely, jolla kartoitettiin kuluttajien asenteita ja huolia korujen eettisyyteen liittyen.

Eettisyyskysymykset ovat pinnalla ja opinnäytetyö osoittaa, että myös korujen eettisyys kiinnostaa yhä useampia korun ostajia. Korualan olisi siksi hyvä tarjota vaihtoehtoja myös näille kuluttajille. Tutkimuksellisen osan lisäksi opinnäytetyö käsittää kohderyhmälähtöisesti suunnitellun korumalliston.

Asiasanat: Eettisyys, jalokivet, korut, vastuullisuus, eettinen kulutus, läpinäkyvyys

ABSTRACT

TRANSPARENT

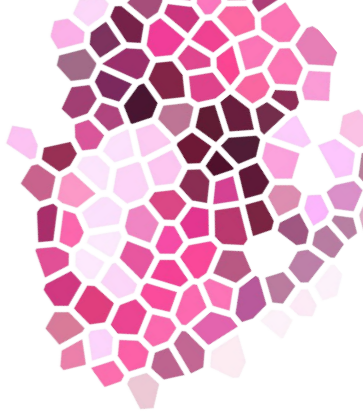
ethical values, gemstones and jewellery

Lahti University of Applied Sciences
Institute of Design and Fine Arts
Bachelor's Degree Program in Design
Jewellery Design
Bachelor's Thesis in Design
71 pages, 13 appendix pages
Spring 2015
Elsi Rauhala

This thesis studies the ethical aspects of the jewellery industry, with an emphasis on issues surrounding coloured gemstones. The ethical question is examined from the perspective of social and environmental sustainability. The subject was approached by investigating different ways in which the jewellery industry can become more ethical, examining the gemstone supply chain, and interviewing Finnish goldsmiths and gemstone importers with a view to determining their attitudes, and those of their customers, towards ethical considerations. Sustainable consumption was also an important theme. A consumer survey was undertaken to map out consumers' attitudes and worries connected to ethical aspects of jewellery.

Ethical questions are currently topical and this thesis points to the fact that the ethical facet of jewellery is becoming more interesting to growing numbers of consumers and the jewellery industry should react to this demand. The thesis also includes a jewellery collection designed for this target group.

Keywords: ethical jewellery, gemstones, ethical consumerism, transparency



SISÄLLYS

1 Johdanto	8	6 Kuluttajat ja korujen eettisyys	40
2 Eettinen kuluttaminen	10	6.1 Webropol-kysely	41
-LOHAS ja Guilt Free Consumption		6.2 Keitä korujen eettisyys kiinnostaa	42
uudenlaiset kulutustottumukset tarkastelun kohteena		6.3 LOHAS-kuluttajat ja korujen eettisyys	46
3 Eettisyys korualalla kansainvälisesti	14	6.4 Iän vaikutus mielipiteisiin korujen eettisyydestä	47
3.1 Katsaus korualan vastuullisuutta edistäviin järjestöihin ja hankkeisiin	15	6.5 Päätelmiä kyselyn tuloksista	48
3.2 Järjestöjen kohtaama kritiikki	18	6.6 Kyselyn vertaaminen aiempaan tutkimukseen aiheesta	49
3.3 Parempi tulevaisuus	19	6.7 Mitkä koruihin liittyvät eettiset seikat mietityttävät kuluttajia?	50
4 Värijalokivet	20	7 Korumalliston suunnittelu	52
-matka kaivokselta koruun		7.1 Kohderyhmä eettiselle korulle	53
4.1 Louhinta	22	7.2 Suunnittelu	54
4.2 Ongelmat kaivoksilla	23	7.3 Korujen valmistus	55
4.3 Jalokivien jatkokäsittely ja myynti	25	7.4 Eettisten jalokivien tilaaminen Ruotsista	56
4.4 Jalokivialan eettiset toimijat	27	7.5 Korumallisto	57
5 Eettisyys ja jalokivet Suomessa	30	8 Lopuksi	64
5.1 Suomalaisten kultaseppien haastattelut	31	8.1 Miten koruala hyötyisi läpinäkyvyyden lisäämisestä?	65
5.2 Jalokivien maahantuojien näkemyksiä	35	8.2 Opinnäytetyön herättämiä ajatuksia	68
		Lähteet	70
		Liitteet	72



1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni käsittelee koruihin liittyviä eettisiä kysymyksiä. Ensisijaisesti keskityn värijalokiviin. Aihe on osa suurempaa kokonaisuutta, joten sivuan korualan vastuullisuutta laajemminkin. Näkökulma eettisyyskysymyksissä painottuu yhteiskunnalliseen ja ekologiseen vastuullisuuteen. Tarkastelen aihetta myös vastuullisen kuluttamisen kannalta.

Tavoitteena oli tutkia värijalokivien tuotantoon liittyvien ongelmien laajuutta. Tietoisuuden lisääminen asiasta ja vaihtoehtojen löytäminen niin alan ihmisille kuin kuluttajillekin olivat tärkeitä lähtökoh-
tia. Halusin tietää, miten alan ihmiset suhtautuvat vastuullisuuskysymyksiin ja mitä kuluttajat ajattelevat korujen eettisyydestä.

Opinnäytetyön alussa pohjustan aihetta kertomalla vastuullisesta kuluttamisesta yleisesti. Tämän jälkeen kartoitan, millaisia järjestöjä ja hankkeita korualalla on liittyen vastuullisempien toimintatapojen edistämiseen. Käsittelem myös värijalokivien tuotantoa. Seuraavaksi käyn läpi kultaseppien ja korumuotoilijoiden haastatteluja, sekä jalokivien maahantuojien näkemyksiä aiheesta. Kuluttajakyselyn tulokset käyn läpi omassa kappaleessaan. Haastattelujen ja kyselyn pohjalta kartoitin mahdollista kohderyhmää eettisille koruille ja suunnittelin korumalliston. Korumalliston suunnittelussa taustalla olivat jalokivien kiderakenne ja läpinäkyvyys. Läpinäkyvyys on yksi jalokiven arvostettu ominaisuus. Läpinäkyvyys on myös juuri se asia, mitä toivoisin korualan hankintaketjuihin. Lopussa vielä summaan näkemyksiäni siitä, mitä hyötyä eettisyyteen panostamisesta olisi korualalle laajemmin ja korujen tekijöille.

Kiinnostus eettisyyskysymyksiä kohtaan on kasvanut viime vuosien aikana. Aihetta on käsitelty korujen osalta ainakin Henri Jokisen Aalto yliopiston

kauppakorkeakoulun pro gradu -tutkielmassa 2011 ja Ida Thompson Coonin korumuotoilun opinäytetyössä Lahden Muotoiluinstituutissa 2014. Vastuullista kuluttamista on käsitelty myös muissa yhteyksissä usein kaupallisen alan piirissä.

Mielestäni muotoilijalla on suuri vastuu siitä, mitä hän suunnittelee ja valmistaa. Muotoilijan on mahdollista toimia edelläkävijänä löytäen vaihtoehtoisia tapoja toimia. Itselläni vastuullisuusky-
symykset ovat osa elämäntapaa ja haluan toimia arvojeni pohjalta tulevassa ammatissani korumuotoilijana. Minulle on tärkeää, että luontoa ja ihmisiä on kunnioitettu käyttämieni raaka-aineiden tuottamisessa. Asian tärkeys minulle henkilökohtaisesti oli opinnäytetyön aiheen valinnan taustalla.



2 EETTINEN KULUTTAMINEN -LOHAS JA GUILT FREE CONSUMPTION, VASTUULLISET KULUTUSTOTTUMUKSET TARKASTELUN KOHTEENA

Ihmisiillä näyttää olevan enenevässä määrin kiinnostusta kuluttamiensa hyödykkeiden alkuperää kohtaan. Oli kyse sitten elintarvikkeista, vaatteista tai vaikka kosmetiikasta. Elintarvikkeissa trendi on näkynyt ehkä pisimpään. Kaupoissa on jo hyvin paljon mistä valita, jos haluaa reilumman tai puhtaamman vaihtoehdon. On Reilua kauppaa, luomua, lähiruokaa... Ruoan turvallisuudesta ja puhtaudesta käydään keskustelua. Ihmisiä myös kiinnostaa, mistä raaka-aineet tulevat ja kuka ne on kasvattanut. Suklaaplantaasien lapsityöstä on nuosut kohua (Frilander 2011.) Myös geenimuuntelu on saanut huomiota. Vaateteollisuudessa on luomupuuvillan suosio jonkin verran kasvanut. Viime vuosien aikana huomio on kiinnittynyt vaatetehtaisiin, esimerkiksi Bangladeshissa. Varsinkin tehtailla sattuneet tulipalot, joissa on kuollut satoja työntekijöitä, ovat saaneet ihmiset huolestumaan tehtaiden työoloista. Uutista on saanut lukea työntekijöiden huonosta kohtelusta, ylitöiden teettämisestä ja siitä, että palkka ei riitä elämiseen. Kuluttajat ovat alkaneet vaatia isoja vaatefirmoja, kuten H&M:ia parantamaan tapojaan. Koska kyseenalainen julkisuus ei ole koskaan toivottavaa, ovatkin yritykset ryhtyneet toimiin asioiden parantamiseksi. (Siegler 2012.) Alihankkijoilta on alettu vaatia työlainsäädännön parempaa noudattamista ja tehtaissa käydään enemmän tarkastuskäynneillä. Pikkuhiljaa tapahtuu muutoksia parempaan. (Kanniainen 2012.) Osa suuryritysten toiminnasta saattaa olla vain imagon kiillottamista ja varmasti hyödyllistä myös markkinoinnin näkökulmasta, mutta pääasia on, että on otettu askelia parempaa kohti.

Maailma muuttuu koko ajan pienemmäksi tiedonvälityksen ansioista. Tämän seurauksena kuluttajat ovat alkaneet vaatia yrityksiltä läpinäkyvämpiä toimintatapoja. Varmasti osittain tämän seurauksena yritykset ovat alkaneet julkaista nettisivuillaan

listoja tuotteiden valmistustehtaista tai alihankkijoista. Esimerkiksi Stockmann on julkaissut sellaisen ensimmäisenä toimijana Suomessa. Listattuna on Stockmannin muodin omien merkkien toimittajia. Stockmann kertoo nettisivullaan kattavasti myös muista toimistaan vastuullisuuden parantamiseksi. (Stockmann 2015.) Stockmannin jälkeen myös jotkut muut suomalaiset yritykset ovat julkaisseet kyseisiä listoja.

Kuluttajia on ollut tapana segmentoida kulutuskäyttäytymisen perusteella. Yksi kiinnostava ryhmä eettisen kuluttamisen kannalta ovat LOHAS-kuluttajat. Nimi tulee sanoista Lifestyles Of Health And Sustainability, suomeksi terveystietoiset ja vastuulliset elämäntavat -kuluttajaryhmä. LOHAS-kuluttajat ovat eettisyyttä ja ekologiaa ajattelevia ihmisiä. He pitävät huolta terveydestään ja hyvinvoinnistaan. Osa LOHAS-kuluttajista välittää oman hyvinvointinsa lisäksi myös maapallon tulevaisuudesta, mikä näkyy myös luomu-, lähiruoka- ja Reilun kaupan tuotteiden kuluttamisena. LOHAS-kuluttajat ovat arvoiltaan moderneja ja sisältäpäin ohjautuvia humanisteja. Heidän arvoihinsa lukeutuu myös yhteiskunnallinen oikeudenmukaisuus ja he toimivatkin usein järjestöissä ja verkostoituvat erilaisten ihmisten kanssa ja ovat aktiivisia sosiaalisessa mediassa tärkeäksi kokemiansa asioiden puolesta. LOHAS-kuluttajat ovat suhteellisen kulutusmyönteisiä ja arvostavat valinnoissaan laatua ja kestävyyttä, kauneuden ja visuaalisuuden ollessa myös erittäin tärkeässä osassa. He kokevat itsensä luoviksi, valinnoissa korostuvat omaperäisyys ja yksilöllisyys. LOHAS-kuluttajia kiinnostaa vaatetus ja kosmetiikka, mutta kerskakulutusta vastustetaan. (Tripod Research 2010.)

Uskon, että ainakin ryhmän arvot ovat pysyneet samoina, muutoksia on saattanut tulla näiden kuluttajien määrään. Vuonna 2010 LOHAS-kuluttajiin

kuului 34% suomalaisista. Naisista 39% ja miehistä 29%. Vain 10% suomalaisista oli anti-LOHAS, eli vastustivat LOHAS-ryhmän tärkeitä asioita. (Tripod Research 2010.) Aihetta ei ole sen jälkeen tutkittu yhtä laajasti Suomessa. Olisikin kiinnostavaa tietää, miten pitkään jatkunut ankea taloustilanne on vaikuttanut kuluttajien ostoskäyttäytymiseen. Useinhan eettiset ja laadukkaat tuotteet ovat jonkin verran kalliimpia, kuin muut. Voisi olettaa, että ainakin rahaa käytetään vähemmän kuin hyvän taloustilanteen aikana. On kuitenkin merkkejä siitä, että aina laadusta ei kuitenkaan luovuta, vaikka rahaa olisikin vähemmän käytössä. Esimerkiksi ruoan terveellisyydestä ei olla taantumakaan aikana luovuttu, vaikka hintaan kiinnitetäänkin enemmän huomiota (Leppiniemi 2014.)

Ruoan suhteen on ehkä hankala vähentää ostettavan ruoan määrää, joten jos jostain täytyy tinkiä, niin sen on oltava hinta. Muiden kulutushyödykkeiden suhteen asia on vähän erilainen. Olen huomannut puhuttavan aika paljon siitä, että ostetaan vähemmän, mutta parempaa laatua. Tällä tavalla rahaa varmasti jopa säästyy pidemmällä aikavälillä, koska ostetut tuotteet kestävät käytössä kauemmin. On merkkejä siitä, että juuri laatua arvostavat LOHAS-kuluttajat toimivat näin. Toivon, että tulevaisuudessa laadun arvostus hintaan nähden kasvaisi. Valitettavasti vallalla on jo jonkin aikaa ollut kertakäyttökulttuuri. Muoti vaihtuu nopeasti ja monilla on tarve seurata vaihtuvia trendejä. Vaatekaupoilta jää myös paljon vaatteita myymättä. Näin tuotetaan valtavia määriä roskaa ja luonnonvaroja tuhlaamaan.

Koska LOHAS-kuluttajat ovat valveutuneita kuluttajia, voisin kuvitella, että heitä kiinnostaisi myös koruihin liittyvät eettiset kysymykset. Heidän voisi olettaa olevan kiinnostuneita myös ostamaan eettisiä ja laadukkaita koruja. Opinnäytetyöhöni liittyen

tein kuluttajille suunnatun kyselyn, joka liittyi korujen eettisiin kysymyksiin. Halusin siinä myös jotenkin selvittää, pitääkö tämä oletukseni paikkaansa. Sen vuoksi sisällytin kyselyyn muutaman kysymyksen, joihin LOHAS-kuluttajat vastaisivat oletettavasti tietyllä tavalla. Lisää tästä aiheesta löytyy kappaaleesta, jossa kerron kuluttajakyselyn tuloksista tarkemmin.

Samoilla linjoilla LOHAS-käsitteen kanssa on Guilt Free Consumption (GFC). Suomeksi käänös voisi olla syyllisyydestä vapaa kuluttaminen. Pohjana käsitteelle on ihmisten tuntema syyllisyys siitä kuinka he kuluttavat ja mitä. Kuluttajat huomaavat olevansa ristiriitaisten tunteiden äärellä, kun haluavat ostaa jotain uutta, mutta samalla on tarve ”olla hyvä” ja ”tehdä oikein”. Jatkuvasti kuullaan lisää uutisia yritysten eettisesti arveluttavista tavoista. Silti halutaan yhä ostaa uusia tuotteita. Vastaus ristiriitaiseen ongelmaan löytyy tuotteista ja palveluista, joita voi ostaa tuntematta huonoa omaatuntoa. Kuluttajat ottavat selvää yritysten tavoista ja etsivät sosiaalisesti vastuullisia toimijoita. He haluavat ostopäätöksensä olevan hyväksi heille itselleen, yhteiskunnalle ja koko planeetalle. (Trendwatching 2013.) Tällaisia yleiseen hyvään pyrkiviä kuluttajia on noin kolmannes maailman kuluttajista. Tähän joukkoon kuuluvat pitävät shoppailusta, haluavat kuluttaa vastuullisesti ja haluavat käyttämiensä brändien tekevän parhaansa yhteiskunnan hyväksi. (BBMG, GlobeScan and SustainAbility 2013, Trendwatching sivuston mukaan.)

Huonoa omaatuntoa kuluttamisen suhteen tunnetaan monesta eri asiasta. Yksi näkökulma liittyy henkilöön itseensä, kuten syömämme ruoka. Onko se tarpeeksi terveellistä, onko siinä mahdollisesti jotain haitallista, lihottaako se jne.? Toinen syyllisyyden aiheuttaja liittyy yhteiskuntaan. Miten valinnat

vaikuttavat toisiin ihmisiin ja myös eläimiin? Syyllisyyttä tunnetaan myös kuluttamisen vaikutuksista ympäristöön ja koko planeettaan. Maailmalta löytyy jo monia esimerkkejä yrityksistä, jotka vastaavat näihin kysymyksiin. Edellä mainituilla osa-alueilla alkaa jo olla paljon vaihtoehtoja vastuullisempiin kulutusvalintoihin. Osalle yrityksistä se on vain yksi osa-alue toimintaa, vaikka tuotteen tai tuoteperheen muodossa. Osa yrityksistä taas toimii kyseisen syyllisyydestä vapauttavan filosofian mukaan kokonaisuudessaan. Synninpäästön tarjoaminen asiakkaalle on taloudellisestikin kannattavaa. Ihmisen halu tehdä hyvää ja oikein on perustavaa laatua oleva tarve. Asiakas tuntee itsensä hyväksi ihmiseksi ostaessaan vastuullisesti tuotettuja tuotteita.

”With every brand that shouts about not employing 9 year old child workers in Bangladesh, about not force-feeding poultry, whose products do not depend on tarry oil-fueled engines, consumer doubt towards those that keep quiet grows.” (Trendwatching 2013.)

Entä sitten tulevaisuus? Jos kuluttajien huomio eettisiin seikkoihin on viime aikoina lisääntynyt, mitä tapahtuu seuraavaksi? Voisi kuvitella saman suunnan jatkuvan. Luulen, että ihmiset tulevat jossain määrin vaatimaan yritysten toimintaan läpinäkyvyyttä, jos ne eivät sitä itse vapaaehtoisesti tee. Yritykset myös varmasti huomaavat toiminnan rehellisyyden ja vastuullisuuden hyvät puolet itsekkin. Ehkä tulevaisuudessa pystymme kuluttajina selvittämään yksinkertaisesti monien tuotteiden raaka-aine- ja valmistusketjut. Ehkä läpinäkyvyydestä tulee valtavirtaa. Kysyin asiasta Susanna Björklundilta, joka työkseen ennakoii tulevaisuutta. Hän uskoo, että ihmisten kiinnostus läpinäkyvyyttä kohtaan kasvaa tasaisesti. ”Eettisyyskysymykset ovat nousussa, vuosi vuodelta yhä enemmän, mutta

siitä on silti vielä pitkä matka valtavirtaan. Raha ratkaisee, edelleen ikävän paljon ostetaan halvalla, heti ja usein sen sijaan, että esimerkiksi säästettäisiin ja ostettaisiin vähemmän, harvemmin mutta parempaa.” Toisaalta hänen mielestään juuri korut ovat erilaisessa asemassa kuin esimerkiksi vaatteet, joihin edellinen enemmän pätee. Hän myös uskoo, että kuluttajien tietoisuus lisääntyy ja kuluttajat ovat koko ajan myös aktiivisempia. (Björklund 2015.)



3 EETTISYYS KORUALALLA KANSAINVÄLISESTI

3.1 KATSAUS KORUALAN VASTUULLISUUTTA EDISTÄVIIN JÄRJESTÖIHIN JA HANKKEISIIN

Monet järjestöt ovat ottaneet tehtäväkseen ajaa vastuullisempia ja eettisempiä käytäntöjä korualalla. Osalla järjestöistä eettisyyskysymykset ovat vain osa laajempaa toimintaa, osalla puolestaan ensisijainen toiminta-alue. Järjestöt saattavat edistää vain tiettyä asiaa tai kokonaisvaltaisemmin eettisiä tapoja toimia korualalla. Jotkut toimivat välittäjinä vastuullisten raaka-ainetuottajien ja korujen valmistajien välillä. Yleensä järjestöt ovat voittoa tavoittelemattomia. Erilaisia hankkeita vastuullisuuden lisäämiseen näyttää olevan hyvin monia. Suuri osa aloitteista vaikuttaa lähteneen liikkeelle korualan omasta halusta saada aikaan parannuksia, jotkut taas esimerkiksi kansalaisjärjestöjen piiristä ja osittain myös eri maiden hallitusten toimesta. Taustalla on ainakin osittain kuluttajien kasvava kiinnostus eettisiä kysymyksiä kohtaan, johon korualan on ollut pakko jollakin tavalla reagoida. Tässä kappaleessa esittelen joitakin näistä järjestöistä ja hankkeista eettisemmän koruteollisuuden puolesta.

CIBJO (the World Jewellery Confederation, Confédération Internationale de la Bijouterie, Joaillerie, Orfèvrerie des Diamants, Perles et Pierres) on koru-, jalometalli- ja jalokivialan kansainvälinen kattojärjestö. Se on toiminut vuodesta 1926 lähtien (aiemalta nimeltään BIBOA). Siihen kuuluu korualan kansallisia järjestöjä ympäri maailmaa. Myös Suomen Kultaseppien Liitto kuuluu siihen. CIBJOn tavoitteena on edistää korualan yhteistyötä ja

hyvinvointia kansainvälisesti. Järjestö käsittelee alaa koskevia kysymyksiä ja haasteita, päällimmäisenä on kuluttajien luottamuksen säilyttäminen korualaa ja koruja kohtaan. Kuluttajan luottamusta pyritään säilyttämään monin eri keinoin. CIBJO esimerkiksi puuttuu alan ongelmiin, kuten konfliktimintit ja -värijalokivet, rahanpesu, kyseenalaiset gemmologiset standardit, valheelliset pitoisuusleimat. Myös terveystarkastuksiin puututaan etenkin kaivoksilla ja tehtailla. Tarkastelussa ovat myös ympäristöongelmat ja työolot, etenkin lapsityövoiman käyttö. CIBJO on myös osa YK:n toimintaa: se toimii korualan virallisena äänenä YK:n talous- ja sosiaalineuvostossa. Liittyen yhteistyöhön YK:n kanssa CIBJO perusti vuonna 2008 World Jewellery Confederation Education Foundation (WJCEF) -nimisen hankkeen. Sen tarkoitus on rahoittaa ja hallinnoida koulutuksia, jotka liittyvät yritysten sosiaaliseen vastuuseen (Corporate Social Responsibility) koko korualalla kansainvälisesti. (CIBJO 2015.)

Suomen Kultaseppien Liitto on liittynyt CIBJO:hon äskettäin osana Pohjoismaiden yhteistä liittoumaa. Näin ollen CIBJO:n eettiset kannanotot pätevät myös Suomen Kultaseppien Liitossa. Kuulumalla CIBJO:hon Suomen Kultaseppien Liitolla on myös puolestaan vaikutusmahdollisuus. Ennen on vain voinut seurata keskustelua, nyt liitto voi myös ottaa osaa siihen.

Yksi suuri voittoa tavoittelematon järjestö on vuonna 2005 perustettu Responsible Jewellery Council (RJC). Sen päämaja on Englannissa, mutta jäseniä on ympäri maailmaa, yhteensä yli 500. Jäsenet toimivat koruteollisuuden eri osa-alueilla raaka-aineiden louhinnasta jälleenmyyntiin. Jäsenissä on paljon suuria yrityksiä ja tunnettuja merkkejä, kuten Cartier, Gucci, Van Cleef & Arpels ja Pandora. Responsible Jewellery Council on laatinut jäsenilleen Code of Practices -nimisen ohjeistuksen, jota näiden tulisi noudattaa. Säännöt koskevat timanttien, kullan ja platinametallien kauppaa. Se kattaa mm. yritysetiikan, ihmisoikeudet ja ympäristöasiat. (The Responsible Jewellery Council 2015a.) Värijalokiviin liittyvää ohjeistusta ei RJC:lla ole.

International Colored Gemstone Association (ICA) on kansainvälinen voittoa tavoittelematon jalokivialan järjestö. Järjestö on perustettu vuonna 1984 ja sillä on yli 600 jäsentä jalokivialan eri toimialueilta. Jäsenistöön kuuluu kaivosteollisuuden edustajia, kivien jatkokäsittelyyn erikoistuneita yrityksiä, välittäjiä, jälleenmyyjiä ja gemmologeja. Järjestö toimii jalokivialan edunvalvojana. Järjestö ajaa jalokivialan etuja kansainvälisesti ja haluaa kehittää alalle yhtenäisiä käytäntöjä. ICA tekee työtä sen eteen, että jalokivien tuntemus ja arvostus nousisi kansainvälisesti. Järjestö myös harjoittaa ja tukee värijalokiviin liittyvää tutkimusta ja julkaisee alan lehteä. ICA työskentelee alan kansallisten järjestöjen kanssa edistääkseen kansainvälistä yhteistyötä kaivosten, hiojien, välittäjien ja jälleenmyyjien välillä. Yksi järjestön tavoitteista on myös pitää yllä ja luoda alalle eettisiä standardeja. Eettiset ohjeet on julkaistu nimellä ICA Code of Ethics. Säännöissä puhutaan muun muassa ihmisoikeuksien kunnioittamisesta, turvallisista työympäristöistä, kansallisten ja kansainvälisten lakien noudattamisesta.

Sääntöjen mukaan lapsityövoiman käyttö on kiellettyä ja työstä on maksettava vähintään kansallinen minimipalkka. Etenkin niissä maissa, joissa jalokiviä louhitaan, järjestö osallistuu toimiin edistääkseen terveyttä ja koulutusta. (International Colored Gemstone Association 2015.)

Yksi esimerkki pienemmästä järjestöstä on voittoa tavoittelematon International Jeweltree Foundation. Se edistää pienimuotoista kaivostoimintaa harjoittavien kaivostyöläisten vapaata kansainvälistä kauppaa. Kaivostoiminta kattaa tällä hetkellä kullan, hopean, timantit ja värijalokivet. Kaivostoiminnan on oltava eettisesti kestäväällä pohjalla päätäkseen mukaan toimintaan. Kriteereihin kuuluvat ihmisoikeudet, ympäristöasiat ja läpinäkyvyyden vaatimus. Auditoinnin suorittaa riippumaton kolmas osapuoli. Järjestö toimii myös laajemmin edistääkseen läpinäkyvyyttä koruualalla. Jäseninä on koruuyrityksiä ja yksittäisiä kultaseppiä ja joitakin raaka-aineen jälleenmyyjiä ympäri maailmaa. Jäsenyys antaa mahdollisuuden ostaa vastuullisesti tuotettuja jalometalleja ja jalokiviä. Kaikki järjestön välittämät tuotteet ovat jäljitettäviä. Siksi kultasepän on mahdollista saada näistä raaka-aineista valmistetulle tuotteelle sertifiointi. (International Jeweltree Foundation 2015.)

Yksi tärkeä hanke värijalokivien eettisyyteen liittyvissä kysymyksissä on projekti, jonka on laittanut alulle YK:n alainen UNICRI (United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute) yhdessä ICA:n ja Vienna International Justice Institute:n kanssa. Projektissa on mukana toimijoita eri tahoilta; hallituksia, kaivostyöläisiä, tukkureita, korujen valmistajia, jälleenmyyjiä ja kansalaisjärjestöjä. Tavoitteena on luoda järjestelmä, jonka avulla voidaan jäljittää ja todentaa jalokivien alkuperä ja

myös luoda sertifiointisysteemi. Projekti on alkanut selvitystyöllä vuonna 2013. (UNICRI 2013.)

Lukuisia muitakin järjestöjä ja hankkeita on olemassa, jotka pyrkivät vastuullisempaan toimintaan koruualalla. Esimerkiksi Fair Jewellery Action (FJA) on korualan ihmisoikeuskysymyksiin ja ympäristöasioihin keskittyvä järjestö. Järjestön tavoitteena on edistää eettistä ja reilun kaupan periaatteita noudattavaa toimintaa koruualalla. Järjestö haluaa suunnata enemmän korualan taloudellisesta vauraudesta raaka-aineiden tuottajille. Järjestö myös kampanjoi kuluttajille eettisempien korujen puolesta. (Fair Jewellery Action 2015.) No Dirty Gold Campaign kampanjoi puolestaan ihmisoikeuksia ja ympäristöä kunnioittavan kullantuotannon puolesta. Kampanjoinnilla halutaan kouluttaa kuluttajia, kauppiaita ja valmistajia vastuuttoman kullankaivuun vaikutuksista ja kerätä tukijoita tavoitteena saada kaivosteollisuutta muuttamaan toimintaansa. (No Dirty Gold 2015.) Mainittujen lisäksi on vielä muitakin järjestöjä. Mielestäni se kertoo jotain siitä, että alalla on herätty tunnustamaan ongelmien olemassaolo ja halua asioiden parantamiseksi löytyy.



3.2 JÄRJESTÖJEN KOHTAAMA KRITIIKKI

Järjestöt saavat silloin tällöin myös kritiikkiä osakseen. Esimerkiksi Responsible Jewellery Council on joutunut kritiikin kohteeksi. On kyseenalaistettu, voiko sen toimintaan ja Code of Practices -ohjeistuksen noudattamiseen luottaa. Varsinkin ihmisoikeus- ja ympäristöasiat ovat olleet kriittisen tarkastelun kohteena. Joukko yhdistyksiä ja kansalaisjärjestöjä on syyttänyt sitä muun muassa puolueellisuudesta, koska johtoryhmä ja perustajajäsenet ovat kaikki koruteollisuuden parista. Järjestöä on kritisoitu esimerkiksi siitä, että se on sallinut toiminnan konfliktialueilla, ei ole vaatinut rajoituksia ilman tai veden saastumiselle, eikä ole ottanut tarpeeksi huomioon alkuperäiskansojen oikeuksia. (Henley 2013.) Näistä syytöksistä on kuitenkin jo useampi vuosi. Toivon mukaan epäkohtiin on tämän jälkeen puututtu järjestön sisällä. Tosin edelleen johtokuntaan kuuluu vain koruteollisuuden edustajia. Järjestöllä ei ole ohjeistusta värijalokiviin liittyen. Järjestön sisältä on tullut vaatimuksia sellaisen tekemiseen (The Responsible Jewellery Council 2015b).

RJC:hen kuuluu monia luksus-merkkejä, joista osa on ollut jäsenenä jo alusta lähtien. Silti monet eivät ole sillä tasolla toimintansa vastuullisuudessa, kuin Code of Practices -ohjeistuksessa vaaditaan. On selvää, että käytäntöjen muuttaminen vastuullisempaan suuntaan vie aikaa. Järjestö on kuitenkin perustettu jo vuonna 2005, joten luulisi, että aikaa asioiden järjestämiseen olisi ollut tarpeeksi. Jäsenillä on myös puutteita läpinäkyvyyden vaatimuksen toteuttamisessa. (Doyle & Bendel 2011.) Jäseniä on myös eronnut RJC:sta vastalauseena järjestön toimintatapoihin. Esimerkiksi Open Source Minerals erosi järjestöstä, koska ei pitänyt järjestön

toimintaa riittävän vastuullisena konfliktitimanttien suhteen. RJC:n tuki Kimberleyn prosessille Zimbabwelaisten timanttien markkinoille päästämiseksi ihmisoikeusloukkauksista huolimatta vaikuttaa ristiriitaiselta Code of Practices -ohjeistukseen verrattuna. (Marc Choyt 2010.)

Myös joidenkin muiden järjestöjen tai yritysten omia erilaisia sääntöjä ja ohjeistuksia on kritisoitu riittäväksi. Suuri osa säännöistä, joita järjestöjen jäsenten tulisi noudattaa ovat tosiasiaa aika pitkälti vain kansallisten ja kansainvälisten lakien noudattamista (Doyle & Bendel 2011). Sen vuoksi on mielestäni erityisen ongelmallista, jos niitäkään tavoitteita ei pystytä saavuttamaan. Myös Kimberleyn prosessi, jonka tarkoitus on varmistaa, että markkinoille ei päätyisi timantteja konfliktialueilta, on saanut negatiivista huomiota. Osittain kritisoidaan sitä, että sopimuksessa ei oteta huomioon muita seikkoja, kuten työoloja, palkkausta, lapsityövoiman käyttöä tai ihmisten oikeutta asuinalueisiinsa. Kimberleyn prosessi ei myöskään jäljitä yksittäisiä kiviä, vaan sertifiointi koskee raakatimanttieriä. Tämän jälkeen kiviä ei enää voida jäljittää. Kultasepälle päätyvästä hiotusta timantista on lähes mahdoton tietää, mistä maasta se on peräisin. Joskus hiottujen kivien sekaan saattaa päätyä myös kiviä sertifiointin ulkopuolelta. Kimberleyn prosessia on myös kritisoitu siitä, että se ei ole täysin onnistunut edes päätavoitteessaan. Markkinoille on sen toimesta päästetty timantteja esimerkiksi Zimbabwesta, jossa hallituksen joukot ovat toimineet väkivaltaisesti timanttikaivoksilla. (Rhode 2014.)

3.3 PAREMPI TULEVAISUUS

Kritiikistä huolimatta on tärkeää, että tällaisia järjestöjä ja hankkeita on olemassa. Ilman niitä positiivinen muutos olisi mahdotonta. Jos erilaisia parannuksiin tähtäviä hankkeita on näinkin paljon, on hyvin todennäköistä, että ongelmiin löydetään ratkaisuja pikkuhiljaa. Hankkeiden paljous varmasti auttaa saamaan eettisyysasioille enemmän huomiota, niin kuluttajien keskuudessa kuin alan sisälläkin. Suurten korualaa laajemmin kattavien järjestöjen toiminta vastuullisuuden parantamiseksi tarkoittaa, että myös yritykset, jotka eivät ehkä muuten ajattelisi eettisyyskysymyksiä, joutuvat niitä myös osaltaan miettimään. Järjestöjä tarvitaan, jotta olisi tahoja jotka pitävät huolen, että on olemassa yhteisiä pelisääntöjä ja myös niiden noudattamista valvotaan. Toivon, että järjestöt tekevät aktiivisesti töitä vastuullisempien toimintatapojen eteen, eivätkä tavoitteet jäisi vain kauniiden sanojen tasolle. Järjestöjen tavoitteet ovat erilaisia, mutta jos lopputuloksena on aidosti eettisemmin toimiva koruteollisuus, on se tärkeintä. Esimerkiksi jos järjestön päätavoite on kuluttajien luottamuksen säilyttäminen korualaan, kuten CIBJO:lla ja päämäärä saavutetaan eettisiä toimintatapoja noudattamalla, niin kaikki voitavat. Sen sijaan korualalle ei olisi pitkällä tähtäimellä kannattavaa, jos kuluttajien luottamus pyritäisiin säilyttämään epäkohtia piilottamalla.

Erilaisten järjestöjen ja hankkeiden suuri määrä on myös hieman hämmäntävää. Toimivatko kaikki järjestöt rehellisesti ja ovatko kaikki aidosti riippumattomia ja voiko erilaisiin järjestöjen omiin sertifiointeihin luottaa? Onko järjestö, jonka kaikki jäsenet ovat koruteollisuuden parista yhtä luotettava kuin riippumaton kansalaisjärjestö? Eettisempiä

toimintatapoja ajaviin järjestöihin kuulumisen on varmasti myös yrityksen markkinoinnin kannalta kannattavaa ja Code of Practices -tyylisiin säännöksiin vetoaminen on helppo vastaus korujen eettisyydestä kyseleville asiakkaille. Jos järjestön kriteerit eettisyydelle eivät kuitenkaan ole kovin korkeat, niin asia menee helposti viherpesun puolelle.

Korualalla on varmasti jatkuvasti enemmän toimijoita, joita eettisyys kiinnostaa. Uskon, että varsinkin nuoremman polven suunnittelijat ja tekijät haluavat enenevässä määrin tietää, mistä heidän käyttämänsä materiaalit tulevat. Tulevaisuus riippuu myös hyvin paljon näistä asiasta kiinnostuneista ihmisistä. Mitä enemmän raaka-aineiden toimittajilta kysellään alkuperästä ja eettisyydestä, sitä enemmän on heillä puolestaan painetta selvittää myymiensä tuotteiden taustoja. Tällä hetkellä maailmalla on jo olemassa Reilun kaupan sertifioitua kultaa ja hopeaa. Ehkä seuraava askel ovat Reilun kaupan sertifiodut timantit ja sen jälkeen jalokivet. On myös muita tapoja hankkia eettisin periaattein tuotettuja materiaaleja -Reilu kauppa on vain yksi tapa sertifioida. Reilu kauppa on siitä hyvä sertifiointijärjestelmä, että siihen luotetaan kansainvälisesti. Tällä hetkellä vastuu raaka-aineiden eettisyydestä lankeaa hyvin paljon kultasepille, ja omilla valinnoilla voi vaikuttaa. Mielestäni kultasepän pitäisi voida luottaa siihen, että raaka-aineet olisivat lähtökohtaisesti aina eettisiä. Sen takia olisi ehdotonta saada korualalle kattavia sopimuksia, joilla taattaisiin raaka-aine tuottajien vastuullisuus. Paras tilanne olisi sellainen, jossa Reilun kaupan kaltaisia erillisiä järjestelmiä ei enää tarvittaisi, koska eettiseen toimintaan olisi selkeät kaikkia koskevat säännöt.



4 VÄRIJALOKIVET -MATKA KAIVOKSELTA KORUUN

Värijalokivien hankintaketju on kultasepäalan läpinäkymättömin. Värijalokivien louhintaan ja kaupankäyntiin ei ole olemassa kaikkia koskevia sääntöjä, jotka ohjaisivat toimintaa liittyen niiden tuotantoon ja hankintaan. (Valerio & Oldershaw 2011.) Monilla tuottajamailla ei ole myöskään sääntöjä koskien vientiä ulkomaille (UNICRI 2015). Jalokiviala perustuu paljon luottamukseen osapuolten välillä. Jalokivikaivoksia on tuhansia, kuten on myös välittäjiäkin ja näin ollen myös toimintatavat vaihtelevat. Joukkoon mahtuu vastuullisiakin toimijoita. Nostan tässä kappaleessa esille niitä ongelmia, joita jalokiviteollisuuteen liittyy. On vaikea sanoa, kuinka laajasti ongelmat alaa koskevat, mutta jotain ongelmien laajuudesta mielestäni kertoo niiden lukuisten aloitteiden määrä, joilla ongelmiin pyritään puuttumaan niin korualan sisällä kuin myös kansalaisjärjestöjen ja hallitustenkin tasolla.

4.1 LOUHINTA

Värijalokivien kaivostoiminta on tyypillisesti käsiteollista ja pienimuotoista (artisanal small scale mining, ASM). Tämä eroaa suurimittaisesta kaivostoiminnasta siten, että moderni teknologia ja koneet puuttuvat lähes kokonaan. Sen sijaan pienimuotoinen kaivostoiminta on hyvin työvoimapanotteista ja monet ihmiset saavatkin siitä elantonsa. Työ tehdään pääosin käsin perinteisiä menetelmiä hyödyntäen. Usein jalokiviä etsitään alluviaalisista esiintymistä, johon kivet ovat kulkeutuneet, kuten jokisorasta tai mudasta ennemmin kuin kiinteästä kivistä tai kalliosta, jossa jalokivet ovat alunperin syntyneet. Myös tunneleita kaivetaan, mutta yleensä ei mennä niin syväälle kuin timantteja etsiessä. Pienimuotoinen kaivostoiminta on yleensä heikosti järjestäytyneitä ja joskus laitonta. Kaivokset sijaitsevat usein syrjäisillä paikoilla, joten toimintaa on hankala valvoa. Kaivoksilla työskentelevät ihmiset ovat yleensä köyhiä paikallisia, eikä heillä ole aina tarpeeksi tietoa löytämistään mineraaleista. Epärehelliset välittäjät saattavat käyttää tilannetta ja tietämättömyyttä hyväkseen. Osa kaivostyöläisistä työskentelee osan vuodesta esimerkiksi maatalouden parissa. Jotkut työskentelevät palkattuna, jotkut itsenäisesti. (Valerio & Oldershaw 2011.) 80% värijalokivistä louhitaan pienimuotoisilla kaivoksilla. Kaivoksista 90% sijaitsee kehittyvissä tai kehitysmaissa. (UNICRI 2015.)

Timantit ja kulta tulevat markkinoille pääosin suurimittaisesta kaivostoiminnasta. Tyypillisesti suurimittaisesta kaivostoimintaa harjoittaa monikansallinen yhtiö, joskus maan hallitus. Timanttien kauppaa valvotaan Kimberleyn prosessilla, jonka

tarkoituksena on taata, että timantteja ei pääse markkinoille konfliktialueilta. Tosin tälläkin sopimuksella on heikkoutensa... Se osa värijalokivistä, joka tulee suurimittaisesta kaivostoiminnasta, käsittelee lähinnä vain safiireja, rubiineja ja smaragdeja, koska niillä on eniten kaupallista arvoa. (Valerio & Oldershaw 2011.)

Arvokkailla jalokivillä käytävästä kaupasta hyötävät yleensä enemmän länsimaalaiset välittäjät ja jälleenmyyjät, kuin lähtömaa. Kaivoksilta jalokivet kulkevat pitkän matkan ennen kuin päätyvät kuluttajille koruissa. Matkan varrella on monta kohtaa, joissa löytyisi parannettavaa nykyisiin toimintamalleihin verrattuna. Ongelmia liittyy niin kaivostoimintaan, kivien jatkokäsittelyyn kuin myös kaupankäyntiin.

4.2 ONGELMAT KAIVOKSILLA

Jalokivien kaivostoiminta vaikuttaa yksilöihin, yhteisöihin ja ympäristöön. Yksilötasolla huolenaiheena ovat puutteet työturvallisuudessa ja ihmisoikeuksien kunnioittamisessa. Työolot voivat olla vaarallisia, suojarusteita ei välttämättä ole. Joskus on puutetta puhtaasta juomavedestä ja lämpötilat saattavat kohota hyvin korkeiksi. Joskus kaivoksilla olevat tunnelit romahtavat ja työntekijät loukkaantuvat tai pahimmassa tapauksessa kuolevat. Lapsityövoiman käyttö ja velkaorjuus ovat myös läsnä kaivosteollisuudessa. Huonon hygienian ja seisovan veden seurauksena taudit, kuten kolera saattavat levitä kaivosalueella. (Valerio & Oldershaw 2011.)

”It was a horrendous parade of child and indentured labour and gender exploitation in a 110 degrees fahrenheit of heat with no clean water. Hell is a real place. It was worse than a trip through Dante’s inferno.” Näin Greg Valerio kuvailee vierailuaan granaattikaivoksella Intiassa Jaipurin ulkopuolella. (Wills 2013.)

Yhteisötasolla kaivostoiminta vaikuttaa esimerkiksi alkuperäiskansojen oikeuksiin. Kaivosalue saatetaan vallata ilman, että alueen asukkaita kuullaan asiasta. Alueen asukkaat myös siirretään joissain tapauksissa muualle. Näin on käynyt esimerkiksi Tansaniassa tansaniitin ja Grönlannissa rubiinien kanssa. (Valerio & Oldershaw 2011.)

Kaivostoiminta jättää jälkensä myös luontoon. Ajan kuluessa valtavia alueita maata saatetaan kaivaa paljaaksi kasvillisuudesta, jonka jälkeen maankäyttö muuhun tarkoitukseen on mahdotonta. Maaperään jääneet syvät kuopat tai käytöstä poistetut tunnelit

ovat riskitekijöitä. Joskus myös jokia padotaan tai uomia siirretään. Metsien hävittäminen, eroosio ja jokien saastuminen voivat olla kaivostoiminnan seurauksia, joista alue kärsii vielä pitkään kaivostoiminnan loputtuakin. Joissa virtaava saastunut vesi voi myös hankaloittaa kylien elämää alajuoksulla.

Kaivostoiminnalla on joissain tapauksissa myös poliittinen ulottuvuus. Jalokivien laittomalla kaupalla on rahoitettu sotaa ja muita aseellisia konflikteja. (Valerio & Oldershaw 2011.) Siitä johtuu termi veritimantti tai konfliktitimantti. Jalokivien, pääasiassa rubiinien, myynnillä on myös rahoitettu sotilasjuntan toimintaa Myanmarissa (entinen Burma), jossa ihmisoikeusloukkaukset ovat olleet arkipäivää. Suurin osa Myanmarin jalokivikaivoksista on ollut sotilasjuntan omistuksessa (Dickinson DeLeon 2007). Tämän vuoksi myanmarilaisia rubiineja ja jadeiittia on koskenut Yhdysvaltojen asettama pitkään 2000-luvulla jatkunut maahantuontikielto. (Bates 2013.)

Varsinkin pienimuotoista kaivostoimintaa on mahdollista harjoittaa myös kestävästi. Maa-alueet, joilta kaivostoiminta on siirtynyt eteenpäin voidaan peittää uudestaan ja näin maata voidaan taas käyttää muuhun tarkoitukseen. Myös esimerkiksi veden käsittely voidaan kaivosalueilla järjestää niin, etteivät joet likaannu. Värijalokivien kaivostoiminnasta päättyy luontoon vähemmän kemikaaleja kuin kullankaivuusta, koska kemikaalien käyttö on vähäisempää. Jos kaivostoimintaa johdetaan järkevästi ja työntekijöitä koulutetaan ja työturvallisuudesta pidetään huolta, on pienimuotoisen

kaivostoiminnan mahdollista olla hyvin vähän ympäristöä kuormittavaa. Jos kaivostyöläisten oikeuksista pidetään huolta ja heitä koulutetaan paremmin arvioimaan löytämänsä mineraalit ja niiden arvo, voi jalokivien kaivostoiminta tuoda pysyvää vaurautta ja hyvinvointia yhteisöön.



4.3 JATKOKÄSITTELY JA MYYNTI

Kaivoksilta raakakivet siirtyvät yleensä välittäjien kautta lajiteltavaksi ja hiottavaksi. Kivet saatetaan viedä hiottavaksi toiseen maahan. Suurin osa jalokivistä hiotaan Intiassa ja Kiinassa. (Valerio & Oldershaw 2011). Jalokivet voivat helposti vaihtaa maata ilman minkäänlaisia todistuksia, koska lakeja ja määräyksiä ei juuri ole. Koska todistuksia ja läpinäkyvyyttä ei vaadita, usein lähtömaalta jää esimerkiksi veroja saamatta jalokivien myynnistä. Kiviä myös salakuljetetaan maasta toiseen. (UNICRI.)

Valitettavan usein myös jalokivien hiontavaiheeseen liittyy ongelmia. Työolot ja palkkaus saattavat olla huonot ja myös lapsityövoimaa käytetään. Työ on pitkälti käsityötä ja pienet sormet ja tarkat silmät ovat näppärät pienten kivien hionnassa. Hiontapöly altistaa sairauksille ja onnettomuuksia tapahtuu ahtaissa työtiloissa. Intiassa on 2000-luvulla saatu vähennettyä lapsityövoiman käyttöä ainakin timanttien hionnassa. Osasyynä on uuden teknologian käyttöönotto. (Hussain 2009.)

Hionnan jälkeen jalokivet myydään taas eteenpäin. Tässä vaiheessa niitä saatetaan myydä muun maailmansina, kuin mitä ne oikeasti ovat. Joskus tarkoituksena on lisätä kiven arvoa, joskus alkuperä halutaan salata esimerkiksi lähtömaan konfliktien vuoksi.

Löysin aiheeseen liittyvän artikkelin Maclean's verkkojulkaisusta (kanadalainen ajankohtaisiin aiheisiin keskittyvä sivusto/lehti). Artikkelin mukaan Afganistanissa kaivettuja rubiineja kulkeutuu Pakistaniin hiottavaksi ja sieltä myyntiin Bangkokiin Thaimaaseen, jossa ne saatetaan myydä myanmarilaisina (eli

burmalaisina). Myanmarilaisia rubiineja arvostetaan huomattavasti enemmän ja näin niistä voidaan pyytää suurempi hinta. Afganistanista myös kaivetaan smaragdeja, joita salakuljetetaan Kolumbiaan. Siellä ne myydään kolumbialaisina, koska kolumbialaiset smaragdit ovat arvostetumpia. Afganistanin ja Pakistanin rajalla valvonta on vähäistä ja lahjukset yleisiä. Raakakivet, kuten myös hiotut, vaihtavat maata helposti. Lähes kaikki kauppa tehdään käteisellä, kuitteja ei kirjoitella. Afganistanissa kaivostoimintaa tapahtuu paljon Talebanin hallitsemilla alueilla. Kaivosalueilla asuvat ovat kertoneet, että sotilaalliset joukot ottavat jalokivien myynnistä 10%. Pakistanin Namak Mandissa (historiallinen jalokivien välityspaikka) levottomuuksien takia lailliset kanavat myydä jalokiviä ovat vähentyneet, koska ostajat eivät uskalla tulla alueelle. Sen sijaan kiviä myydään rahanpesijöille, huumeiden salakuljettajille ja terroristijärjestöille. Jalokivet on helppo kuljettaa maasta toiseen ja vaihtaa taas rahaksi. (Khan 2014.)

Tämän kaltainen toiminta ei rajoitu vain kyseiselle alueelle. Asia on huomioitu myös rahanpesua käsittelevässä tutkimuksessa vuodelta 2004. Siinä todettiin, että jalokivet täyttävät rahanpesun perusedellytykset: huomattavia summia hankalasti käsiteltävää käteistä rahaa voidaan helposti vaihtaa huomioita herättämättömään tavarahan (jalokiveen), joka voidaan taas vaihtaa käteiseksi missäpäin maailmaa vain. Valtioiden asetukset eivät myöskään yleensä koske jalokiviä tai koruja. Niitä voi ostaa kauppoista eikä mikään estä niiden kuljetamista maasta toiseen. (Nathanson Centre on Transnational Human Rights, Crime and Security at York

University's Osgoode Hall Khan:in 2014 mukaan.)

Yksi välivaihe jalokiven matkalla kaivokselta koruun on jalokivien käsittely erilaisin menetelmin. Käsitteilyjä tehdään yleensä heikompilaatusille jalokiville. Eri toimenpiteillä parannetaan kiven ulkonäköä tai tehdään siitä muuten soveltuvampi korukäyttöön, esimerkiksi kestävämpi. Käsitteilyt ovat yleisiä ja sallittuja, kunhan niistä ilmoitetaan asianmukaisella tavalla. Valitettavasti joskus käsiteltyjä jalokiviä myydään eteenpäin valheellisesti käsittelemättöminä tai muina jalokivinä. Tämä on myös yksi osa-alue, jossa koruala hyötyisi jalokivikaupan läpinäkyvyyden lisäämisestä ja kivien jäljitettävyydestä, sillä huijareiden toiminta vaikeutuisi huomattavasti.

Jalokivien hintojen nousu on vaikuttanut siihen, että jalokivien kauppaan liittyviin laittomuuksiin kiinnitetään enemmän huomioita. Kehitteillä on hankkeita, joiden avulla toivotaan saavan ongelmia kuriin. Esimerkiksi YK:n alainen järjestö Unicri (United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute) on aloittanut selvitystyön yhdessä ICA:n (The International Colored Gemstone Association) ja Vienna International Justice Institute:n kanssa. Pyrkimyksenä on luoda järjestelmä, jonka avulla voidaan jäljittää ja sertifioida värijalokivien eettinen alkuperä. Projektin on alkanut vuonna 2013. (UNICRI.)

Tällä hetkellä on lukuisten muidenkin tahojen toimesta pantu liikkeelle monia aloitteita, joilla ongelmiin pyritään puuttumaan. Korualalla on ”herätty” tiedostamaan ja myöntämään jalokivien tuotantoon liittyvien ongelmien olemassaolo. On hyvä huomata, kuinka paljon näitä aloitteita on. Jos eri yhdistysten tietoihin on luottaminen, on hyvin todennäköistä, että ainakin suurin osa koruihin

päätyvistä jalokivistä on tulevaisuudessa kestäväällä eettisellä pohjalla. Kerron lisää korualan järjestöjen toiminnasta kappaleessa Eettisyys korualalla kansainvälisesti.

4.4 JALOKIVIALAN EETTISET TOIMIJAT

Jalokiviteollisuudesta löytyy muunkinlaisia toimintatapoja. Jotkut jalokivialan toimijat ovat ottaneet pääperiaatteekseen saattaa markkinoille vastuullisesti tuotettuja jalokiviä, joiden alkuperä on selvillä. Esimerkkinä kerron muutamasta yrityksestä, jotka pyrkiivät toimimaan mahdollisimman eettisesti.

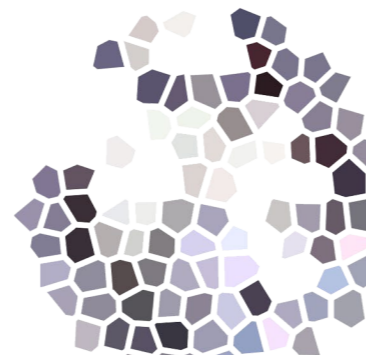
Yksi näistä on värijalokiviin erikoistunut yhdysvaltalainen Colombia Gemhouse. Yrityksellä on yhteyksiä reilun kaupan periaatteita noudattaviin jalokivikaivoksiin eri maissa. Yrityksen toiminta kattaa jalokiven koko matkan kaivokselta valmiiseen koruun tytäryhtiönsä Trigem Designs:in kautta, mutta ennen kaikkea Colombia Gemhouse on jalokivien jälleenmyyjä. Jalokivet hiotaan pääosin Kiinassa Columbia Gemhousin omassa tehtaassa. Hionta on huippulaatua ja kivenhioijat saavat työstään hyvää palkkaa (kolme kertaa minimipalkka) ja muita etuuksia. Myynnissä on hyvin kattava valikoima jalokiviä, edullisemmista huippukalliisiin. (Columbia gemhouse 2015.)

Colombia Gemhousella on Pohjoismaiden edustaja Ruotsissa, AA Ädelstenar. Edustaja kertoi sähköpostitse, että postitus Suomeen onnistuu. Jalokivet ovat parasta laatua hionnaltaan ja väritään. Myynnissä on laaja valikoima jalokiviä. Yritys myy myös eettisiä timantteja (Inspira Diamonds, Australia). Edustajan mukaan hinnat eivät yleensä ole kalliimpia kuin samantasoisten kivien hinnat ovat tavallisesti, joskus hinta on noin 15% kalliimpi. Myynnissä olevista jalokivistä ei ole nettisivulla kovin kattavasti kuvia, mutta lisää kuvia on esimerkiksi yrityksen Facebook-sivulla ja Colombia Gemhousen

nettisivulla. Ulkomaisille asiakkaille voidaan myös lähettää valokuvia sähköpostilla. Kysyin edustajalta, tuleeko kivien mukana jonkinlainen todistus ja hän kertoi, että suuremmat kuin 0,15ct timantit tulevat sertifikaatin kanssa, kuten myös suosittummat värijalokivet, muuten todistukset tulevat liian kalliiksi. (Antonucci 2015.)

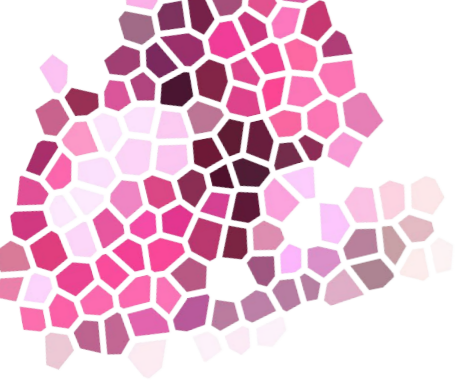
Mielestäni mainitsemisen arvoinen on myös brittiläinen värijalokiviin erikoistunut Nineteen48. Idea yrityksen perustamiseen tuli halusta tukea Sri Lankaa hyväntekeväisyyden muodossa. Hyväntekeväisyyttä haluttiin toteuttaa jollakin muulla kuin perinteisellä tavalla niin, että se toisi pysyvää hyötyä alueen ihmisille. Näin perustaja päätyi ratkaisuun, jossa jalokivien kaivostoiminta ja myyminen olisivat varojen keruun lähtökohtana. Yritys myy korkealaatuisia srilankalaisia jalokiviä. Se omistaa osan kaivoksista ja sillä on myös yhteistyökaivoksia. Kaikki kaivokset toimivat eettisten periaatteiden mukaan. Työntekijöitä kohdellaan hyvin ja ympäristöasiat otetaan huomioon. Myös kivien jatkokäsittelyssä toimitaan vastuullisesti. Jalokivien jäljitettävyyden on yritykselle ensisijaisen tärkeää. Yrityksen nettisivulla on nähtävissä kohtalaisen laaja valikoima myytäviä jalokiviä. Erytystä on se, että yrityksen tuotoista menee 25% hyväntekeväisyysprojekteihin Sri Lankassa. (Nineteen48 2015.)

Gemfields on myös eettisin periaattein toimiva jalokivien kaivostoimintaan erikoistunut yritys. Se on monikansallinen yritys, jonka pääkonttori on Lontoossa. Gemfields on suurin eettisesti tuotettuihin värijalokiviin erikoistunut yritys. Pääperiaatteenaan



yritys korostaa jalokivien jäljitettävyyttä. Gemfields omistaa suuria jalokivikaivoksia Sambiassa ja Mosambikissa. Päätuotteita ovat korkealaatuiset smaragdit, rubiinit ja ametistit. Louhitut ja lajitellut raakakivet yritys myy huutokaupoissa. Suoraa hiottujen jalokivien myyntiä yrityksellä ei ole. (Gemfields 2015.)





5 EETTISYYS JA JALOKIVET SUOMESSA

5.1 SUOMALAISTEN KULTASEPPIEN HAASTATTELUT

Haastattelin suomalaisia kultaseppiä ja korumuotoilijoita jalokivien ja korujen eettisyyteen liittyvistä asioista. Aluksi tarkoitukseni oli haastatella vain jalokivikoruihin erikoistuneita seppiä, mutta en saanut tarpeeksi vastauksia haastattelupyyntöihini, joten laajensin myös sellaisten tekijöiden puolelle, jotka käyttävät värillisiä jalokiviä harvemmin. Kysymyksiini vastasi yhteensä kahdeksan kultaseppiä ja korumuotoilijaa. Joukossa oli muutama erityisen paljon värijalokiviä käyttävä kultaseppi, mutta suurimmalla osalla värijalokivien käyttö oli vähäistä timantteihin verrattuna. Kysymykset painottuivat koskemaan etenkin värijalokiviin liittyviä asioita, mutta osa kysymyksistä koski myös muita koruissa käytettäviä materiaaleja. Kysymyksillä halusin muun muassa selvittää, miten paljon kultasepät tietävät käyttämiensä jalokivien alkuperästä, mihin tieto perustuu ja onko nykyinen toimintatapa heidän mielestään hyvä. Halusin myös selvittää, ovatko heidän asiakkaansa kiinnostuneita korujen eettisyydestä ja onko asiakkaiden kiinnostuksessa aiheeseen tapahtunut muutoksia heidän uransa aikana. Toteutin haastattelut sähköpostilla ja käsittelen vastaukset tässä yhteenvedossa nimettöminä. Kysymykset ovat liitteenä.

Vastauksissa tuli monesti esille samoja asioita, riippumatta siitä, kuinka kauan kultasepät olivat alalla olleet (aika vaihteli 2,5-44 vuoden välillä). Yksi yhdistävä tekijä oli luottamus kivien jälleenmyyjään. Haastateltavat korostivat usein ostavansa jalokiviä vain luotettavilta myyjiltä. Suurimmalla osalla on kaksi tai kolme paikkaa, josta he ostavat lähes kaikki käyttämänsä kivet. Joillakin oli laajempi verkosto

kivien jälleenmyyjä Suomessa ja ulkomailla. Jos jalokivien myyjä vaikuttaa epäluotettavalta, häneltä ei osteta jalokiviä. Käyttämistään värijalokivistä kultasepät yleensä tietävät alkuperämaan, timanteissa alkuperämaa ei välttämättä ole kivimyyjänkään tiedossa. Koska myyjään luotetaan, ei ole syytä epäillä kivien alkuperää. Alkuperätiedot rajoittuivat oikeastaan vain alkuperämaahan. Tarvetta tarkempiin tietoihin ei ole juuri ollut. Jotkut vastaajista tosin sanoivat, että tarkemman alkuperän selvittäminen olisi hankalaa. Jotkut tuntuivat tietävän enemmän kivien alkuperään liittyvistä mahdollisista ongelmista kuin toiset. Ylipäättänsä moni haastatelluista oli hyvin luottavainen varsinkin Suomessa myytäviin raaka-aineisiin jalokivet mukaan lukien. Usein myös mainittiin eettisinä seikkoina kullan suuri kierrätyspitoisuus, kuten myös korun valmistus Suomessa käsityönä.

”Suomessa kultasepän on vaikea edes löytää ”epärehällisesti” tuotettuja materiaaleja. Se ei siis koidu ongelmaksi.” -lainaus haastattelusta. Kysyttäessä ”Mitä asioita otat huomioon jalokiviä ostessasi?” ensisijaisia asioita kiven valintaan liittyen olivat odotetusti lähes kaikilla kiven laatu, väri ja aitous. Monesti mainittiin myös, että kiven on oltava asiakkaan toiveiden mukainen. Osa mainitsi hinnan valintaan vaikuttavana tekijänä. Yksi vastaaja kertoi ottavansa huomioon kiven alkuperän. Kysymykseen ”Onko jonkinlainen tieto jalokiven alkuperästä vaikuttanut päätökseesi jättää kivi ostamatta? Jos on, millainen?” lähes kaikki vastasivat, että sellaista tietoa ei ole tullut eteen. Yksi vastaaja mainitsi tässä yhteydessä, että epämääräisiltä liikkeeseen tulevalta kivikaupustelijoilta hän ei ole ostanut kiviä,

koska kivien alkuperästä ei ole ollut tarkkaa tietoa ja kivet olivat heikkolaatuisia. Myös toinen vastaaja mainitsi, että yleensä ongelmat ovat liittyneet kiven laatuun ja käsittelyyn.

Yksi asia, joka tuli myös esille lähes kaikista haastatteluista oli se, että monen haastatellun mielestä asiakkaat kyselevät eettisyysasioista nykyään enemmän kuin ennen. Vain kaksi kultaseppää eivät olleet huomanneet muutosta asiakkaiden suhtautumisessa eettisyyteen uransa aikana. Toinen näistä oli ollut alalla vain muutaman vuoden ajan, joten muutosta ei juuri ollut ehtinyt tapahtua. Kuusi haastatelluista kertoi, että asiakkaat kyselevät eettisyyteen liittyvistä asioista. Vain yksi haastatelluista kertoi, että ei ole tullut lainkaan eettisyyteen liittyviä kysymyksiä asiakkailta ja yksi kertoi, että todella harvoin on kysytty. Nämä kultaseppät arvelivat sen johtuvan siitä, että asiakkaan luottamus on suuri ja tuotteet mielletään eettisiksi valmistustyyliin perusteella.

Eettisyyteen liittyvistä asioista kyselijät olivat useimmiten noin 25-40-vuotiaita nuorehkoja naisia. Muutama haastateltava mainitsi myös, että vanhemmat ihmiset eivät juuri näistä asioista kysele. Varsinkin vanhempia miehiä ei asia tunnu kiinnostavan. Haastattelujen perusteella asiakkaat kyselevät jalokivien alkuperää, useammin timanttien kuin värijalokivien. Tosin monilla haastatelluista värijalokivien käyttö oli suhteessa timantteihin hyvin vähäistä. Suurin osa mainitsi myös, että kullan kierrätysprosentista kysytään. Timanttien kohdalla monien asiakkaat ovat halunneet varmistaa, ettei käytössä ole ”veritimantteja”. Muutama haastatelluista myös kertoi, että jotkut asiakkaat ovat halunneet korun kierrätyskullasta ja -kivistä juuri eettisiin seikkoihin vedoten. Myös kotimaisia kiviä oltiin muutamalta

sepältä kysytty. Joissain tapauksissa asiakkaalle oli löydetty sopiva kotimainen jalokivi, mutta mainittiin myös, että kotimaisissa kivissä ei ole tarpeeksi kestäviä ja kovia vaihtoehtoja tarjolla. Joskus asiakas oli tuonut omia vanhoja korujaan, joista oli otettu kivet uusiokäyttöön, koska haluttiin välttää uuden, mahdollisesti epäeettisenjalokiven ostamista. Osa haastatelluista mainitsi, että eettisiä kiviä kysellään useimmiten kihla- ja vihkisormuksiin.

”Yleensä kysytään, että ”eiväthän nämä ole niitä veritimantteja”. Jotkut haluavat myös tietää, mistä maasta timantit ovat peräisin. Ihmisillä harvoin on selvää käsitystä siitä, mitä veritimantit oikeastaan ovat, mutta tämä halutaan silti tarkistaa.” -lainaus haastattelusta.

Asiakkaat, jotka kyselevät kivien alkuperästä tuntuivat haastattelun perusteella olevan usein tyytyväisiä, kun kultaseppä kertoi heille, mitä tiesi tai mitä sai selville kivimyyjältä, vaikka usein tieto rajoittuikin vain alkuperämaahan. Timanttien eettisyydestä huolissaan olleet asiakkaat olivat yleensä tyytyväisiä, kun kultaseppä kertoi Kimberleyn prosessista, vaikka alkuperämaa ei timanttien kohdalla yleensä tiedossa olekaan. Jotkut asiakkaat, jotka olivat enemmän kriittisiä timanttien tai muiden jalokivien eettisyyden suhteen päätyivät tilaamaan korun synteettisellä, kotimaisella tai kierrätetyllä jalokivellä. Haastatelluilla ei ollut kokemusta ns. eettisesti sertifioitujen kiven ostamisesta. Kaksi haastatelluista mainitsi kanadalaiset sertifioitujen timantit. Mieli-pide näiden suhteen tuntui kuitenkin olevan se, että asiakkaan ei kannata maksaa sertifikaatista. Nämä kultaseppät eivät pitäneet kanadalaisia timantteja mitenkään erityisen eettisinä muihin timantteihin verrattuna.

”Sittenhän on nämä kanadalaiset sertifioitujen timantit, mutta kukaan ei ole osoittanut halukkuuttaan maksaa extrahintaa sertifikaatista. Sitä paitsi, itse

en pidä sitä minään takeena, että se olisi yhtään sen eettisempi, kuin Australiasta tai Venäjältä louhittu timantti. Missään ei kerrota työntekijöiden työolosuhteista ja oikeuksista. Eikä afrikkalaisia timanttikaivajia auta yhtään se, että timantit ostetaan jostain muualta, päin vastoin.” -lainaus haastattelusta.

”Jotkin timantit ovat kalliimpia, jos ne ovat esim. kanadalaista alkuperää. Silti samat yritykset, joilla on Kanadassa timanttikaivoksia, toimivat myös esim. Afrikassa. En ole suositellut asiakkaalleni maksamaan Kanadalaisesta timantista enemmän, kun saman saa edullisemmin ilman tarkkaa alkuperää. Eettisyyteen sillä ei ole vaikutusta.” -lainaus haastattelusta.

Nämä kommentit hieman yllättivät, koska olin itse siinä uskossa, että kyseiset timantit olisivat eettisempi vaihtoehto. Kanadalaiset timantit kun on juurikin sertifioitu eettisin perustein. Kaivostoiminnasta kerrotaan, että ympäristö ja työntekijöiden oikeudet on otettu huomioon. Toki voi olla totta, että samalla yrityksellä on toimintaa muuallakin, mutta se ei silti mielestäni itsessään vähennä kanadalaisen timantin eettisyyttä. Toki jos haastatellun mielestä tavallisten timanttien kohdalla ei ole minkäänlaista ongelmaa, niin on ymmärrettävää, että eettisyyden korostaminen joidenkin kivien kohdalla tuntuu turhalta. Olen kyllä myös kuullut puhuttavan, että kanadalaisten timanttien kanssa on joskus ongelmia liittyen alkuperäiskansojen oikeuksiin. Joten ei niidenkään eettisyydestä tosiaan voi mennä takuuseen...

Kysyin haastattelussa myös kultaseppien mielipidettä siitä, liittyykö heidän mielestään jalokivien kauppaan jotain parannettavaa. Kysymykseen eivät kaikki vastanneet. Yksi vastaajista kertoi olevansa nykyiseen systeemiin tyytyväinen ja yksi mainitsi tässä yhteydessä negatiivisena asiana hintojen nousseen. Kaksi vastaajaa peräänkuulutti

yksityiskohtaisempaa tietoa liittyen kivien alkuperään. ”Olisi aina parempi, mitä tarkemmin tietäisimistä maasta ja minkälaisesta kaivoksesta jalokivet ovat, kuka ne on hionut ja miten ne on käsitelty.” Yhden vastaajan mielestä olisi ”paljonkin parannettavaa kaivoslaisten ja hiojien työolosuhteiden ja palkkojen suhteen”. Haastattelun loppuun oli yksi haastatelluista myös ilmaissut mielipiteensä asiasta: ”Timantteja louhitaan ympäri maailmaa ja timantit ovat ymmärtääkseni ainoat jalokivet, joiden kauppa kontrolloidaan ja keskitetään. Muita jalokiviä louhitaan, hiotaan ja myydään täysin vapaasti ilman mitään sertifikaatteja tai sopimuksia ihan missä tahansa työoloissa, kukaan ei niitä tarkista.”

Vaikka asia ei kaikkia näytäkään koskettavan, on myös selvää, että alalla ollaan tietoisia ongelmien olemassaolosta. Joitakin selkeästi kiinnostaa enemmän kuin toisia. Näiden haastattelujen perusteella tuli kuitenkin sellainen olo, että monet, vaikka tiedostavatkin ongelmat, tuntevat melkein mahdottomaksi asioiden parantamisen. ” Jos haluaa tietää, mistä maasta, minkälaisesta kaivoksesta ja kenen hioma kivi on, niin vaikeuksissa ollaan. Tästä syystä paras ratkaisu mielestämme on tässäkin kierrätetyt timantit ja jalokivet.” ”Toivon toki että kaikki oli eettisiä, mutta jokainen tietää että tämä ei ole maailmassa mahdollista niin kauan kun on sotaa ahneutta ja kaikkea muuta julmaa.” -lainaukset haastatteluista.

Kysymykseen: ”Haluaisitko, että markkinoilla olisi eettisin perustein sertifioituja jalokiviä? Ostaisitko niitä?” vastaajista suurin osa oli sitä mieltä, että ainakin kysyntää olisi. Moni myös ilmaisi olevansa halukas ostamaan sellaisia ainakin tiettyjen ehtojen täytyessä. Yksi haastatelluista kertoi, että ostaisi jos laatu ja hinta olisi sama kuin ”tavallisilla” jalokivillä. Toinen taas ilmaisi huolensa sertifiointimaksujen

korkeudesta: ”Haluaisin, mutta sertifiointi pitäisi olla luotettavalta taholta ja sen tulisi olla reilu kaikkia tuottajia kohtaan, eli ei vain huikeita sertifiointimaksuja vastaan, jolloin pienet tekijät jäisivät mahdollisesti perusteettomasti ulkopuolelle.” -lainaus haastattelusta. Osa vastaajista myös arveli, että eettisyydestä kiinnostunut asiakas olisi valmis maksamaan eettisesti tuotetusta kivistä hieman enemmän.

Mielestäni haastatteluista käy ilmi, että Suomalaiset koruja kultasepiltä suoraan ostavat tai tilaavat asiakkaat ovat kohtalaisen kiinnostuneita koruihin liittyvistä eettisistä kysymyksistä ja alan ihmiset ovat huomanneet kiinnostuksen kasvun viime vuosien aikana. Jos nuoremmat ihmiset ovat eettisyydestä eniten kiinnostuneita, niin kiinnostuneiden asiakkaiden määrä varmasti kasvaa tulevaisuudessa. Vanhemmat ihmiset, joita asia ei niin kiinnosta eivät jatka korujen ostamista enää kovinkaan montaa vuotta.

5.2 JALOKIVIEN MAAHANTUOJIEN NÄKEMYKSIÄ

Edellisessä kappaleessa kävin läpi värijalokivien matkaa kaivokselta kuluttajalle ja selvitin mahdollisia ongelmakohtia matkan varrella. On kuitenkin vaikea tietää, kuinka laajasti ongelmat koskevat Suomessa myytäviä jalokiviä. Kaikki löytämäni lähdeaineisto oli englanninkielistä. Suomeksi en aiheesta löytänyt oikeastaan mitään. Halusin selvittää asiaa, joten pyysin haastatteluja jalokivien maahantuojilta ja muutamalta muulta jalokivialan ihmiseltä. Suomessa ei ole kovinkaan montaa värijalokivien maahantuoja ja niistäkään kaikki eivät vastanneet haastattelupyyntöni. Lopulta sain yhteensä viisi vastaajaa. Haastattelukysymysten tekeminen oli vaikeaa tietämättä asiasta juuri mitään. Jouduin kysellä asioista, joista ei juurikaan puhuta, enkä halunnut vaikuttaa syyttävältä. Tein haastattelut sähköpostilla lukuunottamatta yhtä, jonka tein puhelimitse. Lupasin olla mainitsematta haastateltujen nimiä, tavoitteena saada mahdollisimman suoria vastauksia. Käyn tässä kappaleessa läpi asiat, jotka haastatteluista sain selville. Haastattelun kysymykset ovat liitteenä.

Haastatellut olivat olleet alalla 8-28 vuotta. Lähes kaikki heistä ostivat myymänsä jalokivet välittäjiltä ja messuilta. Monet ostivat kiviä Thaimaasta. Muita mainittuja ostomaita olivat Intia, Burma (Myanmar), Saksa ja U.S.A. Yksi kertoi ostavansa kiviä monista paikoista ympäri maailman. Jalokiviä ei ostettu suoraan kaivoksilta. Muutama haastatelluista oli käynyt kaivoksilla jossain vaiheessa uraansa. Yksi kertoi, että harvoille kaivoksille edes pääsee käymään. Yhdellä vastaajalla oli kokemusta myös omasta kaivosvaltauksesta Afrikasta, mutta

nykyään hän ei kaivoksilla enää juuri käy. Kysymykseen ”Kuinka tarkasti tiedät mistä myymäsi jalokivet tulevat? Mihin tieto perustuu?” sain vaihtelevia vastauksia. Yksi vastaaja kertoi: ”Valitettavasti tiedän yleensä hyvin vähän kivien alkuperästä. Joskus kerrotaan mistä maasta kivet ovat peräisin, mutta todistusta siitä ei ole.”. Yhden vastaus kuului: ”Minun tietoni perustuvat joko siihen mitä jalokivestä saa tutkittua tai luotettavaan yhteistyökumppaniin.”. Yksi haastatelluista kertoi asiasta tarkemmin ja selvitti, että he ostavat aitoja jalokiviä mm. Swarovskilta Saksasta. Swarovski kertoo safiirien alkuperämaaksi Thaimaan. Swarovskilla on olemassa kattava yritysvastuu-raportti, jonka noudattamiseen tämä vastaaja luotti. Jalokivien kaivostoimintaa raportissa ei varsinaisesti mainita, mutta sen yksi osa-alue koskee alihankinta-ketjuja. Supplier Code of Conduct -ohjeissa määritellään alihankkijoille toimintatavat, joita tulisi noudattaa. Alihankkijoilta vaaditaan kansallisten lakien noudattamista ja työntekijöiden reilua ja kunnioittavaa kohtelua. Samoin vaaditaan kansainvälisten sääntöjen noudattamista koskien työntekijöiden oikeuksia. Myös ympäristöasiat kuuluvat sopimuksen piiriin. Swarovskilla on oikeus tehdä tarkastuksia ja lopettaa yhteistyö, jos puutteita löytyy. Ymmärtääkseni tämä siis koskee myös jalokivien toimittajia. Swarovskin lisäksi kyseiselle yritykselle tulee kiviä Thaimaasta, joiden alkuperämaa (toimittajien mukaan) on yleensä Thaimaa (edullisimmat rubiinit ja safiirit), Myanmar (kalliimmat yksittäiset kivet) tai Sri Lanka (värilliset safiirit). Osa näiden kivien toimittajista kuuluu ICA:han (International Colored Gemstones Association), jolla on oma eettinen ohjeistuksensa. Vastaaja myös

lisää: ”Ne toimittajat jotka eivät tähän järjestöön kuulu, hankkivat kiviä yleensä Thaimaassa paikallisilta markkinoilta joko hiottujen kivien välittäjiltä tai hiomoilta joihin niitä on saattanut tulla eri välikäsien kautta ja tällöin kivien alkuperän ja jalostusvaiheiden toteaminen varmuudella ei ole mahdollista.” Yksi vastaaja kertoi, että kotimaisista kivistä alkuperän tietää varmuudella ja myös suurimmasta osasta raakakiviä. Joskus tosin raakakiviäkin lajitellaan myyntiin ennemmin koon ja puhtauden kuin alkuperän mukaan. Hän myös kertoi, että joistain kivistä voi tunnistaa alkuperän tutkimalla.

Kysyin tietävätkö vastaajat, missä heidän myymänsä jalokivet hiotaan, kuka työn tekee ja ovatko he vierailleet paikassa. Yksi kertoi, että suurin osa hiotaan Intiassa ja, että hän ei ollut käynyt paikan päällä. Toinen kertoi: ”yleensä hiontaa ei tiedetä varmasti, olen hiotuttanut osan kivistä, jolloin tiedän, olen vierailut useissa hiontapaikeissa”. Vastaaja, joka osti kiviä Swarovskilta vetosi tässä kysymyksessä samoihin eettisiin ohjeistuksiin kuin aiemmin. Vastaaja myös kertoi, että hiomot eivät myy pieniä eriä suoraan, vaan kivet ostetaan välikäsien kautta. Yksi vastaaja kertoi, että hänellä on muutama paikka, jossa hän hiotuttaa jalokiviä. Hän on vierailut kyseisissä paikoissa, joten työolot ovat tiedossa. Hän kertoi käyttävänsä vain sellaisia tehtaita, joissa työtekijöiden olot huomioidaan. Hän saa vieraillessaan kulkea tehtailla vapaasti ja katsella ympärilleen ja voi myös vapaasti puhua ja kysellä asioista. Tämä vastaaja kertoi myös, että hän haluaa käyttää vain sellaisia hiontapaikeja, jotka itse katsoo riittävän eettisiksi. Hän kertoi, että oli myös joskus nähnyt sellaisia paikkoja, joista oli jäänyt paha mieli ne nähtyään ja sellaisia hän ei halua käyttää. Hän mieluummin maksaa työstä enemmän jos työolot ja laatu ovat kohdallaan. Osan myymistään

kivistä tämäkin vastaaja ostaa valmiiksi hiottuna, joten silloin ei voi olla varma työoloista tehtailla.

Halusin myös kuulla maahantuojaen mielipidettä kysymykseen: ”Onko jalokivialan toimintamalleissa mielestäsi parantamisen varaa? Jos on, niin miten?” Muutaman vastaajan mielestä parannettavaa olisi. ”Aina on parantamisen varaa, tosin en usko että tilanne on pahempi kuin muilla aloilla (vaatteet, kauneustuotteet y.m.)” kuului yksi vastaus. Toinen puolestaan kertoi: ”Kyllä varmasti olisi juuri kivien jäljitettävyydessä, mutta käytännössä en äkkiseltään keksi toimivaa mallia tähän...” Yksi vastaaja mainitsi tähän liittyen, että kaivosten olosuhteet voivat olla eurooppalaisesta näkökulmasta katsottuna vaarallisia, mutta kaivostoimintaan sisältyy aina riskejä. Yhdessä vastauksessa tuli esille, että alalla on laajalle levinnyt käsitys, että jalokivissä tärkeää on vain se kuinka käyttökelpoinen kivi on koruihin. Eettisyyskysymykset eivät ole tärkeitä alalla, eikä eettisyydestä myöskään puhuta. Yksi vastaaja oli käsittänyt kysymyksen hieman toisin ja vastasi: ”toimii yhä hyvin markkinoiden ehdoilla, neuvontaa ja opastusta tarvittaisiin lähinnä siinä, että kuluttajat ymmärtäisivät aidon kiven arvon säilymisen verrattuna jäljitelmiin”. Myös epärehellinen jalokivien nettikauppa mainittiin. Vastaaja kertoi, että alalle on tullut ”pikavoittojen” tavoittelijoita, jotka myyvät mitä sattuu nettikaupoissa. Esimerkkinä hän mainitsi lasitäytteiset rubiinit, joissa on niin paljon lasia, että oikeastaan materiaalia ei enää saisi kutsua rubiiniksi.

Kysyin myös, olivatko vastaajat törmänneet jonkinlaisiin epäkohtiin liittyen jalokiviteollisuuteen. Yksi vastaaja ei ollut törmännyt minkäänlaisiin epäkohtiin ja yksi mainitsi tässä yhteydessä sen, että Suomen kellokaupoissa myydään ja opetetaan kuluttajia ostamaan joko jalokivien jäljitelmiä tai huonolaatuisia

timantteja. Yhden mielestä epäkohta liittyi kulttuurieroihin: ”Aasialainen yrittäjämentaliiteetti ”no problem” kaikkiin kysymyksiin vie pohjan luotettavuudelta kun se perustuu vain myyjän sanaan. Ja myyjä voi ihan tosissaan vielä uskoa vilpittömästi asiaansa vaikka olisi väärässä.” Tähän aihealueeseen liittyen oli yksi vastaaja myös kommentoinut kyselyn loppuun: ”Kaikkialla maailmassa, missä olen käynyt ”jalokivipaikoissa” on aina tarjolla jalokivien jäljitelmiä ja jalokiviä muista maista, jolloin erityisesti jalokivien alkuperä häipyä”. Yksi vastasi: ”Jalokiviä kaivetaan ja hiotaan maissa, joissa työolosuhteet ja palkkataso ei tyyppillisesti vastaa kaikilta osin eurooppalaisia normeja. Paikallisen kulttuurin mukaan jalokivibusiness tuskin merkittävästi eroaa muista paikallisista busineksista ainakaan huonompaan suuntaan. Konfliktimaat Afrikassa on toki oma lukunsa sinänsä.” Kuten jo aiemmin mainitsin, yksi vastaaja oli nähnyt ikäviä asioita varsinkin tehtailla, joissa jalokiviä hiotaan.

Kysyin jalokivien maahantuojilta heidän asiakkaidensa (kultasepät, kultasepäntuotteet, muut valmistajat) suhtautumisesta eettisiin kysymyksiin. Suurin osa kertoi, että eettisyyteen liittyvät kysymykset ovat lisääntyneet. Nuoremmat asiakkaat kyselevät, varsinkin nuoret naiset. Yksi lisäsi että, timanteista kysellään enemmän kuin värijalokivistä. Vastaaja lisäsi myös, että usein kysytään, koska asiakas oli halunnut tietää, ei niinkään omasta aloitteesta. Pari suomalaista korunvalmistajaa olivat myös kyselleet jalokivien eettisyydestä. Yksi vastaaja kertoi, että joskus kysellään ja siihen olisi helppo sanoa, että eettisiä ovat, mutta asiasta ei voi olla varma, ellei ole seurannut jalokivien kulkua alusta alkaen.

Varsinaisia eettiseksi luokiteltuja värijalokiviä haastatelluilla ei ollut myynnissä. Yksi kyllä myi

kanadalaisia timantteja, joihin on kaiverrettu alkuperään viittaava merkki reunukseen. Eettisempänä vaihtoehtona vastaaja myös suositteli suomalaista spektroliittiä ja berylliä. Hän myös kertoi, että yleisesti ottaen esimerkiksi Brasiliassa työolosuhteet ovat paremmat kuin Afrikassa. Vaikka henkilökohtaista kokemusta eettisiksi luokiteltujen jalokivien hinnoittelusta vastaajilla ei ollutkaan, muutama vastaaja arveli, että varmasti hinta olisi vähän korkeampi tai ainakin todistus maksaisi. ”En osaa sanoa hintaeroa, mutta sellainen varmasti syntyy jo ihan hallinnollisista järjestelyistä jos jalokivillä on joku seurantajärjestelmä kaivoksesta kuluttajalle asti.” Yhdellä vastaajalla oli myynnissä jonkin verran suomalaisia kiviä, jotka hän on hiotuttanut luotettavissa paikoissa. Osa kivistä oli hiottu Suomessa. Hän myös mainitsi, että esimerkiksi Australiassa työolot kaivoksilla ovat kohtuullisen hyvät. Toisaalta eri paikoista tulevat kivet sekoittuvat usein keskenään, joten ei voi olla varma ovatko australialaisiksi väitetyt jalokivet oikeasti juuri sieltä.

Haastateltujen mielestä eettisesti tuotettujen tai sellaisina markkinoitujen jalokivien kauppaan liittyy muutamia ongelmia. Eniten mietitytti toiminnan rehellisyys. Voiko luotaa, että eettisinä myydyt kivet ovat oikeasti eettisiä? Yksi vastaaja kertoi näin: ”Kokemuksestani suurin ongelma on se, että, koska tällaisista jalokivistä saa korkeamman hinnan, niin ne jotka eivät välitä totuudesta käyttävät tätä hyväkseen tekemällä tai tilaamalla todistuksia saadakseen paremman hinnan”. Hän myös sanoi, että todistuksia voi ostaa mihin kiveen tahansa eikä hän luota niihin. Todistuksella ei hänen mukaansa ole vaikutusta siihen, onko kivi tuotettu eettisesti vai ei. Hänen mukaansa on myös syytä ymmärtää, että eettisesti tuotettu tarkoittaa eri asiaa Suomessa kuin miten asia koetaan paikan päällä. Toinen vastaaja

peräänkuulutti puolueetonta tahoja eettisyyden varmentamiseksi: ”Kuka tai mikä on se taho joka tällaisen eettisen luokituksen voi tehdä? Pitäisi olla puolueeton taho arvioimassa kuka täyttää eettisyyden kriteerit, kun ensin määritellään nämä selvästi. Aika moni yritys itsessään määrittelee tai markkinoi itseään eettisenä jalokivien alalla, mutta mielestäni tämän määrittelemisen ja varmistamisen vaatisi puolueettoman tahon.” Vastaja oli myös epäileväinen yritysten omia ”eettisyystodistuksia” kohtaan, koska niitä ei voi sanoa puolueettomiksi.

Yksi vastaaja kommentoi jalokivien eettisyysasiaa näin: ”Uskon että suuri osa jalokivistä on tuotettu kohtuudella eettisesti eikä tämä missään nimessä rajoitu kalliimpiin kiviin (niissäkin saattaa olla epäeettiseksi katsottavia tapauksia). Edullisimpien korukivien kuten ametistien, sitriinien, topaasien, granaattien ja peridoottien kohdalla en epäile etteikö markkinoilla suuri osa olisi eettisiä kiviä.”

Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että keskustelu aiheesta on tarpeellista. Vain yksi vastaaja ei nähnyt keskustelulle tarvetta värijalokivien suhteen. Lopuksi yksi vastaaja kertoi, että hän uskoo, että eettisyysasiat tulevat enemmän pinnalle jalokivien kohdalla 3-5 vuoden kuluttua. Tällä hetkellä jalokivien kova kysyntä Kiinassa nostaa hintoja ja siellä ei eettisyyskysymyksiin juuri kiinnitetä huomiota. Vastajaan mukaan Kiinan markkinoiden laannuttua, länsimaissa eettisyys nousee enemmän pinnalle jalokivien myynnissä.





6 KULUTTAJAT JA KORUJEN EETTISYYS

6.1 WEBROPOL-KYSELY

Halusin kartoittaa ihmisten asenteita ja mielipiteitä liittyen koruja koskeviin eettisiin seikkoihin. Toivoin saavani paljon vastauksia, sen vuoksi laadin kyselyn Webropol-ohjelmalla. Kyselyyn vastasi 325 ihmistä. Koruaiheisiin kysymyksiin vastasi 284 vastaajaa. Pois karsiutuivat ne, jotka eivät ostaneet koruja itselle tai lahjaksi. Vastaajia kyselyyn sain eri yhteyksistä. Suurin osa vastaajista löysi kyselyn Facebookin kautta. Julkaisin kyselyn Facebookissa omalla seinälläni ja Muotoiluinstituutin Facebook-ryhmässä. Sain kyselyn myös Kemikaalcocktail blogin Facebook-sivulle ja YLE:n Kuningaskuluttajan Facebook-sivulle. Kysely julkaistiin myös Kulutusjuhla-blogissa ja Naimisiin.fi keskustelupalstalla. Vastauksia sain myös LAMK:in henkilökunnalta sähköpostitse lähetetyn kyselylinkin kautta.

Tavoitteenani oli saada selville, millaiset ihmiset ovat kiinnostuneita korujen eettisyydestä ja miten he eroavat niistä, joita asia ei kiinnosta. Mitkä ovat ne seikat, jotka kuluttajia huolestuttavat korujen eettisyyteen liittyen? Missä tilanteessa ihmiset näitä seikkoja eniten miettivät? Halusin myös tietää, ovatko samat ihmiset, joita kiinnostaa korujen eettisyys, myös kiinnostuneita vastuullisesta kuluttamisesta yleensä ja voisivatko he olla samoja ihmisiä kuin LOHAS-kuluttajat? Sisällytin sen vuoksi kyselyyn muutaman kysymyksen, joilla yritin selvittää tätä yhteyttä. LOHAS-kuluttajien osalta kyselyn tulokset ovat kuitenkin vain suuntaa antavia, koska siihen liittyviä kysymyksiä oli vain muutama. Muuten kyselystä olisi tullut aivan liian pitkä ja olisi ollut vaarana, että useammat olisivat jättäneet kyselyn kesken. Kysymykset, joilla yritin tätä yhteyttä kartoittaa

koskivat luomutuotteiden ostamista, suhtautumista ilmastonmuutokseen ja eettisyyden vaikutusta tuotteiden ostamiseen. Myös koulutus ja asuinpaikka osittain liittyvät LOHAS-yhteneväisyyksien kartoitukseen.

Ajattelin, että kyselyyn olisi vaikea saada tarpeeksi kattavasti erilaisia vastaajia, jotta voisin tehdä päätelmiä koskien kaikkia suomalaisia. Kyselyn julkaiseminen Facebookissa tarkoittaa, että sitä kautta vastaavat ovat suhteellisen homogeeninen joukko. Vahnempien vastaajien tavoittaminen oli myös hankalaa netin kautta. Myös korut kyselyn aiheena vaikuttaa siihen, että naiset vastaavat todennäköisemmin kuin miehet. Koska edellä mainitut seikat olivat päätavoitteeni, pyysin vastaajia sellaista yhteyksistä, joiden tiesin kiinnostavan vastuullisista elämäntavoista välittäviä ihmisiä. Halusin vertailukohdaksi jonkin verran vastaajia, jotka eroaisivat tästä joukosta. Mielestäni sain kyselystä tärkeää tietoa ja olin hyvin positiivisesti yllättynyt vastaajien määrästä. Tavoitteenani oli saada minimissään sata vastaajaa ja se ylittyi yli odotusten. Vastaajien suuren määrän vuoksi pystyn mielestäni tekemään suhteellisen luotettavia päätelmiä tuloksien perusteella.

Ennen kyselyn tekemistä minulla oli muutama ennako-oletus. Oletin, että tilanne, jossa koruihin liittyviä eettisiä seikkoja mietitään eniten olisi kihlat tai vihkisormuksen ostaminen. Ajattelin myös, että olisi todennäköistä, että samat ihmiset, joita korujen eettisyys kiinnostaa olisivat LOHAS-kuluttajaryhmää. Sain näihin molempiin mielestäni vastauksen.

6.2 KEITÄ KORUJEN EETTISYYS KIINNOSTAA?

Suodatin raportista erilaisia vastaajaryhmiä ja vertailin niitä keskenään. Halusin tietää, miten eroavat toisistaan ne, joita koruihin liittyvät eettiset seikat eniten kiinnostavat ja ne, joita asia vähiten kiinnostaa. Lisäksi olin kiinnostunut eroista eri ikäisten ihmisten välillä. Tutkin myös erikseen LOHAS-kulttajiin liittyviä piirteitä.

Ensin suodatin vastauksista kaksi ryhmää kolmen eri kysymyksen avulla. Näin sain ryhmät, jotka olivat hyvin eri mieltä asioista. Kysymykset, jotka valitsin erotteluun olivat seuraavat:

Kysymys 15. Oletko miettinyt korujen eettisyyttä (koskien raaka-aineiden tuotantoa ja korujen valmistusta)?

Kysymys 19. Kaipaatko enemmän tietoa korujen valmistusolosuhteista ja raaka-aineiden alkuperästä?

Kysymys 20. Haluaisitko ostaa eettisiä koruja?

Ryhmä A -koruihin liittyvät eettiset seikat kiinnostaa Vastasivat kysymyksiin:

Kysymys 15: kyllä, usein tai silloin tällöin

Kysymys 19: kyllä, ehdottomasti

Kysymys 20: kyllä, aina kun ostan koruja

Ryhmä B -korujen eettisyys ei kiinnosta

Vastasivat kysymyksiin:

Kysymys 15: en juurikaan tai en koskaan

Kysymys 19: en juurikaan

Kysymys 20: asialla ei ole minulle merkitystä

Näitä ryhmiä toisiinsa vertailemalla sain selville eroavaisuuksia ryhmien välillä. Käytän ryhmistä nimiä ryhmä A ja B, ryhmää A kiinnostaa koruihin liittyvät eettiset kysymykset ja ryhmää B ei kiinnosta. Ryhmä A ovat useammin naisia (A naisia 95,5%, B 73%) ja nuorempia. He tienaa vähemmän rahaa, vaikka ovatkin korkeammin koulutettuja. He asuvat hieman useammin suuressa kaupungissa.

Ryhmät erosivat toisistaan korujen käyttöön (ja ostamiseen) liittyvissä asioissa. Ryhmä A käyttää koruja ahkerammin kuin B. Ryhmässä B henkilöt olivat useammat naimisissa tai kihloissa (A 44% ja B 77% käytti kihla-/vihkisormusta). Molemmista ryhmistä olivat hopeakorut suosituimpia, tosin ryhmässä A hieman enemmän. Ryhmässä A käytettiin enemmän pronssi, teräs- ja titaanikoruja ja itse tehtyjä koruja kuin ryhmässä B. Ryhmän A avoimissa vastauksissa liittyen korujen käyttöön tuli hyvin paljon esille kotimaiset suunnittelijat ja tekijät.

Vastaajien korumieltymyksiä kartoitin kysymällä, miten he kuvailevat itselle ostamiaan koruja. Listasta sai valita useita eri tyyliä ja materiaaleja. Itselle ostettuja koruja kuvailtiin ryhmässä A yleisimmin sanoilla pelkistetty, perinteinen, moderni, siro. Ryhmässä B vastaavasti sanoilla pelkistetty, näyttävä, perinteinen ja moderni, näissä järjestyksissä. Suurimmat erot ryhmien välillä olivat kohdissa koristeellinen, geometrinen, etninen ja siro. Ne olivat kaikki suosituimpia ryhmässä A. Myös värikäs valittiin useammin ryhmässä A. Bling oli jonkin verran suosituimpia kuvailu ryhmässä B. Vaikuttaa siltä, että ryhmässä A on monipuolisempia korunkäyttäjiä,

koska useampia tyylivaihtoehtoja oli valittu. Myös valittujen materiaalien perusteella ryhmä A vaikuttaa monipuolisemmalta, koska useampia vaihtoehtoja oltiin valittu. Itselle ostettiin molemmissa ryhmässä selkeästi eniten hopeakoruja (tämä myös päti koko otantaan). Ryhmässä A kelta- ja valkokulta olivat yhtä suosittuja keskenään ryhmän sisällä. Valkokulta oli huomattavasti suosituimpaa ryhmässä A verrattuna ryhmään B ja keltakulta vähemmän suosittua. Ryhmässä B keltakulta oli huomattavasti suosituimpaa kuin valkokulta. Ryhmässä A ostettiin suhteessa enemmän koruja aidoilla värikivillä (30% valitsi), mutta timattikorut olivat vähemmän suosittuja kuin ryhmässä B. Monet materiaalit olivat suosituimpia ryhmässä A. Näitä olivat teräs/titaani, muut epäjalot metallit, puu, kiviä jiljitelty, muovi. Kysyttäessä, kuinka usein koruja ostettiin itselle, ryhmä A valitsi hieman harvemmin kohdan 'useamman kerran vuodessa' kuin ryhmä B, mutta vaihtoehdon '1-2 kertaa vuodessa' huomattavasti enemmän. Ryhmässä A oli myös huomattavasti vähemmän niitä, jotka kertoivat ostavansa koruja 'vähemmän' tai 'ei lainkaan'.

Korujen ostamisessa lahjaksi ei ollut suuria eroja ryhmien välillä. Ryhmä A osti koruja lahjaksi hieman useammin. Sanat, joilla lahjaksi ostettuja koruja useimmin kuvailtiin olivat molemmissa ryhmässä samat: pelkistetty, moderni, siro, perinteinen. Korut olivat useimmiten hopeaa. Ryhmässä A valittiin huomattavasti enemmän hopeaa halvempia materiaaleja kuin ryhmässä B. Timantit olivat huomattavasti suosituimpia ryhmässä B. Myös värikkäät kivet olivat hieman suosituimpia ryhmän B lahjakoruissa. Ryhmässä B oli enemmän miehiä ja parempituloisia ihmisiä, joten on luonnollista, että ryhmässä B suositaan kalliimpia materiaaleja. Ryhmässä B koruihin myös käytettiin hieman enemmän rahaa

vuosittain. Suurin osa molemmissa ryhmässä käytti koruihin vuodessa 50-150€. Vain ryhmässä B oli yli 700€ vuodessa käyttäviä.

Korujen ostopaikoissa oli eroja ryhmien välillä. Ryhmällä A suosituimmat ostopaikat olivat myyjäiset (61,5% valitsi), koruliike-ketju, kuten timanttiset (48,5%), muu kultasepäniike kuin ketjuliike (42,5%). Ryhmällä B puolestaan suosituimmat ostopaikat olivat koruliike-ketju (60%), kirpputori (33,5%), myyjäiset (26,5%). Eroavaisuuksia ryhmien välillä muutenkin. Ryhmä A osti huomattavasti enemmän koruja myyjäisistä, design-liikkeistä ja nettikaupoista kuin ryhmä B. Ryhmä B suosi koruliike-ketjua muiden kustannuksella, kun taas ryhmä A osti koruja tasaisemmin eri paikoista, vaikka heilläkin myyjäiset oli selkeästi suosituin ostopaikka.

Kysyttäessä korujen valintaan vaikuttavia tekijöitä ryhmät erosivat toisistaan jonkin verran. Ryhmälle A tärkeimmät korujen valintaan vaikuttavat tekijät olivat kauneus, hinta, laatu ja eettiset seikat koskien valmistusta ja raaka-aineita. Myös kotimaisuus ja tarina tulivat heti edellisten perässä vahvoina. Ryhmällä B tärkeimmät kriteerit olivat kauneus, hinta ja laatu. Kaukana seuraavana tuli tarina. Vertaamalla ryhmiä toisiinsa, on nähtävissä, että ryhmässä A hinnan merkitys vähenee ja laadun taas kasvaa.

Koska ryhmän A ihmiset olivat vastanneet, että miettivät korujen eettisyyttä (koskien raaka-aineiden tuotantoa ja korujen valmistusta) usein tai silloin tällöin, heiltä tuli paljon vastauksia seuraavaan avoimeen kysymykseen. Siinä kysyttiin, mitkä koruihin liittyvät eettiset seikat mietityttävät. Ensinnäkin materiaalien alkuperä herätti kysymyksiä. Monissa vastauksissa ilmeni huoli kaivosteollisuuden

vaikutuksista ympäristöön. Myös kaivosten työolot mietityttivät. Huoli timanttien ja jalokivien louhinnasta tuli esille monessa vastauksessa. Työolot korujen valmistuksessa ja lapsityövoiman käyttö kaivoksilla ja korujen valmistuksessa nousivat myös esille. Kysymykseen, missä tilanteessa olet miettinyt korun eettisyyteen liittyviä asioita tuli myös paljon vastauksia. Usein korujen eettisyyttä mietittiin halpojen, esimerkiksi vaatekaupoissa myytävien korujen kohdalla. Toinen esille nouseva asia oli kihlat tai vihkisormuksen osto. Jotkut vastaajat kertoivat miettivänsä näitä asioita usein, kun ovat ostamassa koruja. Näihin avoimiin kysymyksiin vastasivat vain ne, jotka olivat vastanneet miettivänsä korujen eettisyyttä.

Kysyin koroostoksilla mieltä askarruttavista asioista myös monivalintakysymyksellä, johon kaikki vastasivat. Ryhmällä A oli paljon enemmän mieltä askarruttavia asioita kuin ryhmällä B. Suurimmat huolenaiheet olivat raaka-aineiden kaivostoimintaan liittyvät ympäristöasiat, allergiaa aiheuttavat materiaalit ja valmistusolosuhteet ja pian seuraavana raaka-aineiden kaivostoimintaan liittyvät työolot. Näistä kaikista oli huolissaan noin 75-80% ryhmästä. Korun hinnan halpuus oli mietityttänyt useammin ryhmässä A kuin B. Ryhmässä B mieltä askarrutti eniten allergiaa aiheuttavat materiaalit, huono laatu, onko koru hintansa arvoinen ja epäkäytännöllisyys. Valmistusolosuhteet ja kaivostoimintaan liittyvät asiat eivät mietityttäneet ketään ryhmässä B.

Ryhmässä A kaikki olivat halukkaita ostamaan eettisiä koruja 'aina kun ostan koruja'. Eettisestä korusta oltiin valmiita maksamaan jonkin verran enemmän (82%) tai selvästi enemmän (19%). Myös muutama oli valinnut 'en juurikaan enempää' (7%). Tässä pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon kysymyksen

rakenteen vuoksi. Myös ryhmässä B löytyi vähän halua maksaa eettisestä korusta enemmän (13% valitsi 'jonkin verran enemmän', loput 'en juurikaan enempää' 47%, en lainkaan enempää 43%). Tähän kohtaan oli myös mahdollista kirjoittaa kommentti. Joissakin ryhmän A kommentteissa ihmeteltiin, miksi eettinen koru olisi kalliimpi: "miksi eettinen olisi se kalliimpi riistokorun sijasta?" tai "Ei eettisesti valmistettu ole kalliimpi. Mikä ihmeen vastakkainasettelu tämä on? juuri itse käsityönä tehdyt yksilölliset korut ovat myös verrattain edullisia johtuen lukeuttomien välikäsien poissaolosta." Mutta myös haluttiin perustella maksuvalmiutta "Haluan tukea eettisesti toimivia brändejä maksamalla tarvittaessa vähän enemmän ja koruja tulisi ostettua myös ehkä harkitummin." "Eettiset valinnat maksavat valitettavasti aina enemmän, mutta parempia vaihtoehtoja tulisi aina tukea, jotta asiat muuttuisivat parempaan päin. Pienituloisena en kuitenkaan voi sijoittaa tuotteisiin loputtomia summia."

Myös lopuissa kysymyksissä vastaukset vaihtelivat paljon ryhmien välillä. Luomutuotteiden ostaminen oli huomattavasti yleisempää ryhmässä A. Heistä 56% osti luomua usein ja 40% silloin tällöin. Vastavasti ryhmässä B luvut olivat 10% ja 37%. Lopuista 40% ostivat harvoin ja 13% eivät ostaneet lainkaan. Ilmastomuutoksesta oltiin ryhmässä A huomattavasti enemmän huolissaan. Todella huolissaan oli 63% ja jonkin verran huolissaan 35%. Ryhmässä B luvut olivat 13% ja 53%. Sekin on kuitenkin reilusti yli puolet vastaajista.

Kysyin myös miten paljon vastaajat olivat ajatelleet ostamiensa tuotteiden eettisyyttä. Ryhmässä A oltiin ajateltu asiaa paljon enemmän. 'Todella paljon' vastasi 57% ja 'melko paljon' 41%. Toisessa ryhmässä vastaavat luvut olivat 3% ja 17%. Eettisyys

vaikutti eniten elintarvikkeiden, vaatteiden ja kosmetiikan ostossa molemmista ryhmistä. Ryhmässä A eettisyys vaikutti vähiten elektroniikan ostossa ja ryhmässä B korujen ostossa.

Kommentteja tuli lopun avoimeen kenttään paljon. Myös ryhmän B jäsenet olivat jonkin verran kommentoineet. Tässä muutama heidän kommentistaan: "Olin utelias näkemään kyselyn, koska pidän koruista ja minulla on niitä todella paljon. Huomasin olevani hyvin pinnallinen ihminen." "Korujen eettisyys ei ole ennen tullut mieleenkään pohtia. Kenties syytä olisi." Monissa ryhmän A kommentteissa nousi esille, että heidän mielestään olisi tärkeää, että eettisyysasiaa nostettaisiin esille enemmän korujenkin osalta.



6.3 LOHAS-KULUTTAJAT JA KORUJEN EETTISYYS

Halusin selvittää, olisivatko ihmiset, jotka ovat kiinnostuneita koruihin liittyvistä eettisistä kysymyksistä luokiteltavissa LOHAS-kuluttajiksi. Tutkin vastaajia, jotka ostivat paljon luomutuotteita, olivat huolissaan ilmastonmuutoksesta ja joilla eettisyys vaikutti tuotteiden ostossa. Tämä on kuitenkin suhteellisen suppea määritelmä LOHAS-kuluttajasta, joten ihan varmoja päätelmiä ei voi tehdä. Tämä vaatisi huomattavasti laajemman tutkimuksen, kuin mikä oli tässä yhteydessä mahdollista. Jotain tuloksista voi mielestäni kuitenkin päätellä.

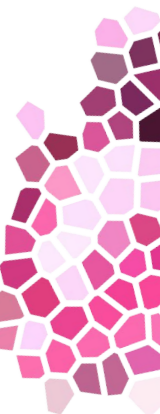
Vertasin valitun ryhmän vastauksia koko ryhmän vastauksiin. Vastaajat ryhmässä olivat monen kysymyksen perusteella aika pitkälti samanlaisia ihmisiä kaikkiin kyselyyn vastanneiden kanssa. Iältään, sukupuoleltaan, tulotasoltaan, koulutukseltaan ja asuinpaikaltaan he eivät juuri eronneet kaikkien vastaajien vastauksista. Myöskään korujen käyttömäärässä ei ollut suuria eroja, koruja käytettiin yhtä usein. Ryhmän korutyylissä oli muutama ero muihin verrattuna. He käyttivät hieman vähemmän muotikoruja ja kihla- tai vihkisormuksia ja vähän enemmän teräs- tai titaanikoruja. Eroja sen sijaan oli koruostoksilla valintaan vaikuttavissa seikoissa. Korun valintaan vaikuttivat eettiset seikat koskien raaka-aineita ja valmistusta enemmän kuin muilla. Ryhmä oli myös miettinyt korujen eettisyyttä useammin. Koruostoksilla mieltä askarrutti huomattavasti enemmän valmistusolosuhteet, raaka-aineiden kaivostoimintaan liittyvät työolot ja ympäristöasiat. Kyseinen ryhmä kaipasi huomattavasti enemmän tietoa korujen valmistusolosuhteista ja raaka-aineiden alkuperästä. Heissä oli selvästi enemmän

kiinnostuneita ostamaan eettisiä koruja ja he olivat halukkaampia maksamaan niistä enemmän.

Vertasin ryhmää lopuksi myös niihin ihmisiin, jotka eivät ostaneet luomua, eivät olleet huolissaan ilmastonmuutoksesta ja joiden ostopäätöksiin ei eettisyydellä ollut vaikutusta. Koska kyselyssä oli tämän tyyppisiä vastaajia aika vähän, niin tähän ryhmään karsiutui vain 14 henkeä. Tulos on siis vain hyvin suuntaa-antava. Tästä vertailusta kävi kuitenkin ilmi, että LOHAS-myönteisessä ryhmässä oli suhteessa enemmän naisia ja he olivat korkeammin koulutettuja ja asuivat useammin suuressa kaupungissa. Näitä kaikkia piirteitä voi myös pitää tyypillisinä LOHAS-kuluttajille. Muiden kysymysten osalta näiden ryhmien vertailu vahvisti aiempia tässä kappaleessa esille tulleita seikkoja.

6.4 IÄN VAIKUTUS MIELIPITEISIIN KORUJEN EETTISYYDESTÄ

Halusin selvittää, miten vastaajien ikä vaikuttaa suhteessa mielipiteisiin korujen eettisyydestä. Muutamia asioita, jotka tulivat esille olivat esimerkiksi se, että koruihin liittyvät eettiset seikat näyttävät olevan tärkeämpiä nuorille kuin vanhemmille. He myös kaipasivat enemmän tietoa korujen valmistusolosuhteista ja raaka-aineen alkuperästä. Nuoremmat halusivat ostaa eettisiä koruja ja olivat valmiita maksamaan niistä jonkin verran enemmän. Tämä siitäkkin huolimatta, että nuoremmilla oli pienemmät tulot. Korutyyleissä ja korunostopaikoissa oli myös ikään liittyviä eroja. Nuoremmat olivat valinneet 'geometrisen' ja 'siro' kuvailemaan ostamia koruja huomattavasti enemmän kuin vanhemmat. Vanhemmilla taas 'perinteinen' oli huomattavasti suositumpi tyyli. Timantit ja värilliset kivet olivat suositumpia vanhemmilla vastaajilla. Nuoremmat ostivat koruja enemmän ketjuliikkeistä, kuten Timanttisilta, kun taas vanhemmat asioivat muissa kultasepäniikkeissä enemmän. Design-liikkeet ja korujen nettikaupat olivat suositumpia korunostopaikkoja nuoremmilla vastaajilla (kuitenkin suosituin ikäryhmässä 35-44). Nuoret myös ostivat koruja muista nettikaupoista, vaatekaupoista ja kirpputoreilta enemmän kuin vanhemmat vastaajat. Koruja itselleen ostivat eniten ikäryhmään 35-44 kuuluvat. Luomutuotteita ostivat eniten vanhemmat vastaajat, kun taas ilmastonmuutoksesta olivat eniten huolissaan nuorimmat.



6.5 PÄÄTELMIÄ KYSELYN TULOKSISTA

Pidän kyselyä onnistuneena ja sain siitä irti hyödyllistä ja mielenkiintoista tietoa. En ole ennen tehnyt kyselyä, joten olin aluksi hieman epävarma sen onnistumisesta. Kyselyyn vastasi huomattava määrä ennalta oletetusti vastuullisesta kuluttamisesta kiinnostuneita ihmisiä. Varmasti sen vuoksi myös korujen eettisyydestä kiinnostuneita oli vastaajista suurempi osa kuin niitä, joita eettisyysasiat eivät niin kiinnostaneet. Siksi koko vastaajamäärästä karsitut ryhmät A ja B, olivat eri kokoiset. Pienemmässäkin ryhmässä (B) oli kuitenkin 30 henkilöä, jota on pidetty vähimmäismääränä otokselle, jotta tuloksiin voi luottaa (Taanila 2014). Nämä tarkastelun kohteena olleet ryhmät karsiutuivat suhteellisen suuresta joukosta vastaajia, joten senkin vuoksi pidän tuloksia luotettavina.

Lopuksi haluan vielä nostaa esille muutaman mielestäni tärkeän seikan liittyen kyselyn tuloksiin. Selkeästi on nähtävissä eroja niiden välillä, joita korujen eettisyys kiinnostaa ja joita se ei kiinnosta. Eroja on korujen käytössä ja ostamisessa sekä korujen valintakriteereissä. Huomion arvoinen seikka on se, että monet korujen eettisyydestä kiinnostuneet eivät olleet naimisissa tai kihloissa. Kyselyn ja kultaseppien haastattelujen perusteella monet ihmiset miettivät eettisyyteen liittyviä asioita usein juuri kihla- tai vihkisormusostoksilla. Näiden tietojen perusteella voi tehdä päätelmiä eettisen korumalliston kohderyhmästä ja niistä saa pohjaa mahdolliselle korumallistolle.

Se, että eettisistä koruista kiinnostuneet tienaavat vähemmän ja käyttävät hieman vähemmän rahaa

koruihin on osittain selitettävissä sillä, että ryhmän jäsenet olivat hieman nuorempia toiseen ryhmään verrattuna. Tulotasolla on tapana nousta iän myötä. Tämä oli myös nähtävissä, kun tutkin iän vaikutusta mielipiteisiin. Nuoret olivat enemmän kiinnostuneita korujen eettisyyteen liittyvistä kysymyksistä kuin vanhemmat vastaajat. Eettisyyteen liittyvät mielipiteet ovat vahvasti arvopohjaisia ja sen vuoksi hyvin pysyviä. Nykypäivän nuoret ovat tulevaisuudessa varteenotettavia kuluttajia. Heidän tapansa kuluttaa ja tehdä siihen liittyviä päätöksiä saattavat olla hyvinkin erilaiset kuin mihin aiemmin on totuttu. He ehkä vaativat yrityksiltä läpinäkyvyyttä ihan eri tavalla kuin aiemman sukupolvet. Myös nuorempien vastaajien suosima nettikauppa valtaa koko ajan enemmän alaa. Monet etsivät tietoa tuotteista netistä ja vertailevat vaihtoehtoja. Netissä olisi helppo tuoda esille taustaa korujen valmistukseen ja raaka-aineisiin liittyen ja sieltä voi asiakas lukea niin paljon tai vähän kuin kiinnostaa.

Kyselyn tuloksia ei voida yleistää koskemaan kaikkia suomalaisia. Vaikka selkeästi kiinnostusta eettisiin koruihin löytyy, ei tämän kyselyn perusteella voida olla varmoja kuinka paljon asiasta kiinnostuneita Suomessa on. Tässä asiassa yhteys LOHAS-kuluttajiin voi antaa jonkinlaista suuntaa arviolle. LOHAS-kuluttajaryhmään kuuluu noin kolmannes suomalaisista (Tripod Research 2010). Jos tuloksiin, joiden mukaan voi nähdä yhteyden LOHAS-kuluttajien ja korujen eettisyydestä kiinnostuneiden välillä on luottamista, niin voisi päätellä kiinnostusta löytyvän kohtalaisen paljon.

6.7 KYSELYN VERTAAMINEN AIEMPAAN TUTKIMUKSEEN AIHEESTA

Henri Jokinen on tutkinut kuluttajien suhtautumista korualan eettisyyskysymyksiin pro gradu-tutkielmassaan Consumer Perceptions and Behaviour in Respect to Ethical, Social, and Environmental Matters in Jewellery Business (Jokinen 2011). Tutkimus oli huomattavasti laajempi kuin oma kyselyni. Tutkimuksen mukaan kuluttajat valitsisivat mieluummin eettisen vaihtoehdon, jos voisivat valita ”tavallisen” ja eettisen korun välillä. Huomattava osa kuluttajista olisi valmis maksamaan eettisistä koruista enemmän kuin ”tavallisista” ja näkemään enemmän vaivaa hankkiakseen sellaisia. Enemmistö ei olisi kuitenkaan valmis maksamaan enemmän. Tutkimuksessa oli nähtävissä kaksi kuluttajaryhmää, jotka olivat valmiita maksamaan enemmän. Näitä ihmisiä oli noin kolmannes kuluttajista. Ryhmien kuvailuista löytyi yhtäläisyyksiä omiin päätelmiini, joten mielestäni tämä tutkimus tukee omaani. Jokinen päätteli näiden kuluttajaryhmien nousevan yhä tärkeämmiksi tulevaisuudessa, koska ryhmät olivat ikäjakaumaltaan suhteellisen nuoria. Myös Jokisen tutkimuksessa tuli esille sama seikka, jonka itsekin huomasin kultaseppien haastatteluista ja kyselystä, että vanhemmat miehet ovat vähiten kiinnostuneita eettisistä seikoista ja että nuoremmat sukupolvet välittävät huomattavasti enemmän. Tutkimuksessa tuli esille, että kuluttajat eivät ole kovin hyvin selvillä koruihin liittyvistä eettisistä seikoista ja, että tarvetta tiedolle olisi. Kuluttajat arvostavat läpinäkyvyyttä ja tuotantoketjuista avoimesti kertominen lisää asiakkaiden lojaaliutta ja vaikuttaa ostopäätöksen tekoon positiivisesti. Jokinen tuli tutkimuksessaan myös siihen tulokseen, että internet-ostaminen tulee lisääntymään ja se olisi hyvä väylä myydä eettisiä

koruja, koska tuoteinformaatio on helppo kommunikoida kuluttajalle sitä kautta. Ylipäätään eettiset korut kannattaa Jokisen mielestä brändätä eettisiksi, jotta asiakkaat tietävät niistä ja erottavat ne muista. Ostopäätöksen tekeminen on näin helpompaa.



6.8 MITKÄ KORUIHIN LIITTYVÄT EETTISET SEIKAT MIETITYTTÄVÄT KULUTTAJIA? -LAINAUKSIA KYSELYN VASTAUKSISTA

”veritimetit, kolmannen maailman kaivostyöläiset ja heidän työolonsa”

”Luonnon tuhoutuminen kaivoksien takia, ihmisoikeusrikokset ja muut eettiset ongelmat, kuten lapsityövoiman käyttö. Mietin myös ekologista jalanjälkeäni koruja ostaessa.”

”Korun valmistusolosuhteet ja materiaalien eettisyys”

”Materiaalien alkuperä (kun kyseessä jalometallit ja -kivet). Myös valmistusolosuhteet ja ekologisuus.”

”Timanttibisneksen hämäräperäisyys ja nurjat puolet, jalometallien louhintaan ja käsittelyyn kuluvat vesi- ym. luonnonvarat.”

”Kaivostoiminnan ympäristöystävällisyys, työolot, materiaalien puhtaus, kemikaalien käyttö”

”Kulta ym. metallit. Alkutuotannon työntekijöiden työolosuhteet, palkkaus ym. seikat + myös vaikutukset luontoon/ympäristöön. Helmikoruissa viljellyt helmet eli simpukan ”hyväksikäyttö”--> en käytä helmiä ollenkaan. ”Halpiskoruissa” mietityttävät samat asiat kuin vaateteollisuudessa, siksi olen tehnyt yhä enemmän korujakin itse.”

”esim. kivien alkuperä, metallien alkuperä. Kierrätykselliset näkökohdat”

”Mistä korut tulee ja niihin käytetyt aineet. Miten korut on valmistettu.”

”En mielelläni hanki mitään joka on selkeästi liian halpaa. Kiitos Kiina, maailma hukkuu roskaan. Myös halvat timanttikorut jäävät hankkimatta. Maksan mielelläni enemmän ja tuen kotimaista käsityöläistyötä.”

”Jalometallien ja kivien hankkimiseen liittyvä verinen historia. Orjatyö, huonot olosuhteet työntekijöille, saasteet jotka kaivosten yhteydessä syntyvät”

”Rihkamakorujen valmistajien työolot, materiaalien ympäristöystävällisyys, sulkien ym. eläimistä saatavien materiaalien tuotantotapojen eettisyys”

”Se, millä keinoin hinta on saatu alas, jos kyseessä ei ole kotimainen koru.”

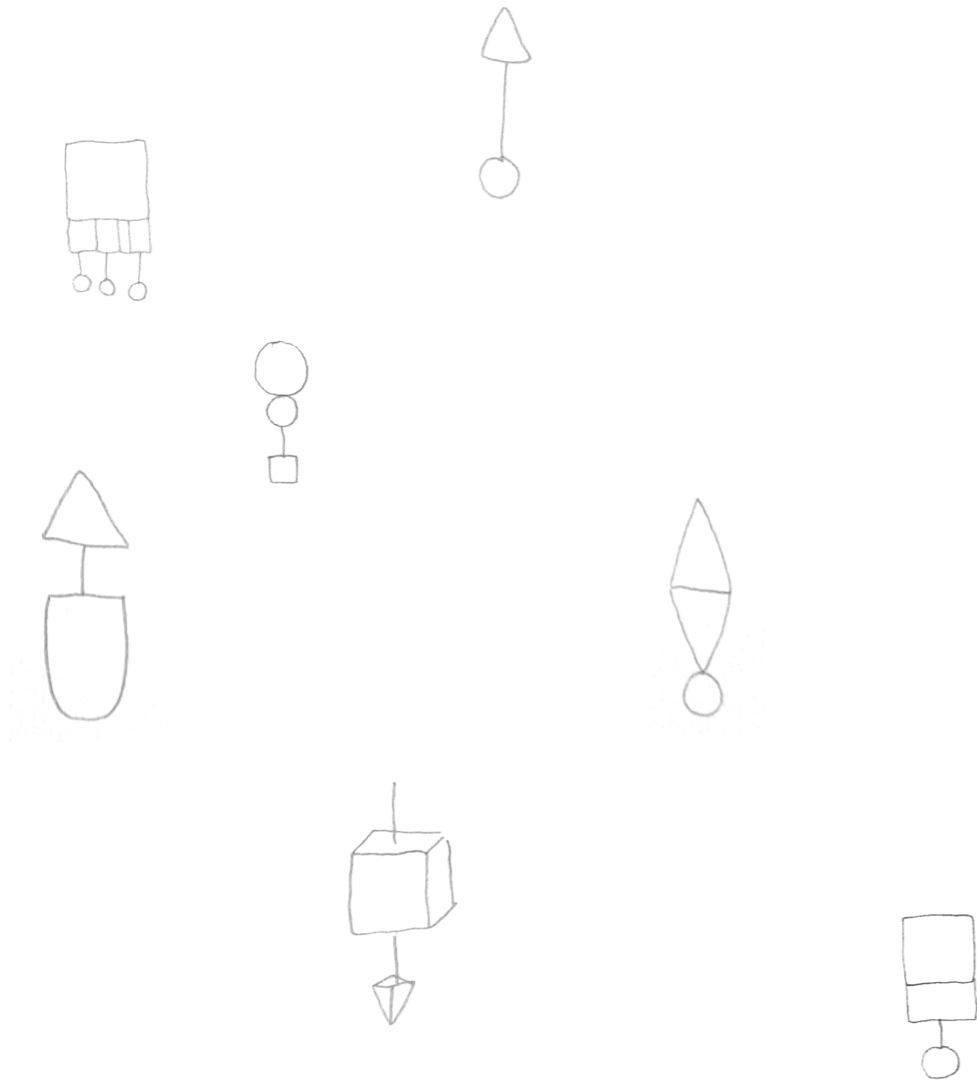
”En osta itse nykyään jalometallikoruja, enkä toivo saavani niitä lahjaksi. Metallien louhinta koristeeksi on ilmastolle ja ympäristölle liian raskas taakka kannettavaksi. Vältän metallikoruja muutenkin, joskin ostan mieluummin kestävätkä hopeakorut kuin hopeoidut rihkamakorut, joista pinta kuluu rumaksi nopeasti. En myöskään halua aitoja jalokiviä niihin liittyvän riiston vuoksi. Ostan mielelläni kierrätyskoruja tai koruja, jotka ovat malliltaan ajattomia. Myös muotikoruja voi käyttää pitkään, jos niitä hoitaa oikein. Tämä on nykyään helpoa, koska olen opiskelija, eikä minulla ole varaa ostaa kalliita koruja muutenkaan, mutta noudatin näitä valintoja myös töissä ollessani.”

”Jalometallien ja kivien louhinta (ympäristö ja työvoima). Haluaisin ostaa kierrätettyä hopeaa. En koskaan osta muita jalometalleja saatika timanteja.”

”Koruissa pitäisi olla selvästi merkittynä alkuperämaa ja raaka-aineiden kierrätys.”

”- jalokivien tuotantoon ja etsimiseen liittyvät asiat
- lapsityövoima”

”Mistä korujen materiaalit ovat peräisin ja millaisista lähtökohdista. millaisissa oloissa korujen valmistajat ja niiden raaka-aineiden kerääjät ovat työstäneet ja ovatko he saaneet työstään kohtuullista palkkaa. Onko koruillani haittaa ympäristölle, entä eettisiä ongelmia valmistajilleen?”



7 KORUMALLISTON SUUNNITTELU

7.1 KOHDERYHMÄ EETTISELLE KORULLE

Haastattelujen ja kyselyn perusteella kartoitin kohderyhmää eettiselle korulle tai korumallistolle. Näiden asioiden lisäksi otin mukaan vielä muutamman LOHAS-kuluttajaan sopivan piirteen. Ajattelen kohderyhmän mieluummin yksilön kautta. Kuvitteellinen kohderyhmän edustaja on nuorehko kaupungissa asuva nainen. Hän on korkeasti koulutettu. Oma ja muiden hyvinvointi kiinnostaa häntä. Kaupassa hän valitsee usein luomutuotteita ja terveellisiä raaka-aineita. Hän on kiinnostunut ulkonäöstä ja vaatteista, mutta ei pidä kerskakulutuksesta. Laatu menee määrän edelle. Hän on sosiaalinen, aktiivinen ja luova ihminen. Hän harrastaa joogaa ja meditoi.

Koruja hän käyttää lähes päivittäin. Korutyylillä on yleensä aika pelkistetty ja moderni, mutta silloin tällöin hän haluaa vaihtelua. Geometriset muodot esiintyvät koruissa useammin kuin kukat ja perhokset. Hän suosii valinnoissaan kotimaisia suunnittelijoita tai hän ostaa koruja käytettynä kirpputorilta. Hopea on korumateriaaleista suosikki, mutta hänellä on paljon koruja myös muista materiaaleista.

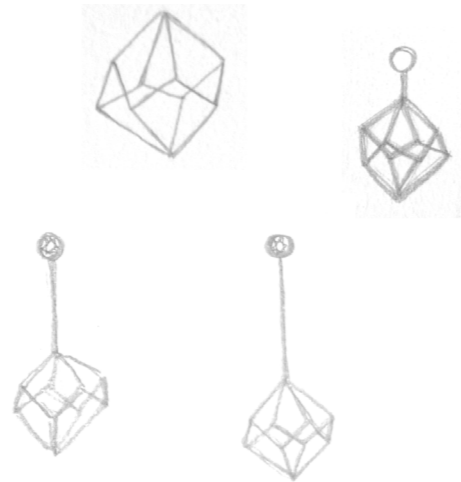


7.2 SUUNNITTELU

Kohderyhmän edustaja mielessäni lähdin suunnittelemaan korua. Lähtöajatuksena oli suunnitella arkikäyttöön sopiva koru tai korusarja. Arkikäyttöön ennen kaikkea siksi, että kohderyhmän edustaja käyttää koruja lähes päivittäin, eikä vain säästä niitä juhkakäyttöön. Mielessäni olivat sanat moderni, siro ja geometrinen, jotka olivat kohderyhmän edustajan korutyylillä kuvaavia sanoja kyselystä. Geometria on itselläni sydäntä lähellä, joten se korostui suunnittelussa. Kyselyn perusteella koru ei saisi olla liian bling. En myöskään halunnut suunnitella perinteistä jalokivikorua, vaan halusin että koru on moderni. Opinnäytetyön aiheen vuoksi ajattelin, että korussa tulisi todennäköisesti olemaan värijalokivi. En kuitenkaan halunnut rajoittaa korun suunnittelua liikaa siihen, koska en ollut varma löytäisinkö koruihin eettisesti tuotettuja jalokiviä.

Jalokivet olivat kuitenkin ajatuksena mukana korun suunnittelussa. Jonkin aikaa luonnosteltuani huomasin kiinnostuvani jalokivien kiderakenteista ja läpinäkyvyyden ideasta. Kiderakenne on kuin kaava, jota kivi kasvaessaan noudattaa. Kiderakenteissa minua viehättää niiden geometria ja kolmiulotteisuus. Se vie ajatukseni jalokiven syntyyn ja sen muodostumiseen kauan sitten. Jalokivet ovat olleet olemassa jo kauan ennen meitä. Vaikka kiderakenne olisi sama, ovat luonnossa syntyneet jalokivet aina yksilöllisiä. Yksi jalokivien arvostettu ominaisuus on läpinäkyvyys. Se on myös mitä toivoisin lisää jalokivien tuotantoon liittyen ja korualalle ylipäätensä. Nämä tuntuivat sopivilta lähtökohdalta korumallistolle.

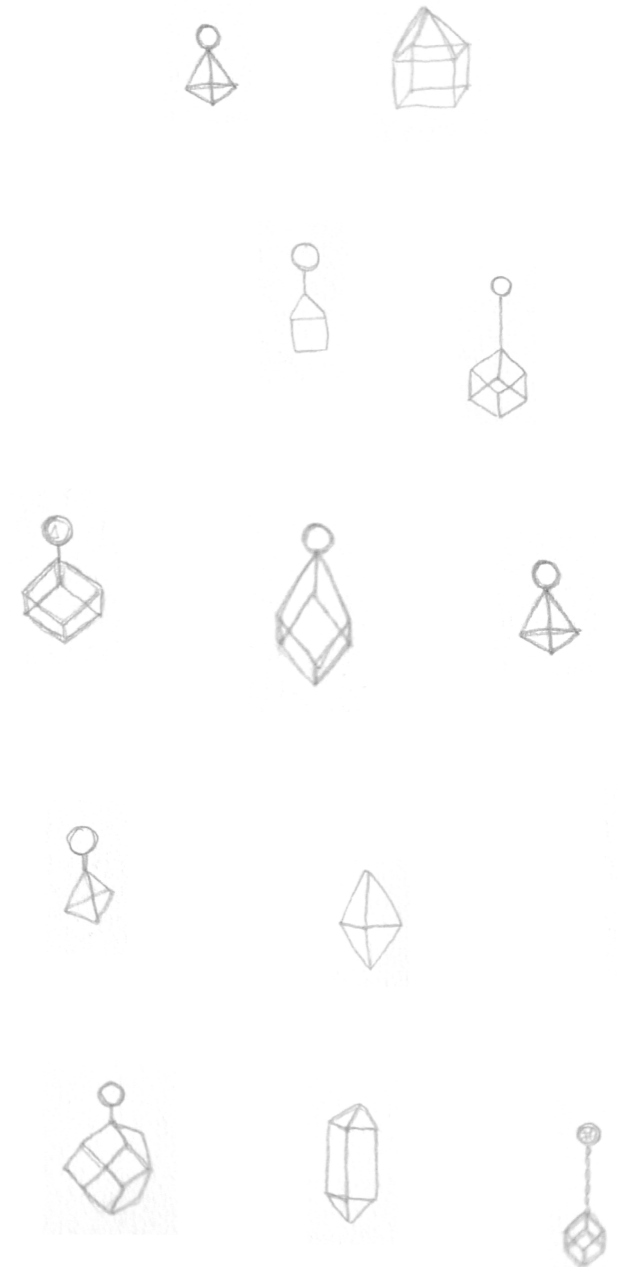
Tarkastelin jalokivien kiderakenteiden muotoja. Timantin kuutiollinen kiderakenne tuntui yksinkertaisuudessaan sopivalta. Kuutio on muotona täydellinen ja myös ajatus yhdistää ”timantti” värijalokiven pariin koruun viehätti. Yhdistelmä on hyvin tuttu perinteisistä jalokivikoruista. Kuutiota on toki käytetty koruissa paljon, mutta halusin silti käyttää sitä, vaikka vaarana olisi, että toistan jotain jo aiemmin tehtyä. Erityisesti granaatin kiderakenne viehätti myös, mutta eksyin tutkailemaan muidenkin mineraalien kiderakenteita ja löysin mielenkiintoisen muodon nimeltään tetragonal trapezohedron. Kyseiseen kidejärjestelmään kuuluu vain muutama mineraali, eivätkä ne ole korukiviä. Pidän kuitenkin muodosta ja päätin lopulta käyttää variaatiota siitä korussa. Luonnostelin ensin erilaisia kiderakenteita ja koruja lyijykynällä ja kokosin malleja muodoista ohuista mehupilleistä. Pian kuitenkin päätin mallintaa halutut muodot 3D-ohjelmalla.



7.3 KORUJEN VALMISTUS

Rhinoceros 3D-mallinnusohjelmalla mallinsin muutamia muotoja ja muokkasin niistä itseäni miellyttäviä versioita. Mallinsin myös kuution. Valitsin muodoista mielestäni parhaat. Valitsin kuution ja kaksi eri versiota tetragonal trapezohedronista.

Mallinnuksen jälkeen muodot tulostettiin 3D-tulostimella. Kokosin tulostetuista muoviosista valukuusen ja tein kipsimuotin. Osat valettiin hopeaan koululla. Normaalisti valukuusi kootaan vahasta, mutta muoviosiakin voi käyttää, ne palavat pois muotista uunissa. Olen käyttänyt samaa menetelmää aiemminkin, joten se oli tuttu minulle. Tiesin myös siihen liittyvät riskit. Aiemmat korut, jotka valmistin samalla tavalla olivat ohuempia lankarakennelmia. Niiden valaminen on ollut hankalaa osittain juuri ohuuden tähden. Tämän tietäen päätin tehdä näistä muodoista hieman paksumpia kuin aiemmin. Lankarakenteen paksuus vähentää läpinäkyvyyden ja keveyden vaikutelmaa, mutta olin iloinen, koska valu onnistui. Hopeavalun jälkeen päätin, kummasta muodosta pidin enemmän kuution lisäksi. Tällä tekniikalla korun valmistaminen tarkoittaa myös, että pinnasta jää karhea ja epätasainen. Sitä ei kannata yrittää edes hioa tasaiseksi ja kiillottaa. Itse pidän rouheasta pinnasta. Tähän tarkoitukseen se mielestäni sopi hyvin. Hopean lisäksi päätin käyttää koruissa myös jalokiviä.



7.4 EETTISTEN JALOKIVIEN TILAAMINEN RUOTSISTA

Tilasin jalokivet Ruotsista eettisiä jalokiviä myyvältä yritykseltä nimeltä AA Ädelstenar. Yrityksellä ei ole nettikauppaa. Tilaaminen onnistui niin, että kerroin millaisia jalokiviä etsin ja sain listan varastossa olevista kivistä sähköpostiini. Valitsin listasta kiinnostavimmat ja sain niistä valokuvat. Valokuvien perusteella päätin, mitä haluan. Kivet postitettiin vakuutettuna lähetyksenä. Systemi toimi ihan hyvin, vaikka parempia kuvia olisin kivistä kaivannut ennen päätöksentekoa. Olin kuitenkin tyytyväinen tilaamiini reilun kaupan periaattein tuotettuihin montanalaisiin safiireihin. Ne olivat hyvän laatuista ja kauniita. Hintakaan ei ollut paha, mutta toki postitus Ruotsista maksoi enemmän kuin Suomesta. Myös aikaa meni tilaamiseen enemmän tällä tavoin. Näiden seikkojen vuoksi hinta muodostui hieman korkeammaksi asiakkaalle. Halusin ostaa kivet kokeillakseni miten se onnistuu. Kokeukseni perusteella voin suositella muillekin. Aluksi täytyy toki nähdä tavallista enemmän vaivaa, mutta seuraavalla kerralla tilaus onnistuu varmasti jo helpommin. Postimaksujen vuoksi olisi myös järkevää tehdä hieman suurempi tilaus kerralla tai tehdä yhteistilaus. Täytyy myös varautua siihen, että kaikkia jalokiviä ei ole saatavilla eettisesti tuotettuna. Tämä pitää ottaa huomioon suunnittelussa. Jos ehdottomasti haluaa eettisen jalokiven, voi joutua valitsemaan toisen kiven kuin alunperin oli suunnitellut.



7.5 KORUMALLISTO

Suunnittelin ja valmistin korumalliston viimeisenä osana opinnäytetyötäni. Koska halusin suunnitella korun tietylle kohderyhmälle, täytyi minun tehdä kaikki muu tutkimuksellisempi työ ennen suunnittelua, jotta sain tietoa kohderyhmästä. Korun suunnittelu ei ollut ensisijainen osa opinnäytetyötäni. Painotus oli enemmän tutkimuksessa. Tämän vuoksi en asettanut itselleni suuria tavoitteita suunnitella jotain ennen näkemätöntä. Koruissa on tuttuja elementtejä aiemmin suunnittelemani koruista. Luonnon muotoilemat geometriset muodot liittyvät ajatukseen läpinäkyvyydestä. Ajatuksen tasolla korusarjalla on mielestäni enemmän uutta tarjottavaa kuin visuaalisesti. Myös eettisesti tuotetut jalokivet tuovat korumallistoon uudenlaisen näkökulman.

Korumallisto koostuu yhteensopivista, mutta ei kuitenkaan samannäköisistä osista. Esimerkiksi malliston kaksi sormusta ovat hyvin erilaiset keskenään, mutta katsottaessa sarjaa kokonaisuudessaan ne ovat kuitenkin samaa perhettä. Safiirisormus kävisi myös vihkisormuksesta. Safiirikorvakorut ovat monikäyttöiset. Niitä voi käyttää pelkinä nappikorvakoruina tai irroitettavan pitkän roikkuvan osan kanssa. Tappiin pujotettava osa voi roikkua korvanlehden edessä tai takana. Riipukset ovat huolettomia ja sopivat hyvin arkikäyttöön. Korvakoruja ja sormusta voi valmistaa eri värisillä kivillä asiakkaan toiveiden mukaan.







60



61



62



63



8 LOPUKSI

8.1 MITEN KORUALA HYÖTYISI LÄPINÄKYVYYDEN LISÄÄMISESTÄ?

Itselleni tieto käyttämieni raaka-aineiden, kuten jalokivien alkuperästä on tärkeää. Ymmärrän kuitenkin, että kaikille alan ihmisille asia ei ole yhtä merkityksellinen. Liiketoiminnan kannalta eettisyysasioiden huomioiminen saattaa tuntua joistakin tarpeettomalta vaivannäöltä. Pidemmillä tähtäimellä katsotuna eettisyyskysymysten huomioiminen voi kuitenkin olla hyvinkin järkevää myös taloudellisesti.

Kuluttajat alkavat olla yhä tietoisempia ja kiinnostuneempia ostamiensa tuotteiden alkuperästä ja omien valintojen vaikutuksesta muihin ihmisiin ja ympäristöön. Samaa kehitystä on nähtävissä korujen suhteen. Haastattelujeni perusteella tuli esille, että kuluttajien kiinnostus korujen eettisyyskysymyksiä kohtaan on kasvanut. Nuorempia ihmisiä asia kiinnostaa enemmän kuin vanhempia, joten tulevaisuudessa eettisyysasiat painavat yhä useamman ihmisen kulutus päätösten taustalla. Jo nyt noin kolmannes suomalaisista voidaan luokitella LOHAS-kuluttajiksi, joiden kulutusvalintoja ohjaavat eettiset seikat liittyen ympäristöön ja ihmisoikeuksiin. Nämä ihmiset tekevät arvojensa mukaisia valintoja. Vaarana on, että jos heille ei tarjota eettistä vaihtoehtoa (myös) koruissa, he eivät osta koruja. Tämä koskee etenkin jalometalli- ja jalokivikoruja. Tämä asia tuli esille muun muassa joissakin kommentteissa kuluttajakyselyssäni. Asiaan pystyvät vaikuttamaan yksittäiset kultasepät tahoillaan tarjoamalla eettisiä vaihtoehtoja.

Kultasepänalalle yleisesti eettisten toimintatapojen lisääminen olisi hyvin hyödyllistä. Kuluttajien kriittisyyden lisääntyessä korualaa kohtaan, olisi tärkeää

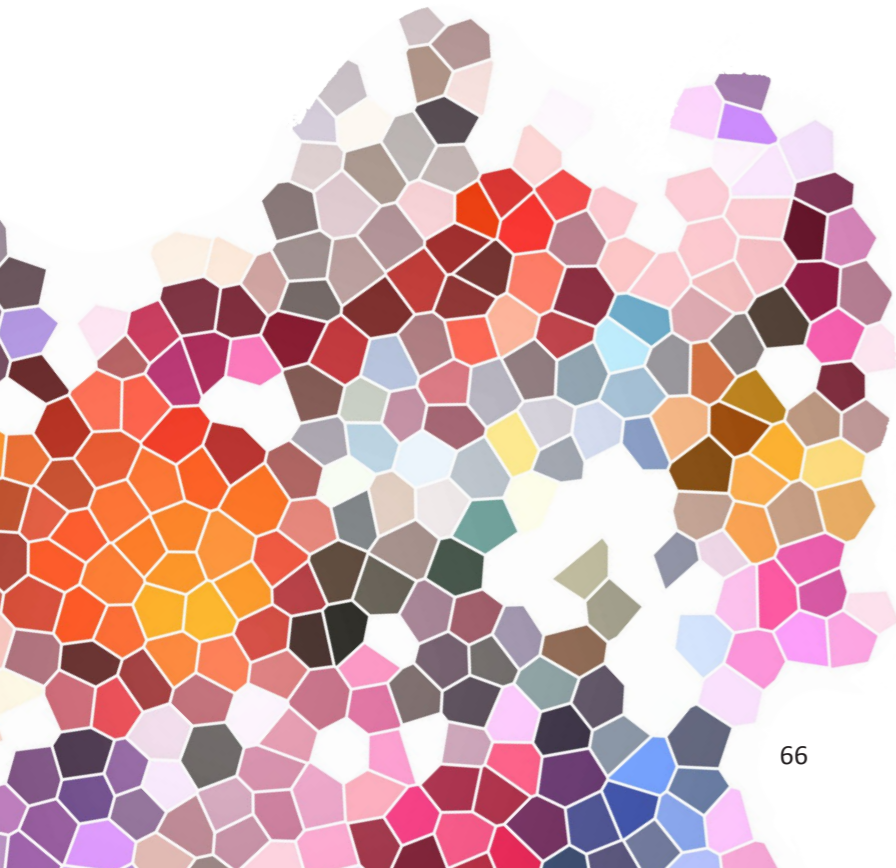
pystyä näyttämään, että alalla toimitaan aktiivisesti ongelmien poistamiseksi, muutenkin kuin vain yksittäisten kultaseppien toimesta. Muuten saatetaan menettää asiakkaita, joiden luottamus alaan voi olla vaikea palauttaa.

Koska jäljitettävyyttä liittyy kiinteästi eettisyyteen, on tästä suuri hyöty jalokivien suhteen kultasepälle. Seurantajärjestelmän ansiosta varma tieto jalokivien löytöpaikasta ja niille tehdyistä käsittelyistä seuraa kivien mukana. Hyvän seurantajärjestelmän ansiosta epärehellinen toiminta vaikeutuu huomattavasti tai katoaa kokonaan. Myös asiakkaat arvostavat tietoa liittyen tuotteen alkuperään. Kuten yksi jalokivikoruihin erikoistunut kultaseppä haastattelussani kertoi: ”Mitä enemmän voi jalokivistä tietoa myyntitapahtumassa antaa, sitä helpommin saa kaupan tehtyä.”. Kyselyni vastausten perusteella monilla kuluttajilla oli tarvetta tarkemmalle tiedolle liittyen raaka-aineiden alkuperään ja korujen valmistukseen. Myös muu tutkimus aiheen parista osoittaa kuluttajien arvostavan läpinäkyvyyttä, sekä tuotantoketjuista avoimesti kertominen lisää asiakkaiden lojaaliutta ja vaikuttaa ostopäätöksen tekoon positiivisesti (Jokinen 2011).

Kultasepänalalla on perinteisesti ollut hyvin ansioikas raaka-aineiden kierrätyksessä. Mitään ei heitetä hukkaan ja pitkäikäiset, laadukkaat tuotteet voi korjata tai vaihtoehtoisesti käyttää jälleen raaka-aineena. Tämä on alallemme suuri ansio. Jos sen lisäksi vielä voidaan vähentää raaka-aineiden louhintaan ja jatkokäsittelyyn liittyviä ongelmia, on mahdollista toimia suunnannäyttäjänä muillekin

aloille. Tällä hetkellä Suomessa tilanne jalometallien suhteen on varsin hyvä. K.A. Rasmussenin myymä kulta on 100% kierrätettyä ja hopeastakin 70-80% (K.A. Rasmussen 2015)

Korut liittyvät ihmiselämän tärkeisiin ja onnellisiin hetkiin. Koruihin liitetään kauniita ajatuksia ja muistoja. Korut, ennen kaikkea vihkisormukset symboloivat rakkautta, liittoa ja välittämistä. Tähän peilaten on mielestäni käsittämättömän ristiriitaista, että korujen raaka-aineiden tuotantoon liittyy minkäänlaista hyväksikäyttöä. Tässä ovat vastakohtina ihmisyyden kaunein ja rumin puoli. Jalokivissä arvostetaan puhtautta ja läpinäkyvyyttä. Olisiko aika, että nämä asiat kuvaisivat korualaa kokonaisuudessaan?



8.2 OPINNÄYTETYÖN HERÄTTÄMIÄ AJATUKSIA

Opinnäytetyö on ollut prosessina pitkä ja monivaiheinen. Olen oppinut paljon korujen, varsinkin jalokivien eettisyyteen liittyvistä asioista ja kiinnostus aiheeseen on vain kasvanut tekemisen aikana. On myös ollut mielenkiintoista selvittää kuluttajien suhtautumista asiaan. Se, että kuluttajia kiinnostaa eettisyyteen liittyvät kysymykset on tärkeää ja mahdollistaa muutoksen parempaan. Opinnäytetyö on tavallaan alku pitkälle tielle, jonka vaikutukset tulevat varmasti näkymään urallani korumuotoilijana. Tutkimukselliseen osioon painottuva työ on ollut erilaista kuin mihin olen tottunut. Teen mieluummin käytännönläheisempää työtä, mutta asian kiinnostavuuden vuoksi voisin ajatella tutkivani aihetta enemmänkin tulevaisuudessa.

Käsittelin korujen eettisyyteen liittyviä kysymyksiä monelta kantilta. Yksittäisiin osa-alueisiin olisi voinut paneutua syvemmin, jos olisin rajannut aihepiiriä enemmän. Halusin kuitenkin tarkastella aihetta eri lähtökohdista. Asiasta kiinnostuneet voivat sitten omatoimisesti selvittää enemmän juuri itseä kiinnostavista osa-alueista. Kullantuotantoon ja timanttien louhintaan liittyvien seikkojen pois rajaaminen oli järkevää, muuten opinnäytetyöstä olisi tullut aivan liian laaja. Samoin oli viisasta pitää korun suunnittelu sivuroolissa.

Tiedän, että eettisyyskysymykset eivät ole kaikille yhtä tärkeitä. Kukin toimii parhaaksi katsomallaan tavalla. Itse haluan yrittää löytää ratkaisuja, jotka eivät ole ristiriidassa arvojeni kanssa. Aina se ei ehkä ole mahdollista, joskus täytyy varmasti tehdä kompromisseja. Mutta niissä asioissa, joissa voin

valita, niin valitsen mieluummin eettisemmän vaihtoehdon.

En usko, että kukaan haluaisi tieteen tahtoen käyttää epäeettisiä materiaaleja työssään. Uskon, että usein kultasepät eivät juuri ajattele tai eivät tiedä käyttämiensä materiaalien, kuten jalokivien taustaa kovin tarkasti. Asioiden selvittäminen on hankalaa, koska tietoa ei ole saatavilla tarpeeksi. Mielestäni ei ole oikein, että ne joilta huolestuneet asiakkaat kyselevät raaka-aineiden eettisyydestä eivät voi kovinkaan paljon asiaan itse vaikuttaa. Jos jalokivien lähes koko ketju kaivoksilta sepille on läpinäkymätön, voi yksittäisestä kultasepästä tuntua mahdottomalta vaikuttaa asiaan. Tällä hetkellä on kuitenkin hyvin paljon kiinni kultasepästä itsestään, miten paljon hän ottaa selville asioista ja miten toimii. Mielestäni asian ei pitäisi olla yksittäisten seppien ja yrittäjien vastuulla, vaan käytettävien materiaalien eettisyys pitäisi olla itsestäänselvyys alalla. Ei vain kysymys henkilökohtaisista valinnoista. Sen vuoksi alalle olisi hyvä saada yhteisiä pelisääntöjä. Siksi oli hyvä huomata, kuinka paljon on olemassa aloitteita muun muassa jalokiviteollisuuden ongelmien vähentämiseksi. Tulevaisuus näyttää tämän valossa hieman positiivisemmalta.

Jos haluaa tietää käyttämiensä materiaalien eettisyydestä, täytyy olla valmis kyselemään hankalia kysymyksiä raaka-aineiden, korunosien ja jalokivien myyjiltä. Jos vastauksia kysymyksiin ei saa tai ne eivät miellytä, voi joutua etsimään uuden toimittajan. Suomen oloissa tämä on ongelmallista, koska ala on niin pieni ja tiettyjä tuotteita myy vain yksi tai

kaksi toimittajaa. Toisaalta se, että eettisyysasioista kysellään, antaa valmistajille ja toimittajille viestin, että näihin asioihin kannattaisi kiinnittää huomiota.

Jos valmistaa koruja eettisistä materiaaleista, ei eettisyys mielestäni saisi nostaa tuotteiden hintaa enempää kuin mikä on todellinen korotus eettisten materiaalien hinnassa ja hankinnassa. Etusijalla pitäisi olla eettisen vaihtoehdon tarjoaminen asiakkaille mahdollisimman helposti lähestyttävänä. Ei niin, että eettisyys sanana nostaisi tuotteiden hintoja vieden ne pois tavallisen koruja ostavan kuluttajan ulottuvilta. On myös hyvä muistaa, että eettisyys ei yksinään tee korusta haluttavaa ja myyväää. Sen on oltava myös kaunis.

On totta, että ongelmat eivät koske vain omaa alaamme. Paljon olisi parannettavaa monilla muillakin teollisuuden aloilla. Mielestäni siihen vetoaminen ei kuitenkaan tee ongelmaa yhtään pienemmäksi tai hyväksyttävämmäksi. Korualalla on mielestäni mahtavat mahdollisuudet parantaa tapojaan. Alan tuotteisiin liittyy niin paljon kauneutta ja rakkautta, että toimiminen eettisten periaatteiden mukaan pitäisi olla mielestäni itsestäänselvyys.



LÄHTEET

Antonucci. 2015. AA Ädelstenar. [Sähköpostiviesti 22.3.2015]. Nettisivu: <http://www.aa-adelstenar.se/>

Bates. 2013. Burmese Ruby, Jade Ban Extended. JCK [Viitattu 13.3.2015]. Saatavissa: <http://www.jckonline.com/2013/08/08/burmese-ruby-jade-ban-extended>

Björklund. 2015. [Sähköpostiviesti 9.3.2015].

Choyt. 2010. Open Source Mineral Resigns From The Responsible Jewellery Counsel (RJC). Blog.gregvalerio.com [Viitattu 5.3.2015]. Saatavissa: <http://blog.gregvalerio.com/2010/09/15/open-source-mineral-resigns-from-the-responsible-jewellery-counsel-rjc/>

CIBJO. 2015. Introduction to CIBJO. [Viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: http://www.cibjo.org/index.php?option=com_content&view=article&id=560:introduction-to-cibjo&catid=34:about-cibjo&Itemid=260

Columbia gemhouse. 2015. [Viitattu 16.3.2015]. Saatavissa: <http://columbiagemhouse.com/>

Dickinson DeLeon. 2007. Artisanal ruby mining in Myanmar. [Viitattu 13.5.2015]. Saatavissa: http://www.uvm.edu/rsenr/gemecology/assets/DeLeon_Myanmar_2007.pdf

Doyle & Bendel. 2011. Uplifting the earth. [Viitattu 4.3.2015] <http://www.lifeworth.com/consult/wp-content/uploads/2011/06/UpliftingTheEarth.pdf>

Fair Jewellery Action. 2015. [Viitattu 5.3.2015]. Saatavissa: <http://www.fairjewelry.org/>

Frilander. 2011. Suomalaista suklaata tehdään lapsityövoimalla. Yle [Viitattu 1.3.2015]. Saatavissa: http://yle.fi/uutiset/suomalaista_suklaata_tehdaan_lapsityvoivoi

malla/5405009

Gemfields. 2015. [Viitattu 17.3.2015]. <http://www.gemfields.co.uk/>

Henley. 2013. Is the Responsible Jewellery Council an imitation ethical standards body?. The Guardian [Viitattu 5.3.2015]. Saatavissa: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/responsible-jewellery-council-ethical-standards>

Hussain. 2009. A diamond's journey: grime behind the glitter?. NBC [Viitattu 13.3.2015]. Saatavissa: <http://www.nbcnews.com/id/15842528/#.VRKrLuFftpl>

International Colored Gemstone Association. 2015. [Viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://gemstone.org/>. Sekä Code of Ethics osoitteessa: http://gemstone.org/index.php?option=com_content&view=article&id=175&Itemid=74

International Jeweltree Foundation. 2015. [Viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.jeweltreefoundation.org/>

Jokinen. 2011. Consumer perceptions and behaviour in respect to ethical, social, and environmental matters in jewellery business. Aalto yliopisto [Viitattu 3.3.2015]. Saatavissa: <http://epub.lib.aalto.fi/ethesis/id/12665>

Kanniainen. 2012. "Anteeksi, onko joku kuollut tämän paidan takia?". Taloussanommat [Viitattu 1.3.2015]. Saatavissa: <http://www.taloussanommat.fi/kauppa/2012/08/24/anteeksi-onko-joku-kuollut-taman-paidan-takia/201236280/12>

K.A. Rasmussen. 2015. [Sähköpostiviesti 24.3.2015].

Khan. 2014. The dangerous world of Pakistan's gem trade. Maclean's [Viitattu 16.3.2015]. Saatavissa: www.macleans.ca/news/world/pakistans-blood-stones/

Leppiniemi. 2014. Terveysvalintoja varkain. S-Ryhmä [Viitattu 22.2.2015]. Saatavissa: <http://patarumpu.fi/2014/01/17/terveysvalintoja-varkain/>

Nineteen48. 2015. [Viitattu 17.3.2015]. <http://www.nineteen48.com/>

No Dirty Gold. 2015. [Viitattu 5.3.2015]. Saatavissa: <http://nodirtygold.earthworksaction.org/>

Rhode. 2014. The Kimberley Process is a 'perfect cover story' for blood diamonds. The Guardian [Viitattu 5.3.2015]. Saatavissa: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/diamonds-blood-kimberley-process-mines-ethical>

Siegle. 2012. Is H&M the new home of ethical fashion? The Guardian [Viitattu 1.3.2015]. Saatavissa: <http://www.theguardian.com/business/2012/apr/07/hennes-mauritz-h-and-m>

Stockmann. 2015. [Viitattu 4.3.]. Saatavissa: <http://www.stockmanngroup.com/fi/toimittaja-ja-tehdaslista> sekä <http://www.stockmanngroup.com/fi/vastuullisuus>

Taanila. 2014. Määrällisen aineiston kerääminen. Haaga-Helia. [Viitattu 14.3.2015]. Saatavissa: <http://myy.haaga-helia.fi/~taak/t/suunnittelu.pdf>

The Responsible Jewellery Council. 2015a. [Viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.responsiblejewellery.com/>

The Responsible Jewellery Council. 2015b. [Viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: <http://www.responsiblejewellery.com/files/Coloured-Gemstones-Webinar-Presentation-June2013.pdf>

Trendwatching. 2013. Guilt-free consumption. [Viitattu 22.2.2015]. Saatavissa: <http://trendwatching.com/trends/guiltfreeconsumption/>

Tripod Research. 2010. Matkalla kestävämpään. Viestinnän keskusliitto [Viitattu 20.2.2015]. Saatavissa: http://www.vkl.fi/files/1190/Vastuullinen_kuluttaja....Martinez_tripod.pdf

UNICRI. 2013. Expert meeting to discuss a new initiative on coloured gemstones traceability and certification of ethical origin. [Viitattu 4.3.2015]. Saatavissa: http://www.unicri.it/news/article/2013-04-11_Expert_meeting_Gemstones. Sekä tarkempi PDF ladattavissa: http://www.unicri.it/special_topics/metals_gemstones/

UNICRI. 2015. Coloured gemstones: establishing a mechanism for their traceability and certification of ethical origins. [Viitattu 5.3.2015]. PDF ladattavissa: http://www.unicri.it/special_topics/metals_gemstones/

Valerio & Oldershaw. 2011. The red and green book. Fair Jewelry Action. [Viitattu 15.3.2015]. Moniosainen PDF ladattavissa: <http://www.fairjewelry.org/jeweler-education-resources/>

Wills. 2013. Cred: a golden moment for ethical jewellery. The Guardian [Viitattu 13.3.2015]. Saatavissa: <http://www.theguardian.com/sustainable-business/cred-golden-moment-ethical-jewellery>

Kirjallisuutta:
Valerio, Greg. Making trouble -fighting for fair trade jewellery. 2013.

Kaikki kuvat Elsi Rauhala

LIITTEET

HAASTATTELUKYSYMYKSET KULTASEPILLE

Huom! Eettisyydellä tässä haastattelussa tarkoitetaan, että tuotteen kaivostoiminnassa ja tuotannon muissa vaiheissa on otettu huomioon niin sosiaaliset (työolot, palkkaus, lapsityövoima, konfliktit...) kuten myös ympäristövaikutukset. EN tarkoita tässä yhteydessä eettisyydellä kiven ominaisuuksiin ja tehtyihin käsittelyihin liittyviä seikkoja. Vaikka käytän termiä eettinen jalokivi, en kuitenkaan lähtökohtaisesti oleta, että kaikki muut jalokivet olisivat epäeettisiä.

1. Kuinka kauan olet toiminut kultaseppänä?
2. Miten hankit käyttämäsi jalokivet?
3. Mitä asioita otat huomioon jalokiviä ostaessasi?
4. Tiedätkö käyttämiesi kivien alkuperän? Mihin tieto perustuu?
5. Onko jonkinlainen tieto jalokiven alkuperästä vaikuttanut päätökseesi jättää kivi ostamatta? Jos on, millainen?
6. Liittyykö jalokivien kauppaan mielestäsi jotain parannettavaa (etenkin värijalokivet)? Mitä?
7. Kyselevätkö asiakkaat korujen raaka-aineiden alkuperästä ja eettisyydestä? Mitä kysytään?
- 8a. Kyselevätkö asiakkaat jalokivien alkuperästä? Erittele värijalokivet/ timantti. Mitä kysytään?

8b. Miten tieto vaikuttaa ostopäätökseen?

9a. Onko joku asiakas halunnut koruunsa eettisesti tuotetun jalokiven?

9b. Jos vastasit edelliseen kyllä, millainen koru ja kivi oli kyseessä? Mitä tarkoitusta varten?

9c. Päätyikö asiakas tilaamaan korun?

10a. Jos olet ollut aikeissa ostaa eettisesti tuotetun jalokiven, miten siinä kävi (esim löytyikö sellainen helposti jne)?

10b. Miten eettisesti tuotetun jalokiven hinta vertautuu tavalliseen? Miten asiakas suhtautui hintaan?

11. Oletko huomannut muutosta ihmisten suhtautumisessa eettisiin kysymyksiin urasi aikana?

12. Millaiset ihmiset ovat olleet kiinnostuneita eettisistä seikoista? Voiko ollenkaan yleistää? Esim ikä, sukupuoli, muuta mainitsemisen arvoista.

13. Haluaisitko, että markkinoilla olisi eettisin perustein sertifioituja jalokiviä? Ostaisitko niitä?

14. Onko sinulla jotain muuta kerrottavaa aiheeseen liittyen?

HAASTATTELUKYSYMYKSET JALOKIVIEN MAAHANTUOJILLE

Huom!

Eettisyydellä tässä haastattelussa tarkoitan, että tuotteen kaivostoiminnassa ja tuotannon muissa vaiheissa on otettu huomioon niin sosiaaliset (työolot, palkkaus, lapsityövoima, konfliktit...) kuten myös ympäristövaikutukset. EN tarkoita tässä yhteydessä eettisyydellä kiven ominaisuuksiin ja tehtyihin käsittelyihin liittyviä seikkoja. Vaikka käytän termiä eettinen jalokivi, en kuitenkaan lähtökohtaisesti oleta, että kaikki muut jalokivet olisivat epäeettisiä.

1. Kuinka kauan olet ollut alalla?
2. Mistä myymäsi jalokivet tulevat?
3. Käytkö itse kaivoksilla, joista myymäsi kivet tulevat vai ostatko kivet välittäjiltä tai messuilta?
4. Kuinka tarkasti tiedät mistä myymäsi jalokivet tulevat? Mihin tieto perustuu?
5. Tiedätkö kuka hioo myymäsi jalokivet tai missä ne hiotaan? Oletko vierailut paikassa, jossa myymäsi jalokiviä hiotaan?
6. Onko jalokivialan toimintamalleissa mielestäsi parantamisen varaa? Jos on, niin miten?
7. Oletko törmännyt jonkinlaisiin epäkohtiin liittyen jalokiviteollisuuteen? Jos olet, niin millaisiin?

8. Kyselevätkö asiakkaat jalokivien eettisyyteen liittyvistä asioista? Jos kyselevät, mitä asia vaikuttaa kiinnostavan eniten?

9. Oletko huomannut muutosta asiakkaiden suhtautumisessa eettisiin kysymyksiin urasi aikana?

10. Mitä jalokiviä (mistä louhittuja) suosittelisit välttämään, jos välittää eettisistä seikoista?

11. Mitä jalokiviä (mistä louhittuja) puolestaan suosittelisit, jos kivien eettisyys kiinnostaa?

12. Myytkö jalokiviä, jotka on erityisesti luokiteltu eettisiksi? Jos myyt, kerro niistä.

13. Saako eettisesti tuotetun jalokiven mukana jonkinlaisen todistuksen koskien kiven alkuperää?

14. Onko eettisesti tuotettuja jalokiviä laaja valikoima? Rajoittuuko valikoima vain kalliimman hintaluokan kiviin? Onko edullisemmän hintaluokan korukiviä saatavana eettisenä?

15. Kuinka suuri hintaero on tavallisiin jalokiviin verrattuna? Mistä hintaero johtuu?

16. Liittyykö eettisesti tuotettujen jalokivien kauppaan mielestäsi joitain ongelmia? Millaisia?

17. Onko keskustelu aiheesta mielestäsi tarpeellista?

18. Onko jotain mitä haluaisit vielä lisätä?

KULUTTAJAKYSELYN KYSYMYKSET

1. Sukupuoli *
- Nainen
Mies
2. Ikä *
- 15-24
25-34
35-44
45-54
55-64
yli 65
3. Mitkä ovat kuukausitulosi (noin, brutto)? *
- alle 1000€
1000-2000€
2000-3000€
3000-4000€
4000-5000€
yli 5000€
Jätän mieluummin vastaamatta
4. Koulutus *
- Peruskoulu
Toinen aste
Alempi korkeakoulu
Ylempi korkeakoulu
5. Asuinpaikka *
- Pääkaupunkiseutu
Muu yli 100 000 asukkaan kaupunki
20 000-100 000 asukkaan kaupunki
Alle 20 000 asukkaan kunta/kaupunki
- Koruihin liittyvät kysymykset
6. Käytätkö koruja? *

- Kyllä, lähes joka päivä
Kyllä, viikoittain
Harvemmin
En käytä
7. Millaisia koruja käytät? Voit valita useita. *
- Kihla/vihkisormus
Keltakultakorut
Valkokultakorut
Hopeakorut
Pronssikorut
Teräs/titaanikorut
Muotikorut (esim. H&M, Lindex, Glitter jne.)
Itse tekemiäni koruja
Muu, mikä?
8. Ostatko koruja itsellesi? *
- Kyllä, useamman kerran vuodessa
Kyllä, noin 1-2 kertaa vuodessa
Harvemmin
En lainkaan
9. Mitkä seuraavista asioista kuvaavat itsellesi ostamiasi koruja? Voit valita useita ja voit myös kirjoittaa lisätietoja alhaalla olevaan kenttään. *
- Tyyli:
- Pelkistetty
Moderni
Geometrinen
Perinteinen
Koristeellinen
Vaatimaton
Romanttinen
Siro
Kookas
Näyttävä
Etninen

- Miehekäs
Bling
Värikäs
Muu, mikä?
- Materiaalit:
- Aidot timantit
Aidot värilliset kivet
Keltakulta
Valkokulta
Platina
Hopea
Teräs/titaani
Muut epäjalot korumetallit
Kivijäljitelvät (lasikivet yms.)
Puu
Muovi
Kangas
Muu, mikä? / Lisätietoja
10. Ostatko koruja lahjaksi? *
- Kyllä, useamman kerran vuodessa
Kyllä, noin 1-2 kertaa vuodessa
Harvemmin
En lainkaan
11. Mitkä seuraavista asioista kuvaavat lahjaksi ostamiasi koruja? Voit valita useita ja voit myös kirjoittaa lisätietoja alhaalla olevaan kenttään. *
- Tyyli:
- Pelkistetty
Moderni
Geometrinen
Perinteinen
Koristeellinen
Vaatimaton
Romanttinen
Siro
Kookas

- Näyttävä
Etninen
Miehekäs
Bling
Värikäs
Muu, mikä?
- Materiaalit:
- Aidot timantit
Aidot värilliset kivet
Keltakulta
Valkokulta
Platina
Hopea
Teräs/titaani
Muut epäjalot korumetallit
Kivijäljitelvät (lasikivet yms.)
Puu
Muovi
Kangas
Muu, mikä? / Lisätietoja
12. Kuinka paljon suurin piirtein käytät rahaa koruihin vuoden aikana? *
- 0-50€
50-150€
150-300€
300-500€
500-700€
700-1000€
Yli 1000€
13. Mistä ostat koruja (edes silloin tällöin)? Voit valita useita. *
- Koruliike-ketju kuten Timanttiset, Kultajousi, Laatukoru
Kultasepäniike, jokin muu kuin ketjuliike
Teetän kultasepällä
Design-liike

- Korujen nettikauppa
 Muu nettikauppa
 Tavaratalo
 Vaatekauppa
 Korumerkin oma liike
 Myyjäiset
 Prisma/Citymarket
 Kirpputori
 Muu, mikä?
14. Mitkä seuraavista seikoista vaikuttavat ostopäätökseesi koruostoksilla? Valitse 1-4 tärkeintä. *
- Kauneus/ulkonäkö
 Kotimaisuus
 Myyjän ammattitaito
 Hinta
 Laatu
 Luottamus aitouteen
 Eettiset seikat koskien valmistusta ja raaka-aineita
 Tarina korun takana
 Brändi
 Trendikkyys
 Muu, mikä?
15. Oletko miettinyt korujen eettisyyttä (koskien raaka-aineiden tuotantoa ja korujen valmistusta)? *
- Kyllä, mietin usein
 Kyllä, silloin tällöin
 En juurikaan
 En koskaan
16. Mitkä koruihin liittyvät eettiset seikat mietitytävät?
17. Missä tilanteessa olet miettinyt korun eettisyyteen liittyviä asioita? Esimerkiksi mitä olet ollut ostamassa?

18. Ovatko jotkin seuraavista asioista askarruttaneet mieltäsi koruostoksilla? Voit valita useita vaihtoehtoja. *
- Allergiaa aiheuttavat materiaalit
 Epäluottamus aitouteen
 Epäluottamus myyjään
 Valmistusolosuhteet
 Raaka-aineiden kaivostoimintaan liittyvät ympäristöasiat
 Raaka-aineiden kaivostoimintaan liittyvät työolot
 Onko koru hintansa arvoinen?
 Lyhyt käyttöikä
 Huono laatu
 Epäkäytännöllisyys
 Miksi koru on niin halpa?
 Plagionti
 Muu, mikä?
19. Kaipaanko enemmän tietoa korujen valmistusolosuhteista ja raaka-aineiden alkuperästä? Alimmaiseen kenttään voit lisäksi kirjoittaa mieleesi tulevia ajatuksia aiheesta. *
- Kyllä, ehdottomasti
 Kyllä, jonkin verran
 En juurikaan
 Valitse myös tämä kohta kommentoidaksesi aihetta
20. Haluaistko ostaa eettisiä koruja? *
- Kyllä, aina kun ostan koruja
 Kyllä, silloin tällöin
 Asialla ei ole minulle merkitystä
21. Olisitko valmis maksamaan enemmän eettisestä korusta? *
- Selvästi enemmän

- Jonkin verran enemmän
 En juurikaan enempää
 En lainkaan enempää
 Valitse myös tämä kohta kertoaksesi vielä miksi?
- Vielä muutama kysymys liittyen kulutustottumuksiisi
22. Ostatko luomu-tuotteita? *
- Kyllä, usein
 Kyllä, silloin tällöin
 Harvoin
 En osta
23. Oletko huolissasi ilmastonmuutoksesta? *
- Kyllä, todella huolissani
 Kyllä, jonkin verran huolissani
 Hyvin vähän
 En lainkaan
24. Oletko ajatellut ostamiesi tuotteiden eettisyyttä (tuotanto-olot, ympäristöystävällisyys jne.)? *
- Kyllä, todella paljon
 kyllä, melko paljon
 Jonkin verran
 En lainkaan
25. Minkä tuotteen ostopäätökseen eettisyys vaikuttaa omissa valinnoissasi? Valitse seuraavista tuotteista yksi tai useampi vaihtoehto. *
- Elintarvikkeet
 Vaatteet
 Korut
 Kosmetiikka
 Elektroniikka
 Huonekalut/sisustus
 Matkustaminen

- Muu, mikä?
26. Mistä löysit kyselyn?
27. Herättikö kysely sinussa vielä joitain muita ajatuksia? Tähän voit vapaasti kirjoittaa lisää.

TAULUKOITA KULUTTAJAKYSELYSTÄ

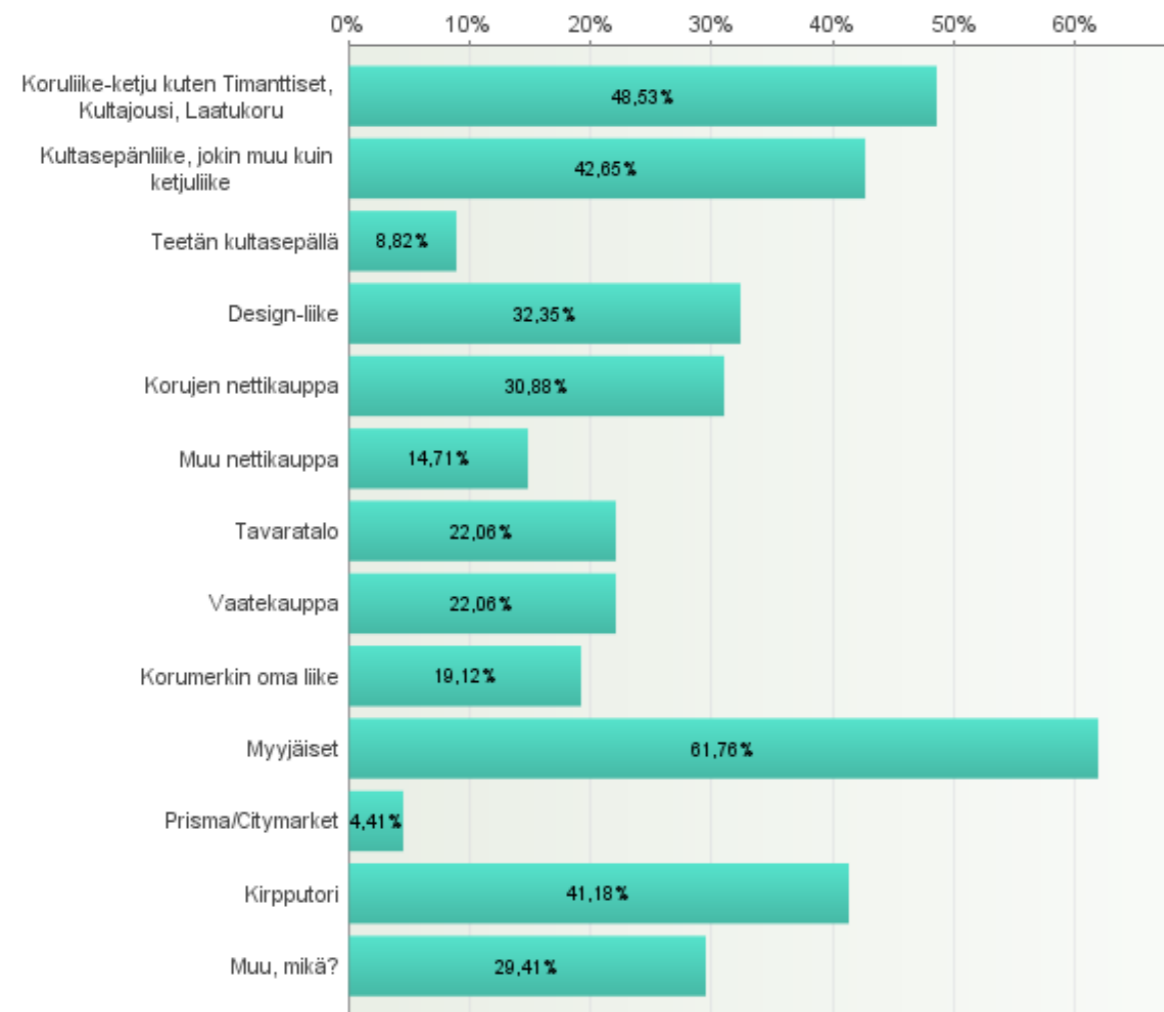
Ryhmä A: koruihin liittyvät eettiset seikat kiinnostaa

Ryhmä B: korujen eettisyys ei kiinnosta

Kysymys 13. Mistä ostat koruja (edes silloin tällöin)?

Voit valita useita. Ryhmä A

Vastaajien määrä: 68

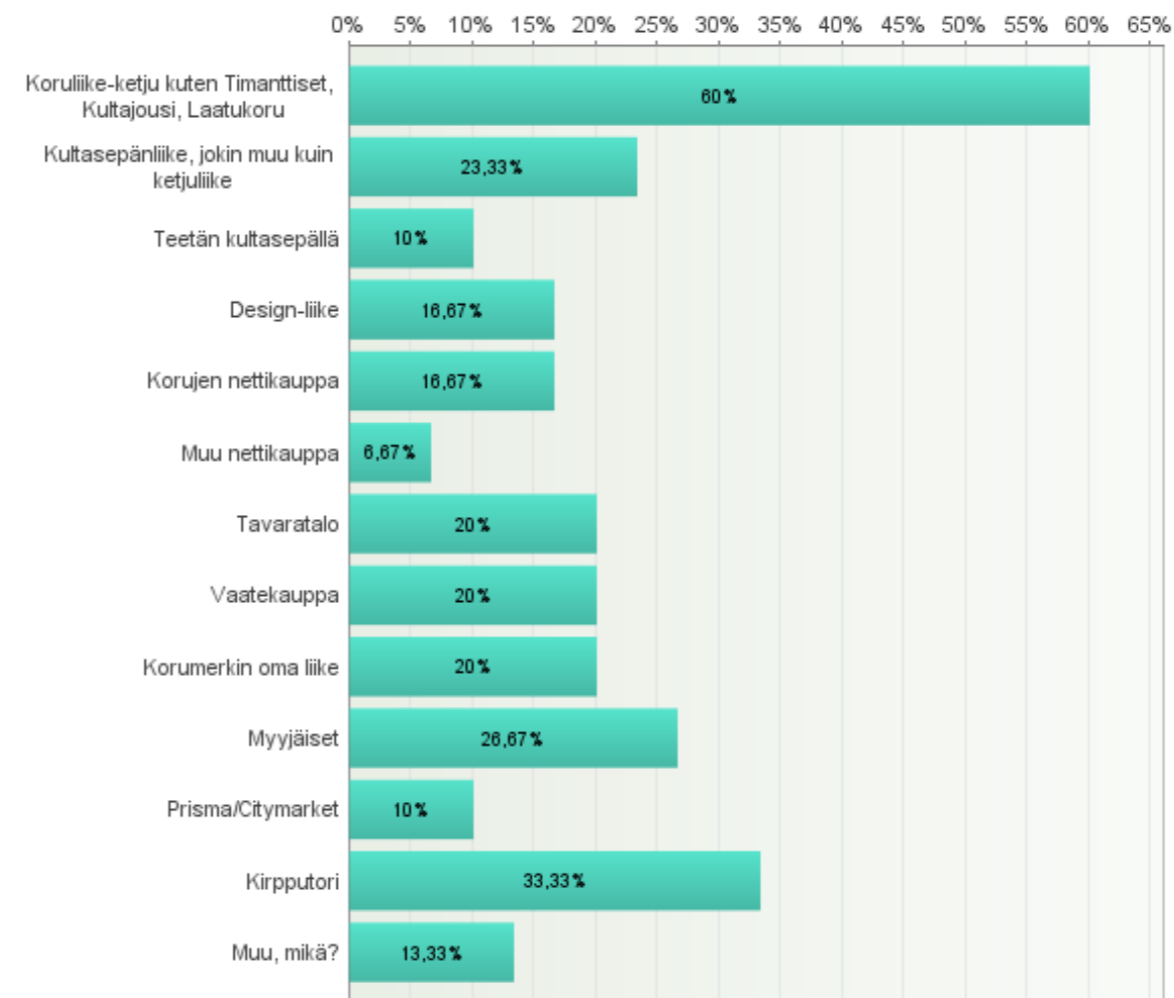


78

13. Mistä ostat koruja (edes silloin tällöin)? Voit

valita useita. Ryhmä B

Vastaajien määrä: 30

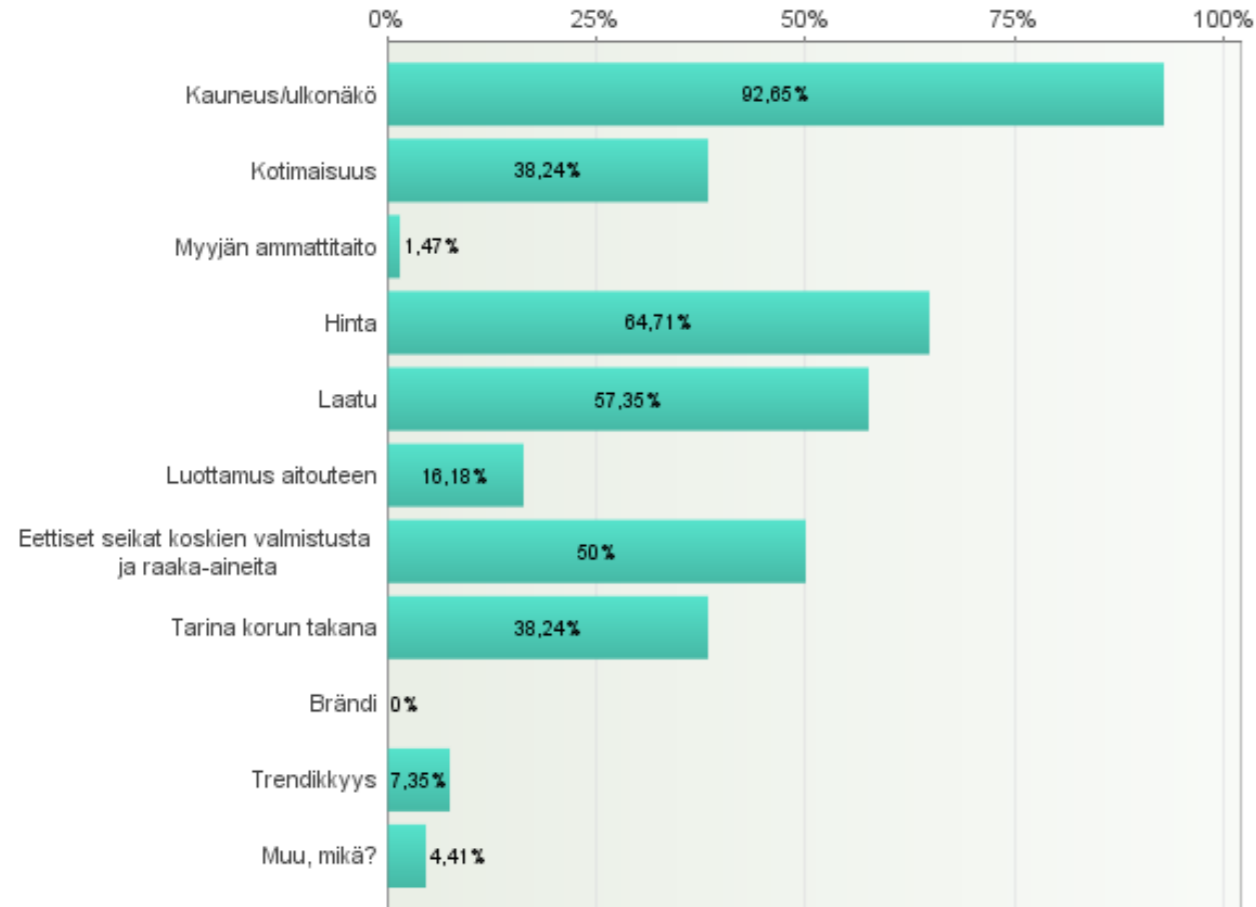


79

14. Mitkä seuraavista seikoista vaikuttavat ostopäätökseesi koruostoksilla? Valitse 1-4 tärkeintä.

Ryhmä A

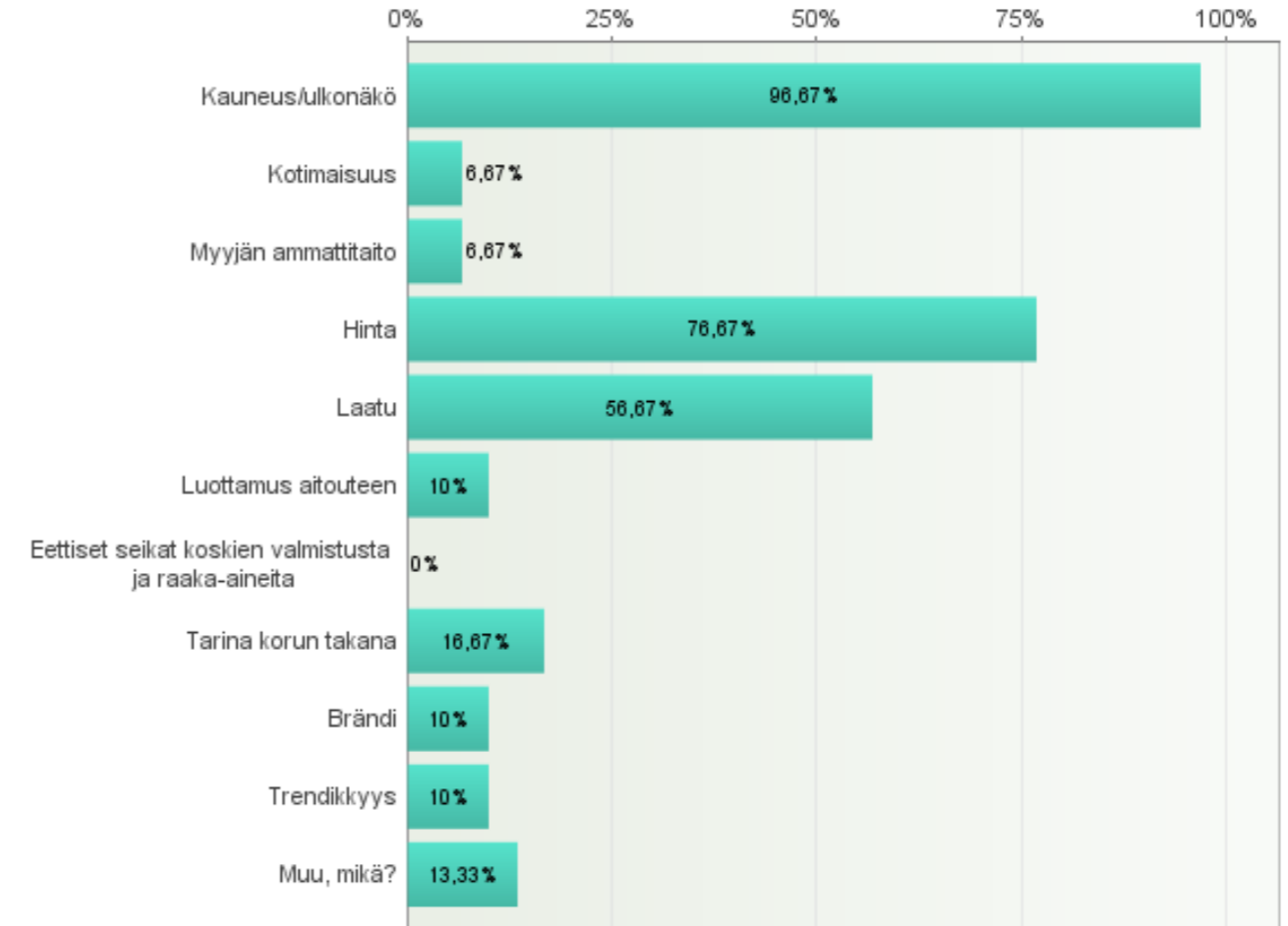
Vastaajien määrä: 68



14. Mitkä seuraavista seikoista vaikuttavat ostopäätökseesi koruostoksilla? Valitse 1-4 tärkeintä.

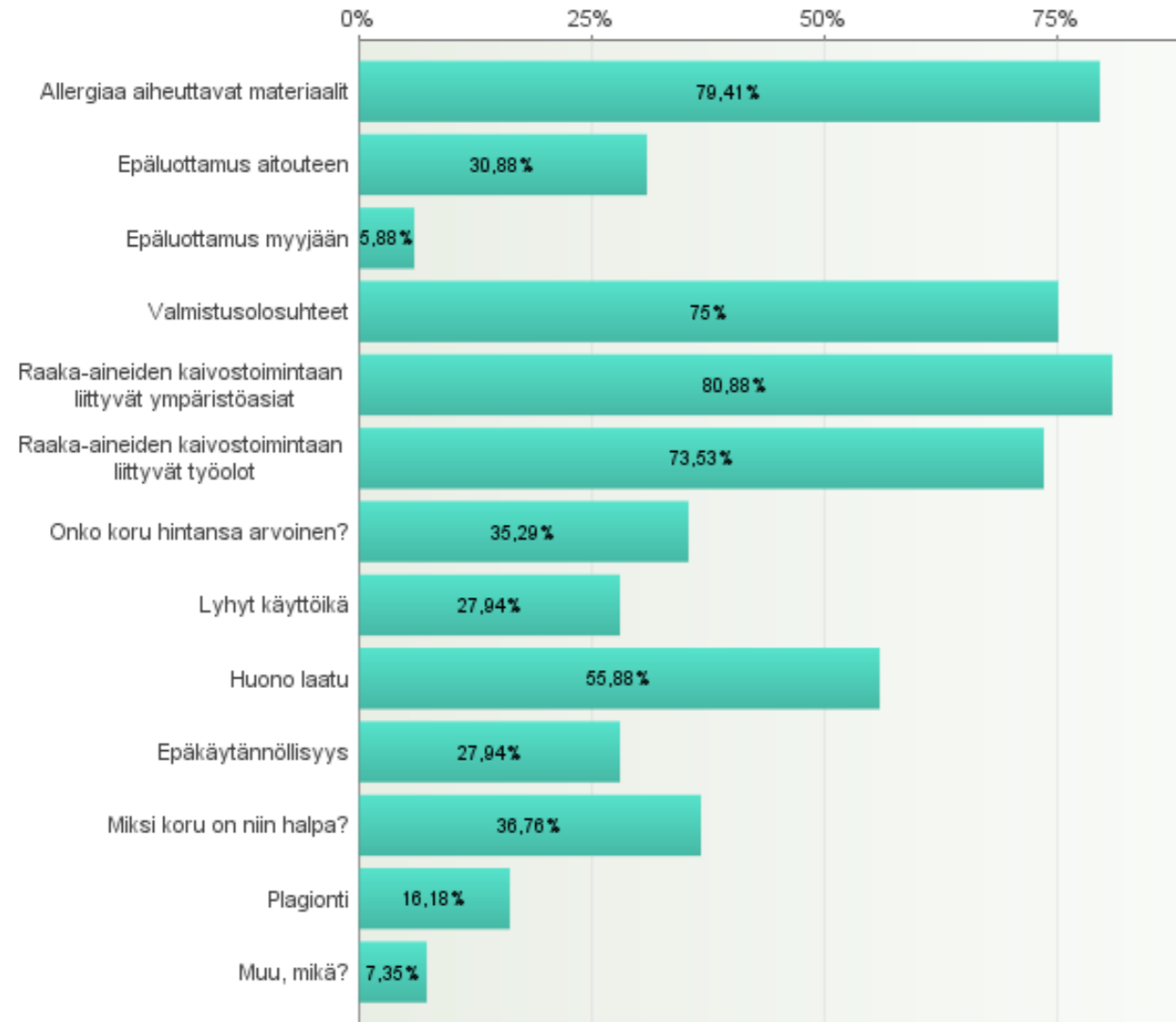
Ryhmä B

Vastaajien määrä: 30



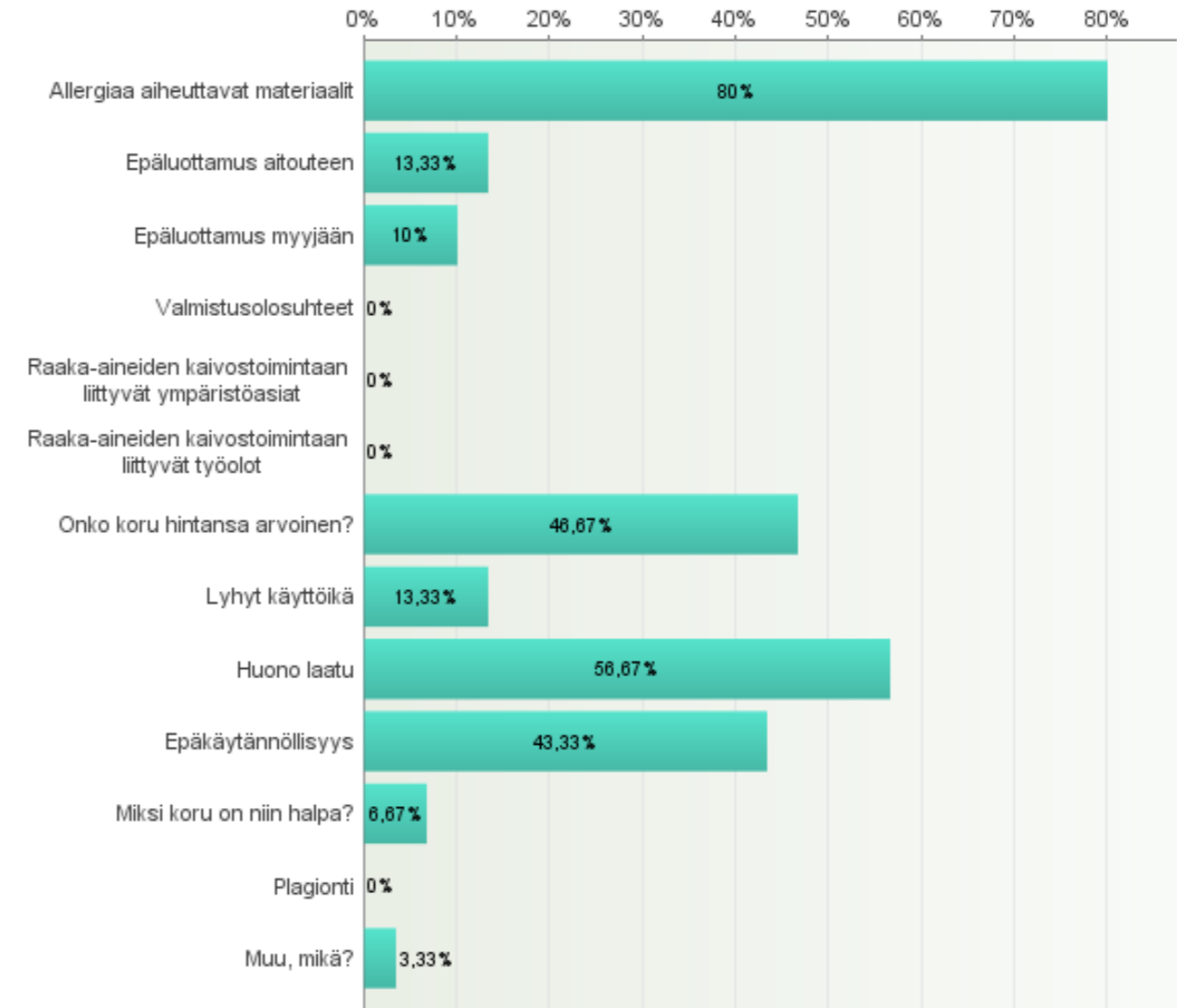
18. Ovatko jotkin seuraavista asioista askarruttaneet mieltäsi koruostoksilla? Voit valita useita vaihtoehtoja. Ryhmä A

Vastaajien määrä: 68



18. Ovatko jotkin seuraavista asioista askarruttaneet mieltäsi koruostoksilla? Voit valita useita vaihtoehtoja. Ryhmä B


Vastaajien määrä: 30



1. Opinnäytetyöntekijä-t	Nimi Koulutusala Koulutusohjelma	Elsi Rauhala Muotoilu Korumuotoilu
	Sähköposti Puhelin	elsi.rauhala@gmail.com 0440763515
2. Opinnäytetyön tavoite ja tarkoitus (mihin tarkoitukseen ja mitä tietoa kerätään)	Opinnäytetyöni aihe liittyy korujen eettisyyteen. Haluaisin kyselyn avulla selvittää miten paljon ihmisiä kiinnostaa korujen eettisyyteen liittyvät seikat. Samalla haluan selvittää millaisista koruista ihmiset pitävät ja mitkä seikat vaikuttavat korujen valintaan.	
3. Menetelmä esim. Webropol-kysely	Webropol-kysely	
4. Aikataulu ja toteutus (esim. valmis arvioitu pvm)	Kysely mieluiten tehtynä helmikuun 2015 loppuun mennessä	
5. Laajuus (esim. montako kysymystä ja minkätyyppisiä)	Noin 20 kysymystä, enimmäkseen monivalinta-tyyppisiä, muutama avoin kysymys	
6. Kohderyhmä (esim. opiskelijaryhmä, kuinka monta opiskelijaa)	LAMK:in henkilökunta	
7. Eettiset lähtökohdat (aineiston suojaus ja säilytystapa)	Sähköisessä muodossa tallennettuna	
8. Opinnäytetyön ohjaaja	Essi Pullinen	

Noudatan Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisemia hyvän tieteellisen käytännön menettelytapoja (http://www.tenk.fi/hyva_tieteellinen_kaytanto/Hyva_Tieteellinen_FIN.pdf).

Hakijan allekirjoitus

Helsinki _____ 13.2.2015 _____ Elsi Rauhala 
 Paikka _____ Päiväys _____ Allekirjoitus ja nimen selvennys

Tutkimusluvan myöntäjä

 _____ 18.02.2015 _____ ARI IKONEN
 Paikka _____ Päiväys _____ Allekirjoitus ja nimen selvennys

9. Tiedottaminen päätöksestä (luvan myöntäjä täyttää)	<input checked="" type="checkbox"/> tutkimuslupa myönnetään <input type="checkbox"/> tutkimuslupaa ei myönnetä
	Perustelut: OPINNÄYTETYÖN LIITTYÄ TUKEVA JOKA ON PERUSTELTA SUOJITTAVIA OMAA HENKILÖKUNNALLA KÄYTTÄMÄN IÄR-LESITÄ ON VUOKESI