

რეკონსტრუქციის

რეკონი

Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Sarja D, muut julkaisut 5/2011

ISBN 978-951-633-080-1  
ISBN PDF 978-951-633-081-8

Julkaisija:  
Satakunnan ammattikorkeakoulu, Liiketoiminta ja kulttuuri  
Tiedepuisto 3, 28600 Pori  
Puh. (02) 620 3000  
www.samk.fi

Toimitus | Tomi Kuusimäki  
Taitto ja visuaalinen ilme | SAMK, Liiketoiminta ja kulttuuri Pori,  
Maarit Gratschew, Saija Mustaniemi  
Kuvat | Saija Mustaniemi, Kaisa Logren

Paino | Eura Print Oy  
Paperi | kannet: Invercote Creato Matt 300 g, sisäsivut: Multiart Matt 150 g

Kuvataiteen uusien liiketoimintamallien ja manageroinnin kehittämishanke

## Sisältö

Johdanto   projektipäällikkö Tomi Kuusimäki	9	Satakunnan ammattikorkeakoulu	145
Pia Feinik   Taiteilija ja manageri kohtaavat – kohtaavatko odotukset?	11	Tampereen taiteilijaseura	146
Taija Sailio   Taide kohtaa asiakkaat – Oulun osaprojektitoteutus	51	Oulun Taiteilijaseura -63 ja PROTO – Pohjois-Suomen taideteolliset suunnittelijat ry	147
Petra Havu, Riikka Talvitie, Päivi Rajakari, Tomi Kuusimäki   Case Hyvinvointi – kuvataide- ja musiikkiala hyvinvointipalveluiden tuottajina	75	Suomen taiteilijaseura	148
Saija Mustaniemi   Case Rantatie – taidelähtöisten menetelmien kehittäminen matkailusektorilla	95	Kuvasto	149
Teiija Hakala   Taidelainaamokäsikirja	115	Taidemaalari liitto	150
Hankkeen taustoja	142	Helsingin taiteilijaseura	151
Hankkeen osatoteuttajat ja painopistealueet	144	AV-Arkki	152
		Lopuksi	155
		Rahoittajat	156

# 3

ART360- hankkeen alussa oli kolme tavoitetta ja kolme vuotta aikaa toteuttaa asiat sekä asettaa hyvät kehykset toiminnalle. Toiminnan pyörittämiseen käytettävissä oleva raha mahdollisti puitteet ja antoi edellytykset mielenkiintoiselle sekä mieliä avaavalle yhteiskehittelylle.

Kun tavoitteena oli osaamisen lisääminen kuvataiteen alalla manageroinnissa ja liiketoimintaosaamisessa, voitiin odottaa, että asia herättää keskustelua puolesta sekä vastaan. Kolmessa vuodessa saatiin kokemusta ja osaamista myös tässä asiassa.

Toisena tavoitteena oli löytää niitä malleja, joissa kuvataide voisi aidosti olla mukana eri alojen kehittämisessä. Kolmas tärkeä tulos, jonka ART360 tuotti, oli innostunut, osaava sekä aktiivinen verkosto, jonka aidolla halulla vietiin asioita yhteiseen suuntaan.

Kankaanpään Taidekoululla 21.12.2011

Tomi Kuusimäki, projektipäällikkö



## Taiteilija ja manageri kohtaavat – kohtaavatko odotukset?

Syynä suomalaisten kuvataiteilijoiden toimeentulon heikkouteen heidän yhteiskunnallisen asemansa vinouman lisäksi on nähty taiteilijoiden kyvyttömyydessä tai haluttomuudessa markkinoida omaa osaamistaan. Myyntihenkisyys ja kaupallisuus on perinteisesti nähty taiteen kentällä negatiivisena toimintana, jopa taiteellista vähäarvoisuutta korreloivana ominaisuutena, mutta kuvataiteilijoiden liiketoimintakoulutuksen, yhteiskunnallisen muutoksen, informaatioteknologian yleistymisen ja vanhojen taiteilijamyytien murtumisen myötä kuvataiteilijoiden asenteet oman taiteen myynnin parantamiseen ovat kuitenkin alkaneet muuttua myönteisimmiksi.

Tähän saumakohtaan myös ammattimainen taiteen managerointi on alkanut nousta taiteilijoiden

tietoisuuteen ja varteenotettavaksi mahdollisuudeksi tasapainottaa ja jakaa taiteilijan arkeen liittyviä tehtäviä.

Kuvataiteen manageroinnista ovat Suomessa näihin päiviin asti vastanneet pääasiassa galleristit, jotka ovat muun muassa vieneet edustamiaan taiteilijoita ulkomaille, esitelleet heidän tuotantoaan erilaisilla messuilla ja järjestäneet näyttelyitä.

Galleristien rinnalle on nyt kuitenkin syntymässä oma, nimenomaisesti taiteen managerointiin erikoistunut ammattiryhmä, jonka syntymistä on edesauttanut osaltaan myös opetusministeriön valtakunnallinen ESR-kehittämisohjelma toimintakaudella 2007 - 2013, jonka tavoitteena on luovien alojen yritystoiminnan ja kansainvälistymisen kehittäminen. ART360-

hankkeen alaisuudessa on vuodesta 2008 saakka toiminut kolme palkattua taiteen manageria. Toinen valtakunnallinen, parhaillaan käynnissä oleva ESR-hanke, Sillanrakentajat, puhuu taiteen managerista nimikkeellä luovien alojen agentit. Sillanrakentajat on projekti, joka pyrkii luomaan luovien alojen agenttien ja vientiammattilaisten ammattiryhmän Suomeen toimintakautensa aikana.

Pitempikestoisten hankkeiden lisäksi taiteilijoille on järjestetty seminaareja manageroinnin mahdollisuuksista. Yksittäisten tapahtumien tavoitteena on ollut tavoittaa myös sellaisia taiteilijoita jotka eivät muulla tavoin ole päässeet osalliseksi laajemmista kokonaisuuksista.

Taiteen manageroinnin ylemmän korkeakoulutason opetusta on myös maassamme mahdollista saada, sillä Aalto-yliopiston Arts management –

maisterikoulutusohjelmat Helsingin muotoilun laitoksen sekä Porin taiteen ja median laitoksen toteuttamina. Koulutustarjonnan lisäksi alalle on kehittynyt myös yrittäjävetoista toimintaa. Voi siis hyvinkin odottaa että nämä uudet moniosaajat, managerit, agentit, kulttuurintuottajat, taiteen myynnin ja markkinoinnin ammattilaiset, osallistuvat tulevaisuudessa entistä aktiivisemmin suomalaisen taidekentän toimintaan.

### Managerointipalveluiden aikaisempi käyttö

Keväällä 2009 suomalaisille ammattitaiteilijoille toteuttamani kyselytutkimuksen mukaan taiteilijoista 28 prosenttia ilmoitti käyttäneensä aikaisemmin managerointipalveluita. Vastaajat kuitenkin ymmärtävät managerin toimintakentän hyvin laaja-alaisesti, mikä ilmenee vapaisiin vastauskenttiin annetuissa tarkentavissa kommentteissa. Yleisimmin managerin toiminta rinnastettiin vastauksissa perinteisiin

taidegalleristin tehtäviin. Tutkimukseen vastanneista taiteilijoista miehet olivat hieman naisia enemmän kunnostautuneet managerointipalveluiden käytössä. Enemmistö, 71 prosenttia vastaajista ei kuitenkaan ollut vielä tehnyt yhteistyötä managerin kanssa. Lisäksi neljä prosenttia vastaajista oli jättänyt tämän vastausvaihtoehdon tyhjäksi.

On mahdollista, että henkilöt jotka olivat jättäneet vastausvaihtoehdon tyhjäksi, olivat epätietoisia siitä, mitkä asiat voidaan lukea manageroinnin piiriin. Managerointi on uusi käsite kuvataiteen piirissä, ja onkin ymmärrettävää, että taiteilijat kokevat vielä epävarmuutta asian suhteen.

Eniten managerointipalveluita ovat tutkimukseen saapuneiden vastausten perusteella käyttäneet alemman korkeakoulututkinnon, sekä jonkin muun taide- tai kulttuurialan tutkinnon omaavat taiteilijat.

Myös kuvataiteilijan ylemmän korkeakoulututkinnon omaavista noin kolmannes, ilmoitti käyttäneensä aikaisemmin managerointipalveluita. Melko vähäistä kokemusta manageroinnista on vastauksista saatujen tulosten mukaan kuvataiteen opistotason ja ammattikorkeakoulututkinnon omaavilla taiteilijoilla, ja kaikkein vähäisimpiä kokemukset ovat taiteilijoilla, joilla on jonkin muun alan tutkinto, tai ei lainkaan tutkintoa.

Tutkimuskyselyyn vastanneista taiteilijoista 30-40 -vuotiaat ovat merkittävimmissä määrin käyttäneet managerointipalveluita hyväkseen. Kyseessä on ikäluokka, joka on todennäköisesti jo työskennellyt taiteilijan ammatissa runsaan vuosikymmenen, ja joka määrällisesti edustaa suurinta ryhmää suomalaisista kuvataiteilijoista.

Heidän ammatillisen toimintakautensa, viimeisen vuosikymmenen aikana, managerointi on noussut

esiin ja osaksi taiteen kenttää. Onkin ymmärrettävää, että managerointipalvelut ovat suurimmassa määrin tavoittaneet, tulleet tiedostetuiksi ja käytetyiksi eniten tämän ikäluokan parissa.

Toiseksi merkittävimpänä managerointipalveluiden käyttäjäryhmänä näyttäytyy ikäluokka 50–60-vuotiaat taiteilijat. Kyseessä ovat pitkän linjan taiteilijat, asemansa taiteen kentällä vakiinnuttaneet etabloituneet taiteen ammattilaiset. Heidän taiteellisen toimintansa pitkä historia on luonnollisessa kehityksessään johtanut tavalla tai toisella managerointipalveluiden äärelle.

Kaikkein vähäisintä managerointipalveluiden käyttö on ollut vastausten mukaan ikäluokassa 20-30 vuotta. Tähän ryhmään kuuluvat taiteilijat ovat vielä taiteellisen uransa alkuvaiheessa, taidekoulusta valmistumisesta ei ole vielä kulunut montaakaan vuotta, eikä paikka taiteen kentällä ole vielä vakiintunut.

### Managerointipalveluiden tulevaisuuden käyttösuunnitelmat

Tutkimuskyselyyn vastanneista 280 taiteilijasta 55 % ilmoitti olevansa tulevaisuudessa kiinnostuneita käyttämään managerointipalveluita. Myönteisesti manageripalveluiden tulevaisuuden käyttösuunnitelmiin suhtautuneista 98 oli naisia ja 55 miehiä. Kielteisesti tulevaisuuden managerointipalveluiden käyttösuunnitelmiin suhtautui 108 vastaajaa, (38%) joista 75 oli naisia ja 33 miehiä. Tyhjän vastauksen oli jättänyt yhteensä 21 vastaajaa (7,5 %), joista 15 oli naisia ja miehiä 6.

On huomionarvoista, että kyselyyn vastanneista ikäluokista nuorin taiteilijapolvi, 20-30 -vuotiaat, ja vastavuoroisesti vanhin taiteilijakunta yli 60 -vuotiaat, suhtautuivat tulevaisuuden managerointipalveluiden käyttöön muita ikäluokkia negatiivisemmin. Negatiiviset

asenteet eivät näissä ryhmissä kuitenkaan edusta merkittävää enemmistöä, mutta tulos on kuitenkin paljon puhuva, etenkin nuoren taiteilijapolven kyseessä ollessa.

Tähän nuorten taiteilijoiden joukkoon kuuluvat juuri hiljattain opintonsa päättäneet, tai vähintäänkin uransa alkuvaiheessa olevat, eli juuri ne taiteilijat joiden toimeentulotaiteella on tutkimustulosten valossakaikista ikäryhmistä kaikkein vaikeimmin saavutettavissa. Toimeentulon näkökulmasta kyseinen ikäluokka 20-30 -vuotiaat olisivat kuitenkin juuri niitä, jotka kaikkein eniten tarvitsisivat apua ja tukea esimerkiksi myynnissä ja markkinoinnissa, mutta paradoksaalisesti juuri heillä ei ole taloudellisia resursseja ulkopuolisten palveluiden ostamiseen. On myös mahdollista, että negatiiviset asenteet kytkeytyvät nuorten taiteilijoiden idealistiseen kuvaan taiteilijan työstä, jolloin ammatti-identiteettiä rakennetaan vielä taiteilijamyytteihin pohjautuen.

Nuorimmalla taiteilijapolvella voi siis olla vielä tuoreessa muistissaan taidekouluissa kehittynyt, ja nuoreen mieleen helposti juurtuva boheemisuuteen kannustava ilmapiiri, jonka toimintakulttuuriin kuuluu muun muassa taiteen ja ”kaupallisuuden” yhdistämisen paheksunta.

Vanhemman polven taiteilijoiden, yli 60-vuotiaiden, negatiiviset asenteet on puolestaan mahdollista ymmärtää pääosin nimenomaan toimeentulon näkökulmasta. Tämä ikäryhmä todennäköisesti jo nauttii eläkettä, tai eläkeikä on hyvin lähellä ja taiteilijantyö on mahdollisesti jo pienimuotoisempaa, eivätkä he täten koe manageripalveluita tarpeelliseksi omalla kohdallaan. Heidän kohdallaan peruselanto on siis eläkkeen avulla jo turvattu, eikä uran passiivisemmassa vaiheessa manageripalveluiden kautta myynnin edistämien tunnukaan heille enää ajankohtaiselta, vaikka tosiasiasa manageripalveluiden avulla ura voisi jatkua aktiivisena pidempään.



Ulkoistamalla esimerkiksi myynnin ja markkinoinnin, voisivat iäkkäämmätkin taiteilijat saada teoksiaan edelleen hyvin esille, jolloin omat voimavarat voisi suunnata pelkästään taiteelliseen työskentelyyn. Vanhemman taiteilijapolven negatiivisten asenteiden takana saattaa olla myös erilainen käsitys taiteilijan työnkuvasta ylipäätään, sillä tämä joukko on aikanaan opiskellut ja sittemmin rakentanut taiteellista uraansa varsin erilaisessa yhteiskunnassa ja taideilmastossa kuin millaisina ne nyt ymmärretään. On siis mahdollista, että yli 60-vuotiaiden negatiiviset asenteet kytkeytyvät heidän ymmärrykseensä myös taiteilijana toimimisen tavoista.

Kaikissa muissa ikäluokissa tulevaisuuden managerointipalveluihin suhtaudutaan positiivisesti. Kiinnostus nousee tutkimuksen mukaan jonkin verran taiteilijoiden iän myötä, minkä voi nähdä luonnollisena kehityskulkuna, sillä iän karttuessa on todennäköistä,

että taiteilija on myös edennyt urallaan, ja on tällöin sekä taloudellisilta resursseiltaan, että työtehtävien priorisointinäkökulmasta (uran aktiivisessa vaiheessa joidenkin tehtävien ulkoistaminen managerille voi olla ajankohtaista) valmiimpi vastaanottamaan managerointipalveluita. Tyhjien vastauskenttien jättämisen voi nähdä kielivän lähinnä managerointi-käsitteen outoudesta, sillä vapaissa vastauskentissä toistui vastaajien lievä hämmennys ja epätietoisuus managerin tehtävistä ylipäätään.

Saatujen tulosten mukaan merkittävintä kiinnostusta tulevaisuuden managerointipalveluita kohtaan löytyy ylemmän korkeakoulututkinnon, ja kuvataiteen opistotasaisen tutkinnon omaavilta taiteilijoilta. Selkeimmin positiivisen asenteen takana kuitenkin ovat kuvataiteilijan ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneet taiteilijat. Taiteilijat, joilla ei ole lainkaan tutkintoa, kuten myös enemmistö

ammattikorkeakoulututkinnon ja muun taide- ja kulttuurialan tutkinnon omaavista taiteilijoista, kokevat tulevaisuuden managerointipalvelut enemmistöjen osalta positiivisiksi. Ammattikorkeakouluista valmistuneiden taiteilijoiden osalta positiivisesti ja negatiivisesti suhtautuneiden määrässä ei kuitenkaan ole suurta eroa. Muun alan tutkinnon suorittaneista kyselyyn vastanneista ammattitaiteilijoista yhtä moni suhtautuu sekä positiivisesti että negatiivisesti.

Negatiivisimmin tulevaisuuden managerointipalveluiden käyttämiseen suhtautuvat saatujen tulosten mukaan kuvataiteilijan alemman korkeakoulututkinnon suorittaneet taiteilijat. On kiinnostava kysymys, miten nämä asenteet ovat muodostuneet, sillä kuvataiteen alemman korkeakoulututkinnon (taiteen kandidaatti) ja ylemmän korkeakoulututkinnon (taiteen maisteri) opetusta annetaan Suomessa ainoastaan Aalto-yliopistossa ja Kuvataideakatemiassa. Onkin

mielenkiintoista, että samoista oppilaitoksista valmistuneiden taiteilijoiden asenteet ovat tuloksista esiin nousevalla tavalla jyrkässä ristiriidassa toisiinsa.

Siinä missä maisteritason tutkinnon suorittaneiden asenteet tulevaisuuden managerointipalveluiden käyttämiseen näyttäytyvät tämän tutkimuksen tuloksissa kaikista vertailuryhmistä positiivisimpina, suhtautuvat puolestaan kandidaatin tutkinnon omaavat samaan kysymykseen tulosten mukaan kaikkein negatiivisimmin.

On mahdollista, että alemman korkeakoulututkinnon osalta koulutuksen painotukset ovat vahvemmin perinteisessä taiteilijan primääriyöskentelyssä, jolloin manageroinnin kaltaisten toimintojen omaksuminen jää vähemmälle huomiolle sekä varsinaisen koulutuksen, että itse opiskelijoiden kyseisen informaation vastaanottokyvyn näkökulmista. Vastaanottokyvyllä

viittaa taiteilijoiden ideologisiin näkemyksiin taiteilijan toiminnan luonteesta.

Voi olla siis mahdollista, että taiteen kandidaatin tutkinnon suorittaneilla taiteilijoilla, (etenkin jos koulutuksessa ei ole riittävällä tavalla otettu huomioon taiteilijan toimeentulokysymyksiä) on negatiivisten asenteidensa takana koulutuksen aikana juurrutettu ajatusmaailma ”boheemitaitelijuudesta”, jonka toimintakulttuuriin ei taloudellisen ajattelun ymmärrettä sijoittuvan. Mahdollista on myös se, että opintojen painotusta taiteilijan toimeentulon parantamiseksi lisätään selvästi vasta maisteriopintojen yhteydessä.

Kysymykseen managerointipalveluiden tulevaisuuden käyttösuunnitelmista taiteilijat jättivät huomattavan paljon tyhjiä vastauksia. Erityisen paljon niitä, jotka eivät olleet pystyneet muodostamaan mielipidettä asiasta, löytyy sellaisten taiteilijoiden piiristä, joilla

ei ole lainkaan tutkintoa, tai on muu taide- tai kulttuurialan tutkinto (kummallakaan ryhmällä ei siis muodollista taiteilijakoulutusta). Tämän tutkimuksen tuloksista on kuitenkin käynyt ilmi, että juuri kyseiset ryhmät, itseoppineisuudestaan ”huolimatta”, ovat taiteelliselta työskentelyltään, näyttelytoiminnaltaan ja apurahatyöskentelyltään maamme taidekentässä kiinteästi kiinni.

Epäröinnin vastauskentässä voisi siis nähdä kielivän lähinnä managerointi-käsitteen outoudesta, sillä vapaissa vastauskentissä toistui vastaajien lievä hämmennys ja epätietoisuus managerin tehtävistä ylipäätään. Verrattaessa taiteilijoiden managerointipalveluiden käyttösuunnitelmia aikaisempiin käyttökokemuksiin, on nähtävissä, että lähes puolet niistä taiteilijoista, jotka eivät vielä ole käyttäneet managerointipalveluita, ovat kiinnostuneita niistä tulevaisuudessa. Saatujen tulosten mukaan aikaisemmin managerointipalveluita käyttäneet

taiteilijat, ovat kiinnostuneita managerointipalveluista jatkossakin. Tutkimuksesta saaduista tuloksista on nähtävissä, että valtaosalla kyselyyn vastanneista taiteilijoista ei vielä tutkimuksen tekohetkellä ollut omakohtaista kokemusta managerointipalveluista. Kuitenkin ilman aikaisempaa kokemustakin, taiteilijat olisivat kiinnostuneita tulevaisuudessa toimimaan yhteistyössä managerien kanssa.

Vastauksista on nähtävissä niiden taiteilijoiden, joilla oli jo ennestään kokemusta managerointipalveluista, kiinnostus yhteistyön jatkamisesta tulevaisuudessakin.

Saatujen tulosten mukaan, siis selkeästi tulevaisuuteen kantautuvista odotuksista taiteilija-manageri yhteistyön suhteen, voi päätellä, että pääosin yhteistyö taiteilijoiden taholta on koettu hyödyllisenä ja kannattavana, tai vähintäänkin siihen varataan suuria odotuksia.

### Managerointipalveluiden tarve

Suomalaiset ammattitaiteilijat kaipaavat managerin ammattitaitoa eniten markkinointiin liittyvissä tehtävissä. Taiteilijat kokevat usein itsensä (teostensa) markkinoinnin etenkin kasvotusten tapahtuvissa tilanteissa vaivaannuttavana tilanteena. He myös kokevat, että taiteilija itse ei aina ole paras henkilö omien teostensa ja osaamisen markkinoijina. Managerin kautta tapahtuva markkinointi, yhteydenotot suoraan asiakkaisiin, koetaan kuitenkin myös ristiriitaisesti mielikuvaa taiteilijan ammattitaidosta ja uskottavuudesta sekä rakentavana, että heikentävänä.

Suuri merkitys markkinoinnin kiinnostavuudella vaikuttaisikin olevan siinä, millä tavoin ja missä yhteyksissä manageri markkinointia taiteilijan hyväksi tekee. Vastausten perusteella markkinointi vaikuttaisi kuitenkin olevan sellainen toiminta-

alue, johon taiteilijat kaipaavat eniten managerin apua. Taiteilijoiden vastausten mukaan he tarvitsisivat manageria merkittävässä määrin myös kansainvälistymispyrkimyksissään. Vastauksista ei ole mahdollista suoraan lukea syitä kansainvälistymisen kiinnostukseen, mutta yleisestä vastauksissa ilmenneistä asenteista sen sijaan mahdollista ymmärtää, että syy kansainvälistymisen korkeaan kiinnostuksen tasoon voisi olla seurausta kotimaisten taidemarkkinoiden vaatimattomuudesta, apurahojen riittämättömyydestä ja taiteilijoiden keskinäisestä kilvoittelusta näkyvyydessä, siis toisin sanoen vahvasti toimeentuloon liittyvistä kysymyksistä.

Taustalla vaikuttaisi olevan myös taiteilijoiden itsensä kunnianhimoinen suhtautuminen työskentelyynsä ja usko omaan ammattitaitoon, sekä taidemaailman muutos yhä globaalimmaksi ilmiöksi, jossa kansainvälinen aktiivisuus on nykyään luonnollinen

ja tavoiteltavakin osa taiteilijan toimintakenttää. On myös mahdollista, että suomalaisilla taiteilijoilla ei ole itsellään tarpeeksi kokemusta ja kontakteja, tai he eivät omaa riittävää kielitaitoa kansainvälisen toiminnan aloittamiseksi ja pyörittämiseksi. Managerin apua kaivataankin siis nimenomaan kansainvälisten yhteysten luomiseen ja ylläpitämiseen.

Tutkimuksesta saatujen tulosten mukaan taiteilijat kokevat työhönsä kuuluvan viestinnän olevan aikaa vievää ja monitahoista kotisivujen päivittämisestä portfolioiden laadintaan. Taiteilijoiden antamien kommenttien mukaan esimerkiksi moninaisten taide- ja matrikkelisivustojen ylläpitäminen ajan tasalla on vaivalloista, ja vaatisi tosiasiallisesti enemmän paneutumista kuin mihin taiteilijoilla tällä hetkellä on mahdollisuus ja osaaminen. Managerin tarjoama apu myös sopimusosaamisen yhteydessä otetaan taiteilijoiden piirissä ilolla vastaan. Kuvataiteessa

sopimuskäytännöt ovat olleet viime vuosiin saakka kirjavia, joten tästä näkökulmasta on helppo ymmärtää taiteilijoiden epävarmuus ja avuntarve asiassa. Usein jokainen taiteilijan toteuttama projekti tai teos on luonteeltaan uniikki, joten hyväkään valmis sopimus pohja ei koskaan pysty täysin kokoamaan asiaa pakettiin, jolloin manageri voi toimia hyvänä viimeistelyapuna. Taiteilijat ovat nykyään myös entistä tietoisempia omista oikeuksistaan ja ovat sopimuskäytäntöjen selkiintymisen ja vakiintumisen myötä oppineet myös itse vaatimaan kirjallisia sopimuksia.

Taiteilijat ovat jo pitkään saaneet ammattiliittojensa välityksellä asiantuntevaa apua verotukseen liittyvissä asioissa. Nykyisin taiteilijat ovatkin aikaisempaa paremmin selvillä veroasioista, ja toisaalta yhä useampi on ulkoistanut kirjanpidon ja veroilmoituksen laatimisen kirjanpitäjälle. Veroasioista on puhutaan joka vuosi

paljon, ja taiteilijat ovat vähitellen alkaneet kiinnostua asiasta syvemmin. Taloussuunnittelu puolestaan vaikuttaa vapaisiin vastauskenttiin annettujen kommenttien perusteella taiteilijoille edelleen vieraammalta käsitteeltä.

Taiteilijan työn prosessiluonteen kautta on kuitenkin mahdollista ymmärtää, että taloussuunnittelu voi tuntua varsin kaukaiselta ajatukselta varsinaisen taiteellisen työskentelyn todellisuudessa. Taiteilijan ensisijainen tavoite on usein teoksen (tai näyttelyn) valmiiksi saattaminen tappioidenkin uhalla. Usein taiteilijan tilanne on myös se, että esimerkiksi taiteelliseen työskentelyyn myönnetty apuraha kuluu suoraan materiaalihankintoihin.

Taloussuunnittelu tuntuu siis vastaajien näkökulmasta lähes hallitsemattoman asian luonnottomalta muotoon vääntämistä. Toisaalta asian tärkeys on

alettu tunnustaa yhä laajemmin, vaikkakaan harva taiteilija vielä uskottavaa taloussuunnittelua omassa toiminnassaan toteuttaa. Myös alihankinta ja logistiikka koetaan jokseenkin tärkeinä managerin toiminta-alueina, alihankinta näistä kuitenkin vieraampana. Taiteilijoiden antamien kommenttien mukaan taiteilijan työ on yksinäistä puurtamista, ja erityisesti yksilöllisen ilmaisun kautta tapahtuvaa luomistyötä ja useimmiten hän yksin valmistaa teoksen alusta loppuun, joten näistä näkökulmasta on ymmärrettävää, että alihankinta koetaan jopa taiteelliseen työskentelyyn kuulumattomana osa-alueena.

Poikkeuksen tietysti muodostavat esimerkiksi suuret tilaustyöt tai julkiset teokset, joiden toteutuksessa usein taiteilija tarvitsee myös ulkopuolista apua. Avoimissa vastauskohdissa apua logistiikka- asioissa managereilta kaivattiin nimenomaisesti sekä koti- että ulkomaisten näyttelyprojektien puitteissa.

### Managerin vapauttava vaikutus

Positiivisesti managerointiin suhtautuvat taiteilijat kokevat, että managerin ammattitaito tulee tarpeeseen laajasti talouteen, kansainvälistymiseen ja sopimusosaamiseen liittyvissä asioissa. Vastaajat rinnastavat manageritoiminnan luontevasti kirjanpitäjältä hankittaviin palveluihin, sillä heidän mukaansa sellaista osaamista on luonnollista ostaa ulkopuolelta, mitä ei itseltä löydy, tai mihin ei ole itsellä aikaa syventyä.

Taiteilijoiden mukaan tilanteessa, jossa ammattilainen huolehtii taloudesta, markkinoinnista, teosmyynnistä sekä sopimuksista, taiteilija voisi keskittyä primääri työskentelyynsä. Tässä mallissa onkin kyse eräänlaisesta pitkälle tulevaisuuteen kantavasta itseään ruokkivan kehityksen ajatuksesta, jossa taiteilijan ja managerin yhteistyö mahdollistaisi enemmän aikaa taiteen sisällön muodostumiselle, sitä

kautta myös ”paremmalle” taiteelle joka puolestaan saa luontevasti enemmän ja parempia tilaisuuksia päästä esiin. Suomalaiset ammattitaiteilijat kokevat erityisen mielenkiintoisena manageripalveluiden kautta avautuvan työnteon vapauden. Monet kyselyyn vastanneista taiteilijoista olisivat valmiita siirtämään myyntivastuun kokonaan managerille voidakseen itse vastavuoroisesti keskittyä täysipainoisesti omaan taiteeseen. Saapuneiden vastausten mukaan taiteilijoiden ajasta liian suuri osa kuluu tällä hetkellä erilaiseen myynti- ja markkinointityöhön. Heidän mukaansa jo pelkästään erilaisten taiteilijoille tarkoitettujen Internet-sivujen ylläpitäminen ja päivittäminen on noussut liian suureen rooliin, joka vie runsaasti aikaa ja voimia varsinaiselta taiteen tekemiseltä. Vastauksista käy ilmi, että taiteilijat uskovat managerointipalveluiden käyttäminen omalla kohdallaan vapauttaisi voimavaroja ja aikaa ”paremman” taiteen tekemiseen. Vastaajien mukaan

ilman riittävää aikaa ja keskittyneisyyttä työskentelyyn, on vaikeaa tuottaa hyvää taidetta, ja tällöin myös uralla eteneminen ja taiteesta elannon saaminen vaikeutuu. Vastaajien mukaan työskentelyajan puute tai vähyyys vaikuttaa suoraan teosten tasoon, joka puolestaan vaikuttaa taiteilijoiden mahdollisuuksiin saada apurahoja tai teosmyyntiä.

### Manageri tekee ”liikaisen työn”

Kuvataiteessa on kautta aikain suhtauduttu rahaan hyvin problemaattisesti. Manageripalvelut nähdäänkin taiteilijoiden vastauksissa eräänlaisena mahdollisuutena ulkoistaa taiteessa rahan liikkumiseen liittyvä ”liikainen työ”. Taiteilijat kokevat myyntityön ja markkinoinnin alueena, johon eivät itse olisi halukkaita ryhtymään, ja siksi olisivat halukkaita näkemään ne omalla kohdallaan osana manageripalveluita.

Haluttomuutta omaan aktiivisuuteen myynti- ja markkinointityössä perustellaan annetuissa vastauksissa laajasti, selkeimpänä syynä nousee esiin kuitenkin mielikuvat taiteilijan työstä, siitä minkälaisia toimintoja taiteilijan työssä toimimiseen on liitetty historiallisesti ja nykyään, tai minkälaisia asioita siihen heidän mukaansa tulisi liittää. Manageri halutaan siis hoitamaan myyntiä ja markkinointia, koska myyntiin ja markkinointiin liittyvät osa-alueet nähdään taiteilijan varsinaisen toimenkuvan ulkopuolisina tehtävinä. Vastaajat kokevat myös, että taiteilija itse ei aina ole paras mahdollinen markkinoija omille teoksilleen vallitsevien myyntitaitojen osalta. Heidän mukaansa myös liian läheinen suhde taiteen tekemiseen ja omaan taiteeseen vaikeuttavat myyntityötä.

Paljastavinta saapuneissa vastauksissa on kuitenkin taiteilijoiden myynti- ja managerointi-termeihin liittämät negatiiviset mielikuvat kuten tyrkyttäminen,

kaupallisuus, kosiskelu ja lipevyys. Vastauksista saattoikin lukea, että vaikka vastaajat kokivat myynti- ja markkinointityön tärkeinä, kokivat he ne saman aikaisesti välttämättömänä pahana, joskus jopa vastenmielisinä alueina. Negaatioiden vuoksi manageri koettiin vastauksissa hyvänä vaihtoehtona taiteilijan omalle myyntityölle, mahdollisuutena eräänlaiseen (kasvottomaan) taustalta vaikuttamiseen, sillä vastauksissa toistuu pelko omassa taiteilijayhteisössä kaupalliseksi leimaamisesta. Saatujen vastausten perusteella managerin käyttö vaikuttaisikin olevan pienempi paha kuin se, että taiteilija itse toimisi oman taiteensa myyjänä.

Itse aktiivisesti omaa taidettaan ja osaamistaan myyviä ja markkinoivia taiteilijoita saatetaan vastaajien mukaan ryhtyä syrjimään taiteilijayhteisöissä, ja heidän taiteelliseen tuotantoonsa suhtaudutaan vastaajien mukaan väheksyen. Managerointiin positiivisesti

suhtautuvien taiteilijoiden mukaan manageripalveluita käyttämällä taiteilijoiden olisi kuitenkin mahdollista saada teosmyyntiä ja uusia työtilaisuuksia ja sitä kautta paremman elannon ilman että omat kasvot on vaara menettää. Ajatus siitä, että managerin rooli on olla nimenomaisesti taiteilijan edustaja, koetaan vastaajien keskuudessa hyvänä. Myös se, millä tavoin manageriyhteistyö tulisi taiteilijoiden mielestä oikealla tavalla alkaa, oli selvää. Taiteilijat toivoisivat ensisijaisesti, että managerit ottaisivat heihin yhteyttä, ja pyytäisivät mukaan ”talliinsa”.

Näin toimittaessa taiteilijat kokisivat vastaustensa mukaan olevansa erityisiä, teostensa aidosti kiinnostavia ja siksi manageroinnin arvoisia. Taiteilijan itsensä ottamaa ensimmäistä kontaktia manageriin ei kuitenkaan myöskään pidetty aivan poissuljettuna tapana aloittaa yhteistyö, vaikkakaan ei yhtä toivottavana.

### Managerit avuksi selkeyttämään taidekaupan toimintoja

Positiivisesti managerointiin suhtautuneet taiteilijat nostivat näkemyksensä yhdeksi perusteluksi tyytymättömyytensä taidegalleristien toimintaan. Suomessa galleristit ovat pitkään toimineet managereiden saappaisissa, etenkin teosmyyntiin liittyvissä asioissa, mutta nyt kyselyyn vastanneet kokivat manageriyhteistyön taiteilijalle kannattavampana kuin perinteisen galleristi-taiteilija –asetelman.

Taiteilijat uskovat, että galleristikontaktia läheisempi ja intiimimpi manageriyhteistyö loisi suuremman motivaation taiteilijan teosten markkinointiin ja myymiseen, sekä vähentäisi mahdollisia väärinkäytöksiä. Kyselyyn vastanneet taiteilijat kokivat saaneensa galleriakontakteissaan heikosti vastinetta rahoilleen, ja siksi yhteistyö managerin kanssa koettiin

tervetulleena uutena vaihtoehtona, vaikka tuskin taiteilijoiden halu järjestää näyttelyitä perinteisissä galleriamuodoissakaan koskaan täysin menettää suosiotaan. Tutkimukseen saapuneissa vastauksissa manageri nähdään taiteilijan kanssa vahvasti tasavertaisessa asemassa.

Taiteilijoiden mielikuvaa manageriyhteistyöstä voisikin parhaiten kuvailakiinteäksi kumppanuudeksi. Vastaajien mukaan galleristien toiminta voi nykytilanteessa olla taiteilijaan ylhäältä päin kohdistuvaa alistavaa toimintaa erilaisten ehtojen, määräysten ja sanktioiden muodossa. Kyselystä ilmeneekin, että taiteilijat kaipaavat tulevaisuudessa yhteistyökumppaneikseen erityisesti sellaisia tahoja, jotka ovat toiminnassaan ehdottoman tavoitteellisia ja valmiita kantamaan osansa vastuusta. Henkilökohtaisuuteen ja tasaveroiseen kumppanuuteen perustuva manageriyhteistyön taiteilijat kokevat vastauksena tähän tarpeeseen.

Managerin toivotaan toimivan myös eräänlaisena ”puskurina” taiteilijan ja galleristien välillä huolehtimalla sopimusten teosta ja sopimusehtojen toteutumisesta ja muusta etujen valvonnasta. Vastauksissa toivotaan managerin puolustavan vahvasti taiteilijan etuja, ja huolehtivan muun muassa galleristien teosmyyntitilityksiin liittyvät mahdolliset ongelmatilanteet taiteilijan puolesta.

### Manageri apuna taiteilijan uskottavuuskuvan luomisessa

Kyselyyn vastanneet taiteilijat uskovat, että manageriyhteistyön avulla on mahdollista luoda korkeatasoisempaa ja ammattimaisempaa kuvaa taiteilijan toiminnasta yhteistyökumppaneille. Positiivisesti managerointiin suhtautuneet taiteilijat kokevat, että oma manageri osaltaan mahdollistaisi uskottavan mielikuvan toteutumisen taiteilijasta ja tämän

taiteesta, joka puolestaan voisi vastaajien mukaan vaikuttaa suoraan positiivisesti teosmyyntiin ja muihin työtilaisuuksiin. Taiteilijan itsensä tekemän myynti- ja markkinointityön uskottiin olevan jopa haitallista. Saapuneista vastauksista saattoikin ymmärtää, että itse itseään ”kaupittelevan” taiteilijan tuotanto koetaan taiteilijayhteisöissä helposti pelkästään kaupallisuuteen panostavana (heikkotasoisena), ja samalla tavoin taiteilijat uskovat myös yhteistyökumppaneiden, kuten galleristienkin asian näkevän.

### Manageroinnin vaikutus taiteen sisältöön?

Suomalaisten ammattitaiteilijoiden näkemyksissä managerointi nähdään kiinnostavalla tavalla kaksiteräisenä miekkana, samanaikaisesti sekä kaupallisesta näkökulmasta haastavamman taiteen mahdollisuutena, että uhkana taiteelliselle laadulle ja sisällölle.

Manageriyhteistyö ymmärretään vastauksissa usein nimenomaan volyymejä kasvattavana ja sitä kautta mahdollisesti myös taiteen sisältöön negatiivisesti vaikuttavana voimana. Toisaalta vastaajat ymmärtävät manageriyhteistyön mahdollistavan taiteilijan keskittymisen taiteen tekoon ja sitä kautta ”paremman” taiteen tuottamiseen.

Tutkimuskyselyyn saapuneissa vastauksissa oli huomionarvoista taiteilijoiden kuvitelma siitä, että manageria varten tulisi tuottaa erilaista taidetta kuin se mitä taiteilija muuten tekisi. Vastauksissa nousee esiin, että manageriyhteistyö jostain syystä edellyttäisi taiteilijalta erillisen ”myyntitaiteen” tuottamista, sisältäen ajatuksen myös suurista kappalemääristä.

Näiden näkökulmien lisäksi managerointiin myönteisesti suhtautuvat taiteilijat myös epäilevät, että manageriyhteistyö saattaisi heikentää taiteilijan

itsenäisyyttä ja manageri määrätä liikaa aikatauluista. Taiteilijat kuitenkin tunnustavat manageroinnin mahdollisuuden vaikuttaa taiteen sisältöön myös positiivisesti. Vastauksissa manageroinnin vaikutusta taiteilijan toimintaan ylipäätään ei hätkähdetty, vaan se nähdään päinvastoin tervetulleena mahdollisuutena. Pääosin manageroinnin vaikutuksen taiteilijat uskovat ruumiillistuvan taiteilijan taiteenteon ajanlisääntymisessä ja sitä kautta mahdollisuutena ”paremman” taiteen syntymiseen. Vastaaajien mukaan taiteilijan yrittäessä yksin pitää käsissään koko laajaa toimintakenttää, luova työ häiriintyy ja aika taiteelliseen työskentelyyn jää liian vähäiseksi jolloin keskittyminen työskentelyyn herpaantuu. Positiivisesti managerin vaikutuksen taiteelliseen työskentelyynsä vastaanottaneet taiteilijat kokivat siis, että manageriyhteistyön mahdollistama ajan lisääntyminen puolestaan mahdollistaa tasokkaamman taiteen syntymisen. Monet taiteilijat myös kokevat, että koska he tekevät nimenomaisesti epäkaupallista

taidetta, yksilöllisyyteen toiminnassaan panostava manageri voisi olla juuri oikea henkilö auttamaan myynti- ja markkinointityössä.

### Taiteilijan kapea leipä ja toiminnan vaatimattomuus esteenä managerointipalveluiden hankkimiselle

Kyselyyn vastanneet taiteilijat suhtautuvat siis managerointiin, etenkin sen sisältäessä nimenomaisesti myyntiä ja myynninedistämistä, erittäin suotuisasti. On kuitenkin merkillepantavaa, että vaikka taiteilijat ovat oivaltaneet manageroinnin mukanaan tuomat hyödyt, ei manageroinnista olla helposti valmiita maksamaan. Syy tähän ristiriitaisuuteen on vastausten perusteella kuvataiteilijan kapea leipä. Kyselyyn saapuneista vastauksista saattoikin lukea, että taiteilijoista tuntuu mahdottomalta maksaa osuus vähäisestä toimeentulosta ulkopuoliselle henkilölle, olkoonkin, että sijoitus manageriyhteistyöhön saattaisi

pidemmällä aikajänteellä kohentaa taiteilijan taloutta yleisesti. Taiteilijat olisivat siis antamiensa vastausten mukaan valmiita vastaanottamaan apua myynti-markkinointityöhön, mutta taloudellinen tilanne estää toimintakentän kokonaisvaltaisen haltuunoton. Taiteilijat tiedostavat ammatillisen tilanteensa haasteet ja oivaltavat manageroinnin mukanaan tuomat mahdollisuudet, mutta yleinen voimattomuuden tunne taloudellisen tilanteen edessä vaikuttaisi vastausten mukaan lamauttavan taiteilijoiden tavoitteellisen toiminnan verraten helposti.

### ”Manageri puhalttaa ranskanleipään lisää ilmaa” Manageroinnin imago-ongelma, saavutettavuus ja vaikuttavuus

Tutkimustulosten perusteella voi nähdä, että tosiasiallisesti taiteen managerointi on edelleen varsin vierastermi taiteilijoille, joista vain harvan arkitodellisuutta

manageri on päässyt vielä koskettamaan. Taiteilijoiden tietämättömyys managerioiden toimintatavoista pitää sisällään manageroinnin imagoille haitallisia ennakkoluuloja ja vääriä tai virheellisiä oletuksia. Yleisimpinä managerointiin yhdistettyinä negaationa koetaan vastauksissa ”välistä vetäminen” ja taiteilijan ”hyväksi käyttäminen”. Taiteilija koetaan näissä vastauksissa vahvasti yhteiskunnassa uhrin asemassa. Vastauksissa korostuu myös taiteilijoiden oletamus, että managerit kohdistavat oman työpanoksensa lähinnä sellaisen taiteellisen tuotannon promootioon, joka jo itsessään täyttää tietyt taloudelliset intressit - siis myy hyvin. Vastaaajat myös epäilevät, että managerien/agenttien ammattikunta keskittyy taiteilijoiden imussa vain oman etunsa priorisoimiseen, joka ei johda taiteilijan tilanteen kohentamiseen tai riskien vähenemiseen.

Managerointi koetaan negatiivisesti asiaan suhtautuvien vastauksissa myös eräällä tapaa keinotekoisena ilmiönä,

toimintatapana jossa rahan avulla ”lahjatonkin” taiteilija voi saavuttaa huomiota ja yleisöjä. Rahan (managerin) avulla oman uran edistäminen nähtiinkin negatiivisesti managerointiin suhtautuneiden vastauksissa ainoastaan osoituksena rappiosta, lahjattomuudesta ja taiteeseen kuulumattomasta talousvetoisuudesta. Ilmeni myös, että edes ”aidosti” lahjakas taiteilija ei vastaajien mukaan tarvitse manageria, vaan hänen teoksensa löytävät oikeat väylänsä joka tapauksessa itse. Managerointiin negatiivisesti suhtautuneet halusivat myös itse kontrolloida sitä missä yhteyksissä heidän teoksiaan laitetaan näytteille.

Managerointiin negatiivisesti suhtautuneet taiteilijat perustelivat näkökantojaan värikkäin lausein. Yleisimmin he vastauksissaan viittaavat galleristeihin, jotka vastaajien mielestä hoitavat managerien leiviskää jo nyt ainakin osittain, tai sitten vastauksissa tyydytään ainoastaan toteamaan, että ajatus

manageripalveluluiden käyttämisestä tuntuu vain yksinkertaisesti vieraalta. Managereiden toimintaan liittyvä tiedonpuute vaikuttaakin vastausten mukaan olevan merkittävä syy negatiiviseen suhtautumiseen. Vastauksissaan myös taiteilijat itse myöntävät, että liian vähäinen tieto manageroinnista estää heitä muodostamasta todellista mielipidettä asiasta, mutta keskustelu managerointia toteuttavan tahon kanssa koettaisiin valaisevana ja mahdollisesti ennakkokäsityksiä muuttavana.

Negatiivisesti managerointiin suhtautuvat taiteilijat perustelivat näkökantaansa myös manageroinnin vaikuttavuuden vähäisellä informaatiolla. Osa vastaajista peräänkuuluttaakin näyttöä manageroinnilla saavutetuista tuloksista. Vastaajissa on mukana myös sellaisia taiteilijoita, joille oli jo ehtinyt kertynyt negatiivisia kokemuksia manageriyhteistyöstä. Kukaan ei kuitenkaan valitettavasti tarkemmin eritelty

minkälaisista huonoista kokemuksista oli ollut kyse. Ongelmallisena manageriyhteistyössä koetaan myös managerien toimintakentän laaja-alaisuus. Vastaajat epäillivät, että ei ole mahdollista löytää ihmistä joka hallitsisi yhden henkilön muodossa taiteen laajan osaamiskentän. Negatiivisesti managerointiin suhtautuvien mukaan yhden managerin kanssa toiminta olisi liian haavoittuvaa, ja talouden näkökulmasta olisi kannattamatonta palkata vain yksi manageri. Manageroinnin ei myöskään katsottu poistavan taiteilijan vastuuta omassa ammatissa kehittymisen vastuusta.

### Taiteilija ja manageri kohtaavat

Tutkimuksesta kerätyn aineiston perusteella on mahdollista huomata, että managerit ollaan valmiita näkemään yhteistyössä taiteilijan kanssa hyvin monenlaisissa rooleissa. Entä missä määrin taiteilijoiden

odotukset toteutuvat todellisuudessa managerien toimenkuvassa? Kohtaavatko managereiden ja taiteilijoiden näkemykset ja tavoitteet? Minkälaisia haasteita managerit itse tunnistavat omassa toiminnassaan ja millä tavoin he yhteistyön taiteilijan kanssa määrittelevät? Selvittääkseni managereiden todellista työnkuvaa, heidän toimintatapojaan ja toiminnantavoitteitaan, toimitin kesäkuun 2011 aikana haastattelun kahdelle ART360 –hankkeessa toimivalle managerille, lähes neljällekymmenelle Sillanrakentajat –hankkeessa mukana olevalle, itsensä hankkeen kotisivuilla (taide)agentiksi määrittelevälle henkilölle, ja kahdelle taiteilijamanagerointiin erikoistuneen yrityksen johtohahmolle.

Haastatteluun vastasivat määräajassa ART360-hankkeen managerit Taija Leinonen ja Matti Koistinen, sekä taidemanageri Krista Mikkola. Sillanrakentajat –hankkeessa mukana olevilta taideagenteilta saapui



määräaikaan mennessä vastaukset ainoastaan Kati Uusi-Rauvalta ja Pirjo Lindgreniltä. Olisi ollut kiinnostavaa saada Sillanrakentajat-hankkeessa mukana olevien ääni paremmin kuuluviin, ja tällä tavoin tavoittaa tietoa mahdollisista erilaisista painotuksista Sillanrakentajien agentuuritoiminnan ja ART60-hankkeen manageroinnin välillä.

Pitkän linjan taidemanagerin Krista Mikkolan mukaan taidemanagerin työkuva on nimenomaan aktiiviseen dialogiin pyrkivää yhteistyötä taiteilijoiden kanssa, pitkän ja lyhyen tähtäimen toimintasuunnitelmien laatimista ja tehtyjen suunnitelmien toimeenpanoa aikatauluineen ja budjetiteineen.

Hänen mukaansa taidemanagerin tulee olla työssään menestyäkseen edustava, halukas ja kyvykäs verkostoitumaan sekä ehdottomasti kielitaitoinen. Mikkolan mukaan taidemanagerin tulee myös

seurata alaansa tarkasti. Hänen mukaansa paras koulutus taidemanagerointiin on karttunut käytännön kotimaisen ja kansainvälisen työn kautta. Krista Mikkolan mukaan taiteilijoiden, jotka työskentelevät managereiden kanssa, tulee omata rohkeutta olla hyviä omalla alallansa. Molemminpuolinen luottamus on myös hänen mukaansa ehdoton edellytys taiteilijan ja managerin välisessä suhteessa. Mikkolan mukaan taidemanageroinnin haaste Suomessa on julkisen sektorin rakenne. Hänen mukaansa taiteen välittäjäporras on maassamme väliinpuotoajan asemassa, jonka lisäksi arvonalisävero vie hänen mukaansa suomalaisilta toimijoilta kansainvälisen kilpailukyvyn.

ART360-hankkeen palkkaama taidemanageri Matti Koistinen kokee omalla kohdallaan managerinimekkeen olevan hieman harhaanjohtava. Hän itse näkee managerin olevan jotakin tiettyä taiteilijaa

edustava henkilö, hänen itsensä kuitenkin toimiessa mukana hankkeessa, jossa edustaa kaikkia Pirkanmaalaisia ammattitaiteilijoita.

Hänen mukaansa pelkästään Tampereen Taiteilijaseuran 270 jäsenä taiteilijan varsinainen managerointi on siis lähes mahdotonta, ja Koistinen näkeekin tuottaja-nimikkeen sopivan itselleen paremmin. Koistisen mukaan hänen työnkuvaansa on kuulunut Art360-hankkeen koulutusten ja muiden tapahtumien järjestämistä, joiden rinnalla hän on toteuttanut taiteilijoiden managerointi tapaamisia, joissa tavoitteena on ollut hahmottaa taiteilijan toimeentulon kokonaisuutta yksilöllisesti. Tärkeänä osa-alueena työssään Koistinen listaa myös yhteyksien luomisen yritysmaailmaan ja yritysten tilaamien palveluiden tuottamisen. Hän kertookin työhönsä kuuluneen runsaasti erilaisten yhteistyöverkostojen luomista sekä ylläpittoa tapaamalla ihmisiä.

Koistinen on myös tiedottanut ART360-hankkeesta ja omasta toiminnastaan muun muassa luentojen, tiedotteiden ja nettisivujen avulla, ja kirjoittamalla blogia manageroinnista. Hänen roolinsa Tampereen taiteilijaseuran toiminnassa on koko toimintakauden ollut merkittävää, sillä hänen tehtäviinsä on kuulunut taiteilijaseuran taidelainaamon markkinoinnin kehittäminen esimerkiksi markkinointisuunnitelmien tekemisellä ja toteutuksella. Hän on osallistunut kiinteästi myös Tampereen Taiteilijaseuran varsinaisen markkinoinnin kehittämiseen.

Matti Koistisen mukaan taidemanagerin tulee olla tiukasti asioihin tarttuva, erinomainen ihmisten kanssa toimija, hyvä viestijä. Laajasta taidekentän ymmärryksestä on myös hänen mukaansa luonnollisesti paljon apua managerin työssä. Koistinen ei koe kohdanneensa työssään taiteilijoiden taholta minkäänlaisia ennakkoluuloja.

Hänen mukaansa ennakkoluuloja on ilmennyt enemmänkin muilla toimialoilla. Hänen mukaansa esimerkiksi rakennushankkeiden kohdalla usein ajatellaan, että taidetta on vain seinälle ripustettava taulu, ei tilaan suunniteltu teos. Koistisen mukaan taiteilijan ja managerin välinen luottamus, hyvä viestintä suuntaan ja toiseen, sekä asioiden avoin käsittely ovat resepti toimivan yhteistyön toteutumiselle.

Toisen ART360-hankkeen palkkaaman taidemanagerin Taija Leinosen (nyk. Sailio) mukaan hänen työkuvaansa on kuulunut pääasiallisesti markkinointiin, tuotteistamiseen ja yhteistyökumppanuuksien solmintaan liittyvää työtä. Leinonen on järjestänyt, ja toiminut itsekin kouluttajana taiteilijoille suunnatuissa koulutuksissa, joista osa on toiminut taiteilijan täydennyskoulutuksen tehtävissä tarjoten tietoa muun muassa sosiaalisesta mediasta ja sopimuskäytännöistä. Leinosen mukaan niiden koulutusten, joissa hän on ollut mukana, tavoitteena on

ollut tarjota taiteilijoille itselleen pohjaa oman toimintansa kehittämiseen, joka puolestaan mahdollistaa sekä itsenäisen toiminnan että sujuvamman työskentelyn mahdollisen välittäjän kanssa.

Manageri tai agentti voi olla apuna esimerkiksi tykykurssin tuotteistamisessa, mutta aloitteen pitää Leinosen mukaan tulla taiteilijalta. Koulutukset ovat hänen mukaansa tarjonneetkin taiteilijoille eväitä omien tavoitteiden tunnistamiseen ja niiden eteenpäin viemiseen.

Taidemanageri Taija Leinosen mukaan taiteilijakohtaisissa tapaamisissa teemat ovat vaihdelleet sopimusten tarkistamisesta hinnoittelun pohdintaan ja atk-taitojen petraamiseen. Tapaamiset ovat Leinosen mukaan mahdollistaneet paremman käsityksen luomisen alueen taiteilijoiden osaamisesta ja toiminnan ongelma-alueista. Taiteilijan työn itsenäisen luonteen

johdosta moni Leinosen tapaamista taiteilijoista on kokenut positiivisena, että on joku (manageri), joka voi olla mukana esimerkiksi tekstien viimeistelyssä ja markkinointimateriaalin, kuten cv:n ja kutsukorttien valmistelussa tai hinnan pohdinnassa. Taija Leinosen mukaan hänen työhönsä taiteen managerina ei ole kuitenkaan missään muodossa kuulunut puuttumista taiteilijan ammattiosaamisen ytimeen, taiteelliseen prosessiin ja teoksiin.

Taidemanagerin tulee Leinosen mielestä olla monialaisesti ajatteleva sillanrakentaja. Pitkäjänteisyys, työteliäisyys ja kyky kuunnella ovat hänen mukaansa työn tekemisen ehdottomia edellytyksiä, kuten myös sosiaalisuus ja kyky solmia suhteita. Leinosen mukaan myös eräänlaisesta kovanahkaisuudesta on myös etua. Taija Leinonen kertookin kohdanneensa tähänastisella taidemanagerin urallaan sekä äärimmäisen positiivisia, että negatiivisia ennakkoluuloja. Hän kertoo tullessa

avosylin vastaanotetuksi taiteilijan kuvitellessa, että managerin tehtävä on lähteä myymään jo valmiita teoksia ilman että taiteilijan tarvitsee tehdä mitään. Toisessa ääripäässä ovat Leinosen mukaan olleet taiteilijat jotka ovat ”lyöneet nyrkkiä pöytään karjuen ettei tuotteistaminen kuulu mitenkään taiteeseen”. Leinosen mukaan taidemanagerointia on myös epäilty salajuoneksi, jolla taiteilijat ”pakotetaan” yrittäjiksi. Leinonen kertoo ennakkoluulojen kuitenkin useimmiten hälvenneen heti, kun asiasta on keskusteltu edes hieman pintaa syvemmältä.

Leinosenmukaan suurinsyitä taiteilijoiden ennakkoluuloille on kielimuuri - taiteen ja liiketoiminnan kielet eivät hänen mukaansa aina sovi saumattomasti yhteen ja vieraat termit saattavat jopa pelottaa. Sanojen sijaan Leinonen tarttuisikin mieluummin sisältöihin: hänen mukaansa markkinointikielen hallitseminen mahdollistaa siitä sopivien osien soveltamisen taiteeseen samoin kuin

yrittäjämäinen asenne tarkoittaa itsenäisyyttä, vastuuta omasta työskentelystään ja realistista toiminnan suunnittelua. Tuotteistaminen tarkoittaa Leinoselle taiteen saavutettavuuden parantamista, tilannetta jossa taiteen hankkimisesta tehdään asiakkaalle mahdollisimman helppoa esimerkiksi internetsivujen, selkeän hinnoittelun ja molemminpuolisesti reilujen sopimusten avulla. Leinosen mukaan taiteilijoiden, taidekentän ja asiakkaiden olisi kuitenkin kaikkien oltava mukana kehittämässä alan pelisääntöjä, että manageroinnin tulonmuodostus rakentuisi terveelle pohjalle.

Managerin tai tuottajan palkkion pitäisi Leinosen mukaan esimerkiksi olla kulu, johon voisi saada avustusta, jolloin hän uskoo että voitaisiin pitää edes jokseenkin realistisena, että avustuksen lisäksi toimintaa harjoitettaisiin myös muulla rahoituksella, jonka hankkimisen managerin tekemä työ mahdollistaa.

Leinosen näkemyksessä manageri siis tienaa oman palkkansa, eileikkaasiivutaiteilijan osuudesta. Leinonen kertoo tavanneensa viimeisten kahden vuoden aikana satoja taiteilijoita. Karttuneen kokemuksensa mukaan parhaiten managerien tarjoamat mahdollisuudet ovat ottaneet sellaiset taiteilijat, joilla on aito halu pärjätä taiteen ammattilaisena. Leinosen mukaan tällaisille taiteilijoille teosten myyminen, tilaustyöt, soveltavan taiteen projektien toteuttaminen tai vaikka asiantuntijatyö ovat keinoja jatkaa työskentelyä taiteen parissa.

Myös apurahojen vähyys, näyttelytoiminnan kalleus, kilpailu kansainvälisellä kentällä sekä oman alan että muiden alojen kesken sekä oman ajan ja jaksamisen riittämättömyys ovat muutamia syitä siihen miksi nämä taiteilijat Leinosen mukaan kokevat tarvitsevansa agenttia, manageria tai tuottajaa. Leinosen käsityksen mukaan tiukimmat taiteen manageroinnin vastustajat

löytyvät kuvataiteen opettajista ja opiskelijoista, sekä henkilöistä, jotka rahoittavat taidettaan eläkkeen, suvun, puolison tai muun ammatin tukemina. Manageritoiminta kehittyikin Leinosen mielestä selvästi tarpeesta eikä näin ollen ole keinotekoisesti päälle liimattu asia.

Tarkemmin kaikkia Leinosen mainitsemia, negatiivisimmin managerointiin suhtautuvia taiteen tekijäryhmiä tarkasteltaessa huomataan, että heidän toimeentulonsa on jo tavalla tai toisella turvattua. Kuvataiteen opettajat saavat pääasiallisen elantonsa opetustyöstään, jolloin teosmyynti tai muu omasta taiteesta saatava elanto ei ole tällaisille henkilöille ainoa vaihtoehto, eikä tällöin taiteilijan toimeentulon ongelmat konkretisoidu heille siinä mittakaavassa missä ne koskettavat puhtaasti taiteellaan toimeen tulevia, tai siihen pyrkiviä taiteilijoita. Samanlainen päätelmä toimii Leinosen mainitsemiin muihin managerointiin

negatiivisesti suhtautuviin: eläkeläisiin, suvun, puolison tai muun ammatin kautta toimeentulonsa saaviin henkilöihin. Edellä mainituista ryhmistä poiketen opiskelijan taas on vielä tilanteestaan johtuen mahdoton luoda todellista mielipidettä asiasta. Opintotuki, sekä taideoppilaitoksen tarjoamat pääosin ilmaiset materiaalit ja tilat teosten tekoon eivät mahdollista tilannetta, jossa taidetta opiskeleva henkilö voisi millään realistisella tasolla asettua jo ammatissaan aktiivisesti toimivan taiteilijan saappaisiin, ja täten muodostamaan mielipidettä asiasta.

Leinosen huomio taideopiskelijoiden osalta on kuitenkin se kaikkein merkityksellisin hänen mainitsemistaan managerointiin negatiivisesti asennoituvien ryhmistä. Juuri tämän, tulevien taiteilijoiden joukon tulisi olla koulutuksellisesta näkökulmasta kaikkein parhaiten oman (tulevan) professionsa moninaisuuden ja haastavuuden tiedostavaa. On mahdollista, että

Leinosen huomion taustalla ovat edelleen taiteilijoiden koulutuksen jälkijättöisyys liiketoimintosaamisen näkökulmasta, sekä taidekoulutuksen yhteydessä kenties edelleen korostuva vanhaan taiteilijamyyniin kannustava ilmapiiri. Sillanrakentajat-hankkeesta määrääjässä haastattelupyynnöön vastasi ainoastaan kaksi agenttia, Kati Uusi-Rauva, agentti-tuottaja-ammattinimikettä käyttävä Agma ry:n puheenjohtaja, ja Pirjo Lindgren, joka määrittelee itsensä käsityöläisten agentiksi.

Uusi-Rauva on toiminut kouluttajana luovien alojen osaajille ja taiteilijoille yrittäjä- ja liiketoiminta-aiheista. Hän on keskustellut paljon agentoinnista ja manageroinnista taiteilijoiden kanssa luennoillaan ja kahdenkeskisissä tutorointi sessioissaan, ja perustaakin haastattelukysymysten vastauksensa saavuttamaansa kokemukseen. Uusi-Rauvan mukaan agentin/managerin tulee olla taidetta tunteva, asiakkaita

ja taidemarkkinoita tunteva. Hänen mukaansa työhön liittyy vahvasti myyntihenkisyys, mutta samalla taiteilijuutta ymmärtävä lähestymistapa. Uusi-Rauvan mukaan agentin työssä korostuvat myös kyky kohdata asiakkaita ja mahdollisuus matkustaa. Hänen mukaansa talouden, liiketoiminnan, sopimusjuridiikan ja rahoituksen perusdynamiikan ymmärrys on ehdoton edellytys agentin/managerin työssä täysipainoisesti ja ammattimaisesti toimimiselle.

Uusi-Rauvan mukaan taiteilijoiden odotukset agenttien/managerien toiminnasta ja toiminnan tuloksista ovat suuria, joka voi Uusi-Rauvan mukaan johtaa kuvitelmaan, että agentti/manageri ratkoo jatkossa kaikki ongelmat. Hänen mukaansa toisinaan kuulee myös hajakommentteja agenttien epäeettisestä toiminnasta, mutta enemmistössä on hänen mukaansa kuitenkin positiivinen kiinnostus ja aktiivinen yhteistyömallien hakeminen. Tärkeimmät

arvot taiteilijan ja managerin yhteistyössä Uusi-Rauvan mukaan ovat luottamus, avoin keskustelu, selkeät pelisäännöt siitä mitä kukin tekee, mistä vastaa, ja mitä keneltäkin odotetaan. Hän haluaa myös korostaa, että liikoja odotuksia ei saa rakentaa, vaan yhteistyö managerin ja taiteilijan välillä käynnistyy kokeilemalla. Tällä hetkellä hänen mukaansa pelkällä myynnillä ei voi manageri/agentti voi elää, vaan toiminta vaatii muita rahoitusmuotoja oheen, kuten julkisrahoitteisia projekteja, muita töitä ja palkkatukia. Uusi-Rauvan mukaan harva agentti elättää itsensä agentoinnilla/manageroinnilla puhtaasti.

Agentti-tuottaja Pirjo Lindgrenin mukaan kaikki henkilöt, jotka jollain tavalla tekevät palkattua työtä taiteilijoiden tunnettavuuden lisäämiseksi ja myynnin edistämiseksi, ovat taidemanagereja tai -agentteja. Hänen mukaansa agenteilla/managereilla voi kuitenkin olla keskenään hyvin erilaisia toimintatapoja ja palveluita. Lindgren

itse tarjoaa pääosin markkinointiin liittyviä palveluja kuten verkkomarkkinointia, tapahtumatuotantoa ja markkinointimateriaalien suunnittelua, jonka lisäksi hän edustaa valitsemiensa taiteilijoiden tuotantoa yritysmaailmalle, eli tekee myös puhdasta myyntityötä. Lindgrenin mukaan taidemanagerin tai -agentin tuleekin tuntea sekä taide- että bisnesmaailma, omata kontakteja ja olla itse aktiivinen toimija. Hänen mukaansa taiteilijoilla voi edelleen olla asenneongelmia kaupallisen ajattelun kanssa, jonka seurauksena

Lindgrenin mukaan taideteos jää usein kesken, kun siitä ei osata, haluta tai ymmärretä tuotteistaa. Hänen mukaansa taiteilijat eivät myöskään vielä tarpeeksi laajasti ja syvästi ymmärrä myynnin ja markkinoinnin osuutta työkseen, joka vaatii paljon panostusta, työtä ja rahaa. Lindgrenin mukaan tärkeimmät työkalut taiteilijan ja agentin/managerin yhteistyössä ovat kuitenkin selkeät sopimukset ja niissä pysyminen puolin ja toisin.

Taidemanagerien haastatteluun antamat vastaukset vaikuttavat olevan pääsääntöisesti samassa linjassa taiteilijoiden managerointiin suuntaamien odotusten kanssa. Managerin toivotaan taiteilijoiden vastauksissa olevan yhtä aikaa sekä luotettava kumppani, että piinkova bisnesmies, jollaisena agenttien/managerien toiminta heidän itsensäkin kertomana jossain määrin näyttäytyy ainakin tavoitteissa.

Managerin toiminnan yhtenä keskeisimmistä tavoitteista on haastateltujen taidemanagerien mukaan mahdollistaa taiteilijan keskittyminen itse taiteeseen, joka tutkimuksen mukaan on taiteilijoiden itsensäkin mukaan heidän merkittävin tavoitteensa, mutta tähän tilanteeseen päästäkseen, on managerin ja taiteilijan yhteistyön pohja kyselyyn vastanneiden agenttien ja managerien mukaan rakennettava yhdessä. Vastaajat kuvaavat yhteistyötä taiteilijan kanssa nimenomaan vuorovaikutussuhteeksi, joka on kuitenkin taiteilijan

kontrollin alaisena. Vastaajien mukaan taiteilijan on itse määriteltävä toimintatapansa, sekä se mihin välittäjää tarvitsee. Tärkeintä taiteilijan ja managerin välisessä suhteessa on kaikkien haastateltujen managerien ja agenttien mukaan luottamus ja sitoutuminen yhteisiin päämääriin.

#### Kuinka odotukset kohtaavat?

Näkemykset managerin toimenkuvasta risteävät selkeimmin varsinaisen myyntityön kyseessä ollessa. Saatujen vastausten, niin taiteilijoiden kuin managerienkin, mukaan voi nähdä käsittävän myyntityön eri näkökulmista. Taiteilija odottaa managerin lähtevän konkreettiseen myyntityöhön taideteokset kainalossaan ja palaavan takaisin rahat muassaan. Managerit puolestaan kokevat myyntityön monitahoisempasuorituksena, sillä heidän mukaansa suorien teoskauppojen tekemisen osuus kaikesta

managerin tekemästä myynti- ja markkinointityöstä voi itse asiassa olla vain hyvin pieni osa, tai sitten sitä ei ole lainkaan. Heidän mukaansa taiteilijoilla on useimmiten haaveena ja odotusarvona se, että agentti myisi taiteilijan uniikkitaidetta. Managerien ja agenttien mukaan heidän tehtävänsä on sitä vastoin hyödyntää taiteilijan ammattitaito kaikin kaupallisin keinoin, jolloin siihen voi lukeutua mitä erilaisimpia asioita koulutuksesta, terapiasta, työhyvinvointiin liittyvistä virkistyspäivistä liikelahjoihin. Tutkimukseen saatujen vastausten perusteella, niin taiteilijoiden kuin managerien/agenttienkin antamien, sana tuotteistus tarkoittaa usein taiteilijalle eri asiaa kuin managerille.

Managerin mielestä taiteilijan ammattitaito venyy moneen, mutta taiteilija ei itse sitä useinkaan hahmota, vaan pitää ainoana itselleen merkittävänä asiana uniikkitaideteiden tekemistä, näyttelytoimintaa ja taideteosten myyntiä. Taiteilijoiden ja managerien

kesken vallitsevista eriävistä näkökulmista johtuen on helppo ymmärtää miksi jotkin taiteilijat ovat olleet tyytymättömiä managerien tekemään myyntityöhön. On mahdollista, että tapauksissa, joissa taiteilijan ja managerin keskinäinen ymmärrys markkinointi- ja myyntityön luonteesta ei ole ollut sopimusvaiheessa tarpeeksi selvästi esillä, on seurauksena ollut kenties molemminpuolinen pettymys.

Mahdollisesti osapuolet eivät ole ymmärtäneet täysin toistensa kieltä, jolloin taiteilija on kokenut managerin tekemän työn tuloksettomana mitatessaan manageroinnin vaikutusta liian lyhyellä aikavälillä ja ainoastaan konkreettisten teosmyyntimäärien valossa. Managereiden mukaan taiteilijan markkinointi ja mahdollinen teosmyyntien saaminen on kuitenkin pitkä prosessi, johon taiteilijat eivät useinkaan ole osanneet realistisesti varautua. Haastatteluun vastanneet managerit ja agentit toteavat myös, että

taiteilijat kokevat edelleenkin taiteen ja kaupallisuuden olevan toisensa pois sulkevia osa-alueita. Agentti- ja manageritoiminta on kuitenkin laajassa mittakaavassa vasta käynnistymässä Suomessa, toimivia malleja tekemiseen vasta tutkitaan ja testataan ja ylipäänsä kaupallinen toiminta taidealalla hakee managerien mukaan vielä useassa tapauksessa muotoaan. Tämä voi tuntua manageroitavasta ymmärrettävästi tuskastuttavalta.

Haastattelun perusteella merkittävimpana erona manageroinnin ja agentuuritoiminnan eri ”koulukuntien” välillä voi nähdä asenteessa taiteilijan taiteen sisältöön. ART360 –hankkeen palkkaamat taiteen managerit korostavat, että heillä ei ole oikeutta tai halua vaikuttaa taiteilijan taiteeseen. Heidän mukaansa manageri toimii taiteen ja taiteilijan ehdoilla, jolloin managerin omilla henkilökohtaisilla tai ammatillisilla vaikuttimilla ei ole osaa tässä yhtälössä. Taiteilijoiden tässä tutkimuksessa

antamien vastausten, ja ART-360 taidemanagerien kommenttien mukaan, yksi merkittävimmistä esteistä taiteilijoiden kiinnostuksesta managerointiin kytkeytyy kiinteästi juuri tähän kysymykseen. Taiteilijat ovat esittäneet huolensa manageroinnin ja managerin vaikutuksesta juuri taiteen sisältöön.

Sillanrakentajat–hankkeen agenttien voi sitä vastoin haastatteluun saamiensa vastausten perusteella nähdä suhtautuvan toimintaansa ART360-hankkeen palkkaamia managereita kaupallisemmin. ART360-hankkeen managerien keskittyessä pääosin taiteilijoiden henkisen, sosiaalisen ja yhteiskunnallisen pääoman laaja-alaisempaan hyödyntämiseen erilaisten asiantuntijatehtävien ja mahdollisuuksien luomisessa, ovat Sillanrakentajat saapuneiden vastausten perusteella selvästi kaupallisesti ja objektilähtöisesti orioituneempia. Syyn tähän haastatteluvastauksissa selkeästi esiin nousevaan toiminnan eroavaisuuteen,

on kuitenkin helppoa löytää lähtökohdista, jotka ovat ART360-hankkeen managerien ja Sillanrakentajien kesken hyvin erilaiset. ART360-hankkeen managerit ovat saaneet säännöllisen palkkansa hankkeen rahoituksesta, joka on mahdollistanut toimintojen suuntaamisen myös epäkaupalliseen ja kokeelliseen suuntaan. Sillanrakentajat puolestaan toimivat omissa yrityksissään, jolloin toimeentulo kertyy luonnollisesti vain toteutuneista kaupoista tai myydyistä palveluista.

Yrittäjyydessä, josta Sillanrakentajat-hankkeessa mukana olevien agenttien toiminnassa on siis kyse, on luonnollisesti tavoite toimeentulon hankkimisesta, jolloin kokeelliselle tai muulla tavoin vaikeasti tuotteistettavalle taiteelle on usein vaikea löytää sijaa. On ymmärrettävää, että näistä lähtökohdista agentin on pelkästään viisasta kohdistaa toimintansa sellaiseen toimintaan, josta toimeentulo on helpoimmin saatavissa. Kiinnostavana yhtymäkohtana managerien ja agenttien vastauksissa

voi nähdä molempien tavoitteen objektikeskeisestä teosmyynnistä prosessiluonteiseen palveluntarjonnan suuntaan. Kulttuurintuottajien ammatillista toimintaa tutkineen Katri Halosen mukaan taiteen välittäjäportaan toimintakenttä on moniulotteinen. Hänen mukaansa välittäjäportaan (tässä managerit ja agentit) ammatillinen toiminta on laajentunut perinteisen taiteilijan tuottaman sisällön sellaisenaan eteenpäin toimittamisesta laaja-alaiseksi toiminnaksi.

Halosen mukaan kulttuurintuottajat osallistuvat taiteilijan teoksen ”toteutumiseen” jatkojalostamalla sitä omien näkökulmiensa kautta. Kulttuurintuottajan näkökulma vaikuttaa Halosen mukaan taiteilijan teoksen lopulliseen ulostuloon läpikäytyjen markkinointi- ja tuotteistamistoimenpiteiden kautta. Halosen mukaan kulttuurintuottajan tehtävä on muokata taiteilijan teos erilaisiin jakelukanaviin ja formaatteihin sopivaksi, ja tällä tavoin raivata tietä teoksen mahdollisimman

laaja-alaisille esittämismahdollisuuksille. Sekä ART360 –hankkeessa mukana olevien managerien, että Sillanrakentajat-hankkeen agentit eivät antamiensa vastausten mukaan ole halukkaita astumaan perinteisten galleristien maaperälle. Varsinaisen teosmyynnin halutaan vastauksissa edelleen nähdä tapahtuvan pääosin galleriportaana välityksellä, ja heidän oman toimintansa suuntautuvan muulla tavoin.

Managerointi profiloituu siitä saatavissa olevan tiedon ja tähän tutkimukseen annettujen haastatteluvastausten perusteella, ja taustalla vaikuttaneen rahoitusrakenteen mahdollistamana laajemmin taiteilijoiden vielä hyödyntämättömien yhteiskunnallisten voimavarojen hyödyntämisen tavoitteluun. Agenttien osalta toiminta vaikuttaisi saapuneiden vastusten perusteella suuntautuvan pääosin erilaisten maksullisten palveluiden, kuten mainonnan ja markkinoinnin tarjoamiseen taiteilijoille. Toimeentulon näkökulmasta

on siis mahdollista ymmärtää eri hankkeissa, mutta samalla alalla toimien agenttien/managerien eriävät näkemykset agenttuuritoiminnan/manageroinnin luonteesta.

Ei niin yllättävänä johtopäätöksenä siitä, millä tavoin taiteilijoiden ja agenttien/managerien odotukset yhteistyön luonteesta kohtaavat, haastattelujen perusteella voi todeta, että vain yhteiskunnan tuen suojissa manageroinnin on mahdollista toimia koko taiteen kenttää, heikoimmassakin asemassa olevia taiteilijoita tukevana ja eteenpäin vievänä toimintana.

Kärjistäen managereille suunnattuun haastatteluun tulleiden vastausten perusteella voikin todeta, että taiteilijoiden kyselytutkimuksessa esiin nostamat epäilykset agentin/managerin vaikutuksesta taiteen sisältöön saattavat toteutua kulttuurituotannon etenkin yrittäjätaloudessa toiminnassa. Toisaalta, tutkimuksen

mukaan ne taiteilijat, jotka ylipäätään ovat erityisen kiinnostuneita yhteistyöstä agentin/managerin kanssa, ovat jo lähtökohtaisesti aktiivisia oman alansa ammattilaisia. Saapuneiden vastausten mukaan managerointi-palveluista erityisen kiinnostuneet, tai sellaisia mahdollisesti jo aikaisemmin käyttäneet taiteilijat omaavat vahvan taiteilijaidentiteetin, he ovat yhteiskunnallisesti tiedostavia, etabloituneitakin taiteilijoita, joilla on olemassa selkeä oma tapa työskennellä eikä täten ”vaaraa” oman taiteellisen identiteetin katoamisesta.

### Kärkijoukot

Manageroinnin haaste ei siis tutkimusten mukaan ole varsinaisesti siinä itsessään, vaan problematiikka kiertyy sen ympärillä sijaitseviin teemoihin, erityisesti siihen minkälaisena taiteilijat itse haluavat taiteilijuuden nähdä ja kokea. Taiteilijan ammatissa toimiminen

tuskin koskaan on ollut helppoa, mutta toisaalta on mahdollista että taiteilijat ovat ”vaipuneet Ruususen uneen” jossa he ovat perustaneet toimintaansa perinteisen taiteilijaneromyytin jatkumolle.

On mahdollista että juuri tuo ajattelutapa, olkoonkin että suurelta osin se on taiteilijan itsensä ulkopuolelta tulevaa romanttisestikin latautunutta määrittelyä, on johtanut ammattikunnan eräänlaiseen jälkijättöisyyteen jota nyt pyritään päivittämään nykyelämän realiteetteja paremmin vastaavaksi.

Kulttuuriin tai taiteisiin kohdistuva arvostelu leimataan kuitenkin usein liian herkästi markkinavoimien saneluksi. Taiteilijoiden toimintaan ja toimeentuloon kohdistuneiden laajojen tutkimusten valossa on kuitenkin käynyt kiistatta ilmi, että alalla kaivataan pölyttyneiden asenteiden sijaan rohkeaa perinteisistä myyteistä irrottautuvaa uudelleenarviointia.

Taiteilijoiden toiminta onkin tutkimusten mukaan jo muuttumassa professiota laaja-alaisemmin ja ennakkoluulottomammin toteuttavaksi. Tästä syystä taiteilijat ovat varmasti tulevaisuudessa ”luovuuden yhteiskuntaan” pyrkivien kärkijoukoissa.

Pia Feinik

## Lähteet

Kyselytutkimus suomalaisten ammattitaiteilijoiden asenteista managerointiin ja liiketoimintaosaamiseen kuvataiteilijaliittojen jäsenistölle keväällä 2009. Aineisto kirjoittajan hallussa.

Halonen Katri, Kulttuurintuottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa, Jyväskylän yliopisto 2011

Haastattelut:

- Hohtokari Marit, AGMA, pääsihteeri, Sillanrakentajat-hankkeen kouluttaja
- Kosonen Matti, manageri ART360-hanke
- Leinonen (nyk.Sailio) Taija, manageri ART360-hanke
- Lindgren Pirjo, agentti, Sillanrakentajat-hanke
- Mikkola Krista, taidemanageri
- Uusi-Rauva Kati, agentti, Sillanrakentajat-hanke

Aineistot kirjoittajan hallussa.



# 100 & 600

ART360 oli yhdeksän toimijan verkosto, jonka yhteinen tavoite oli parantaa kuvataiteilijoiden osaamista. Kolmen vuoden aikana tätä verkostotyötä teki yhteensä 100 asiantuntijaa. Tämä verkosto on erinomainen työväline kuvataiteenalan kehittämiseen myös jatkossa. Toiminta oli myös aidosti valtakunnallista sen suuntautuessa Helsinki-Tampere-Oulu-Satakunta -akselille, unohtamatta yhteistyöprojektia Kuopiossa. Kuvataiteen managerit Matti Koistinen ja Taija Sailio olivat erinomaiset verkostojen kokoajat, jotka pystyivät luovimaan toimintaympäristössä, jossa tuli ottaa huomioon monia intressejä, yksittäisen kuvataiteilijan toiveista aina asiakkaiden odotuksiin sekä projektin asettamiin vaatimuksiin. Toimintaa aloiteltaessa varovaisena arviona oli, että liiketoimintaosaamiseen sekä managerointiin liittyviin koulutuksiin osallistuisi 100 kuvataiteilijaa. Koulutukset löysivät yleisönsä niin hyvin, että osallistujia kertyi noin 600. Kaikki koulutusten materiaalit löytyvät projektin sivustolta [www.art360.fi](http://www.art360.fi).



## Taide kohtaa asiakkaat – Oulun ART360-osahankkeen toiminta 2008-2011

ART360-hankkeen Oulun osahankkeen toiminnasta ovat vastanneet Oulun Taiteilijaseura -63.ry (OTS) ja PROTO – Pohjois-Suomen taideteolliset suunnittelijat ry (PROTO). Toiminta käynnistyi syksyllä 2008 aluekoordinaattori Helena Ylisirniön johdolla. Vuonna 2009 aluekoordinaattoriksi siirtyi Kaisa Nyberg (nyk. Logren) ja Taija Leinonen aloitti alueen visuaalisten alojen managerina. Vuonna 2010 aluekoordinaattoriksi nimitettiin Heidi Huovinen ja vuonna 2011 tehtävää on hoitanut managerin toimensa rinnalla Taija Leinonen (nyk. Sallio). Hanketoiminta päättyi Oulussa syksyllä 2011.

Oulun osahankkeen päätehtävänä oli kehittää visuaalisten alojen liiketoimintaa ja tuotteistamista ja kansainvälistymistä. Aihetta lähestyttiin monipuolisesti

tarjoten mm. kursseja ja työkaluja toiminnan kehittämiseen. Kolmen CASE alueen, hyvinvoinnin, matkailun ja sisustuksen kautta pääsimme tutustumaan aiheisiin käytännönläheisesti. Kuvataiteen kansainvälistymistä tarkasteltiin mm. Arctic heat -näyttelyprojektin yhteydessä. Lisäksi Oulun osahankkeelle on kuulunut tietopankkien kokoaminen taiteeseen sijoittajalle sekä valtakunnallisen ART360-kuvataidepäivät -tapahtuman järjestäminen.

ART360-hankkeen toiminnot, kuten kurssit, tapaamiset ja tapahtumat, ovat olleet pääosin erittäin suosittuja ja niistä saatu palaute hyvää. Kokonaisuudessaan tapahtumiin on Oulun alueella osallistunut yli 300 taiteen ammattilaista. Määrä on huomattava, sillä OTS:n jäsenistöön kuuluu yli 150 kuvataiteilijaa

ja PROTO:on yli 110 muotoilun ja taidekäsityön ammattilaista; jäsenistön lisäksi on onnistuttu täten tavoittamaan myös runsaasti muita visuaalisten alojen ammattilaisia ja asiakkaita. Muista kaupungeista poiketen Oulun ART360-hankkeen kohderyhmänä olivat alueen kuvataiteilijoiden lisäksi myös muotoilijat ja taidekäsityöläiset. Käytännössä painotus on kuitenkin ollut uniikkituotteiden ja -teosten tekijöissä, joskin muotoilijoita on osallistunut runsaammin esim. CASE Hyvinvointi ja hinnoitteluteemaisiin koulutuksiin.

Oulun lisäksi tapahtumia on järjestetty myös Kajaanissa ja Rovaniemellä yhteistyössä paikallisten toimijoiden kanssa. Tapahtumiin on aina pyritty saamaan mukaan monialainen, samasta aiheesta kiinnostunut joukko. Yhteistyö alueellisten toimijoiden,

kuten Taidetoimikunnan, Taitajien Tierna hankkeen ja sote- verkoston kanssa, on noussut keskeiseksi osaksi hankkeen toimintaa. Yhteistyön kautta manageri ja taiteilijat ovat päässeet esille useissa tapahtumissa kuten Artteli- verkoston tapaamisissa ja messutapahtumissa. Oulun osahankkeen kurssimateriaalit ja muut tulokset on koottu [www.art360.fi](http://www.art360.fi) -portaaliin.

#### Kuvataiteen palvelujen tuotteistaminen ja liiketoimintaosaaminen

ART360-hanketta pohjustettiin Oulussa kyselyillä ja infotilaisuuksilla. Managerin aloitettua toimintansa järjestettiin Tutustumisilta 26.8.2009. Iltaan osallistui OTS:n ja PROTO:n jäsenten lisäksi edustajia OulunTaidemuseosta, KulttuuriKauppilasta ja

Haukiputaan taideyhdistys r.y:stä Illan ohjelmaan kuului ART360-hankkeen yleinen esittely sekä Oulun osahankkeelle tehdyn toimintasuunnitelman läpikäynti sekä työpajaosuudet, joissa pohdittiin kurssitarjontaa ja taiteen ja hyvinvoinnin kohtaamista. Keskustelun aiheiksi nousivat mm. taiteen tuotteistaminen sekä managerin ja taiteilijan työnjako. Tutustumisillan perusteella voitiin todeta, että kuvataiteen näkeminen palveluna ja tuotteistaminen olivat yleisesti ottaen kovin vieraita käsitteitä.

Tästä syystä koulutusten järjestäminen aloitettiin syksyllä 2009 konkreettisista taiteilijan toiminnan esittelyyn liittyvistä koulutuksista. Teoskuvaus kotistudiossa ja Kuvankäsittelyä taiteilijoille ja muotoilijoille olivat suosittuja kursseja, joiden avulla

pohjustettiin myös tulevia markkinoinnin opintoja.<sup>1</sup> Taiteen sopimukset kurssilla tutustuttiin ART360-hankkeessa luotuihin sopimus pohjiin. Osallistuneiden tarinoista päätellen sopimusten tekemiseen on selkeä tarve vaikkakin sitä vierastetaan sekä taiteilijoiden että asiakkaiden keskuudessa. Sopimusten tärkeyttä ja pohjien olemassaoloa onkin tämän jälkeen korostettu lähes kaikissa hankekoulutuksissa ja tapaamisissa taiteilijoiden kanssa.

Syksyn 2009 kokemusten perusteella nähtiin tarpeelliseksi tarkastella yhteisesti taiteilijan ammatinkuvaa. 4.2.2009 järjestetyssä Ammattina taiteilija -seminaarissa käsiteltiin taiteilijan erilaisia toimintamuotoja käytännönläheisten puheenvuorojen kautta. Kuvataiteilija Karoliina Niemelä osuuskunta

<sup>1</sup> Kurssimateriaalit: <http://www.art360.fi/koulutukset/valokuvaaminen-ja-kuvankasittely/>

Wariasta kertoi yhteisöllisen yrittäjyyden eduista ja haitoista ja taiteilija Pekka Hannula loi karun mutta realistisen kuvan taiteella elämisestä.<sup>2</sup> Tilaisuus sai kiitosta ajatusten herättämisestä; joillekin se oli antanut luvan ajatella toimintaansa uudesta näkökulmasta. Seminaarin puheenvuoroihin palattiin useissa koulutuksissa ja esille tulleet konkreettiset esimerkit avasivat hyvin taidetta palveluna ja tuotteistettuna palveluna.

Osahankkeen toimintasuunnitelmaa kirjoitettaessa tavoitteena on toteuttaa pidempi taiteen palvelujen tuotteistamisen kurssikokonaisuus. Taiteilijoilta saadun palautteen perusteella päädyttiin kuitenkin järjestämään useampia yksittäisiä, joskin toisiaan tukevia koulutuspäiviä, jotka käsittelevät taiteen tuotteistamista ja liiketoimintaosaamista. Taidosta

toimeen -koulutuspäivät tarjosivat kuvataiteen osaajille mahdollisuuden tutustua palvelujen tuotteistamiseen Oulussa sekä hankevaihtona Helsingissä ja Tampereella.

Koulutuksissa syntyi lukuisia tuoteideoita vaikka tavoitteena olikin vasta tutustua ajatteluun, jossa taiteilijan ammattiosaaminen on asiakkaalle myytävä palvelu. Osaa tuoteideoista kehitettiin myös yksityisissä tapaamisissa ja ainakin kaksi taiteilijaa on perustamassa liiketoimintaa koulutuksessa saattujen ideoiden pohjalle.<sup>3</sup>

Verotus, taiteen alv, hinnoittelu ja yritysmuodot herättivät paljon keskustelua useissa koulutuksissa ja tapahtumissa ja osoittautuivat kursseiksi, joissa päivitys ja lisäkoulutus on tarpeen lähes vuosittain. Taiteilijan verotus -koulutus sai erittäin hyvän palautteen

käytännönläheisyydestään. Yksi suosituimmista koulutuksista oli Luovan työn hinnoittelu, joka antoi eväitä työn ja teoksen hinnoitteluun.<sup>4</sup>

Yksi usein toistuneista teemoista on ollut hakemusten tekeminen mm. apurahoihin projekteihin, näyttelyihin, työpaikkoihin ja yritystoimintaan liittyen. ART360 ja Oulun läänin taidetoimikunnan yhteiseen Hyvä hakemus -koulutukseen ei kuitenkaan ilmoittautunut kuin kourallinen taiteilijoita, joten tilaisuus jouduttiin perumaan.

Markkinoinnin koulutuksia järjestettiin useista näkökulmista. Sosiaalisen median koulutuspäivät toteutettiin yhteistyössä Dimeke-hankkeen kanssa ja osallistujilta saatiin positiivista palautetta siitä, että tilaisuudessa tutustui myös oman alan ulkopuolisiin

henkilöihin. Järjestäjälle yhteistapahtumat aiheuttivat tapauksessa paljon ylimääräistä työtä mutta olivat kannattavia kulujen jaon ja verkottumisen johdosta. Sosiaalinen media otettiin koulutuksen jälkeen myös voimakkaasti käyttöön järjestöjen toiminnassa.

Tampereen ART360-manageri Matti Koistinen vieraili Oulussa mm. Taiteilijan viestintä ja markkinointi sekä Asiakkaan kohtaaminen -teemojen puitteissa ja Taina Kokkonen kävi esittelemässä ART360-hankkeen puitteissa uudistunutta Verkkomatrikkeliä. Hanke tarjosi valmennusta työnäytöksiin valmistautuneille taiteilijoille. Markkinointi, tuotteistaminen ja sopimukset olivat aiheita myös koulutuksissa, joita järjestettiin Rovaniemellä yhteistyössä Lapin taiteilijaseuran kanssa.<sup>5</sup>

<sup>2</sup> Luentomateriaalit: <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/taiteilijana-toimimine/suunnittelu/> ja <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/taiteilijana-toimimine/managerointi>

<sup>3</sup> Taidosta toimeen –kurssimateriaalit löytyvät [www.art360.fi](http://www.art360.fi) portaalista

<sup>4</sup> Luentomateriaalit <http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/hinnoittelumyynti/hinnoittelu/> ja excel-työkalu: [www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/tyokaluja/](http://www.art360.fi/taiteen-ammattilaiset/tyokaluja/)

<sup>5</sup> Kurssi- ja luentomateriaalit: <http://www.art360.fi/koulutukset/markkinointi-ja-sahkoinen-liiketoiminta/>

Manageri Taija Leinonen vieraili puhumassa taiteen tuotteistamisesta ja markkinoinnista myös muiden tahojen järjestämissä tilaisuuksissa. Joensuun InnoViikko pureutui yritysten kehityshaasteisiin, Taidesivut.net:in avajaisissa tarkasteltiin internetiä taiteilijan markkinointikanavana ja Kulttuuri Kainuun tapahtumissa pohdittiin taiteen ja matkailun kytkentöjä. Manageri osallistui myös Kuopion ART360 kokonaisuuden projektikilpailutuksen sparraamiseen ja pisteyttämiseen. Koko hankekauden aikana manageri tapasi yksityistapaamisissa yli 50 taiteilijaa ja muotoilijaa. Tapaamisten tavoitteena oli aluksi saavuttaa kokonaiskuva alueen toimijoiden työkuvasta ja koulutustarpeesta sekä tiedottaa tulevista tapahtumista. Myöhemmin tapaamisissa keskityttiin enemmän henkilökohtaiseen liiketoiminnan kehittämiseen. Teemoja ovat mm. olleet markkinointimateriaalin ja -suunnitelman tuottaminen,

hinnoittelu, näyttelyyn valmistautuminen ja liikeideat. Järjestötasolla taiteen palvelun tuotteistamista ja liiketoimintaosaamisen kehittämistä toteutettiin Taidelainaamo ARTo:n ja Galleria 5:n sekä alueen järjestöjen tuottamien tapahtumien yhteydessä. Kahden toimintavuoden aikana lainaamon ja gallerian toimintaa kehitettiin voimakkaasti tarkastellen mm. palvelun laatua, markkinointia, sopimuksia ja tuotteistamisesta. Taidelainaamotoimintaan kehitettiin mallia vuokranäyttelyiden tuottamiseen mutta sitä ei päästy testaamaan käytännössä henkilöstöressurssien vähäisyyden johdosta. Osasovelluksena manageri solmi Oulun Osuuspankin kanssa sopimuksen näyteikkunanäyttely -konseptin pilotoinnista. Oulun osuuspankin Isonkadun konttorin aiemmin tyhjiällä ollut näyteikkuna on nyt täytynyt taiteesta jo maaliskuusta 2010 esitellen Oulun taitelijaseuran kauden taitelijan teoksia. Yhteistyö on ollut arvokas

lisä taidelainaamotoiminnan markkinointiin; se tarjoaa lainaamolle ilmaisen näyteikkunan keskustan katutasossa ja tuo lisänäkyvyyttä mm. Kalevan menot-palstan ja lainaamon Facebook-sivujen kautta.<sup>6</sup> ART360-hanke osallistui managerin työpanoksen kautta mm. ARToulu – Pohjoisen taiteen teosvälitys, Mukava-muotoilupäivät ja Designtori -tapahtumia suunnitelleisiin ja toteuttaneisiin työryhmiin. Kokemuksia tästä kehitystyöstä on tuotu esille hankkeen koulutuksissa Oulussa, Tampereella, Helsingissä ja Rovaniemellä ja art360.fi-portaalista löytyy mm. Taidetapahtuman järjestäjän muistilista.

ART360-hanke osallistui manageri Taija Leinosen työpanoksen kautta Oulun läänin ja Lapin taidetoimikuntien ja taiteilijaseurojen projektiin, jonka tavoitteena on kehittää ja tukea kansainvälistä

näyttelytoimintaa. Arctic heat -projektin ensisijaisena ja toteutuneena tavoitteena oli järjestää pohjoissuomalaisen taiteen esiinmarssi Berliinissä syksyllä 2010. Arctic heat -näyttely jakaantui viiteen näyttelyyn neljässä berliiniläisessä galleriassa ja näyttelytilassa. Prosessiin kuului mm. valmistelumatka Berliiniin, jonka puitteissa solmittiin hyvät suhteet Berliinin Suomen Suurlähetystöön ja Suomi-Instituuttiin sekä paikallisiin taidetoimijoihin. Näyttelyihin oli avoin haku pohjoissuomalaisille taiteilijoille ja paikalliset kuraattorit valitsivat portfolioiden ja ateljeevierailuihin perustuen mukaan 18 taiteilijaa. Useiden yhteistyökumppaneiden löytämisen perusteena oli rakentaa yksittäisestä toimijasta riippumatonta yhteistyöverkostoa Pohjois-Suomen ja Berliinin välille. Oulun ART360-osahanke järjesti syksyllä 2010 taiteilijoiden kansainvälistä työskentelyä käsittelevän luentosarjan Kokemuksia

<sup>6</sup>Taidelainaamotoimintaan luodun markkinointisuunnitelman pohja löytyy art360.fi portaalista.



kansainvälistymisestä. Myös yleisölle avoinna olleet luennot järjestettiin Oulun Taidemuseossa ja elokuvateatteri Studioissa. Taiteilija Mikko Paakkola kertoi kokemuksistaan Keski-Euroopasta; taiteilija Moosa Myllykangas Kiinaan suuntautuneiden näyttelyiden järjestämisestä, Juha Laakso opiskelusta Vietnamissa ja Teija ja Pekka Isorätyä työskentelystä Meksikossa. Suomen taiteilijaseuran managerointihankkeessa työskennellyt Kira Sjöberg vieraili Oulussa keuhkokuumeella 2011. Työpajamaisessa Taiteilijan kansainvälistymisen -koulutuksessa tehtiin mm. omat henkilökohtaiset kansainvälistymissuunnitelmat. Sjöbergin koulutusta, Arctic Heat projektin tuloksia ja kokemuksia kansainvälistymisestä -luentomuistiinpanoja on hyödynnetty Tampereella järjestetyssä Kansainvälistymisen-koulutuksessa ja

art360.fi portaalin kansainvälistymisen tietopankin kokoamisessa.

### Taiteeseen sijoittamisen tietopankki

Taiteeseen sijoittamisen tietopankki -osiota lähestyttiin ART360-hankkeen suurelle yleisölle keskeisesti näkyvänä toimintana. Teema tuotiin ensisijaisesti esille yleisöluentojen muodossa ja yritystapaamisissa. Lisäksi manageri avusti useita taiteesta kiinnostuneita asiakkaita löytämään tarpeeseensa sopivaa taidetta tai taiteilijan. Esimerkiksi Oulun Yliopisto löysi taiteilija Petra Kaminen-Mosherin maalaamaan Rauli Sventon muotokuvan managerin avustuksella.<sup>7</sup>

Oulun ART360-Kuvataidepäivien yhteydessä

keuhkokuumeella 2010 taiteeseen sijoittamista tarkasteltiin Rakentajamessujen lavalla järjestetyissä messupuheenvuoroissa. Puhujina toimivat taiteen sosiologi Erno Säisänen, taiteilija Pia Feinik, muotoilija Päivi Mikola ja manageri Matti Koistinen.<sup>8</sup>

ARToulu-seminaari 26.11.2010 käsitteli taiteen ja liiketoiminnan yhteyttä. Puhujina kuultiin tutkija Pauliina Laitinen-Laihoa, taidemaalari Tero Annanollia ja kuvanveistäjä Sanna Koivistoa. Tapahtuma sai hyvän palautteen, joskin jäimme kaipaamaan osallistujiin enemmän yrityspuolen edustajia. Laitinen-Laihosta julkaistiin myös näkyvä artikkeli Oulu-lehdessä, jossa hän antaa vinkkejä taidesijoittamiseen.<sup>9</sup>

Lulu – Luova verkosto Oulu vapaan ryhmittymän Art&Business illan tavoitteena oli tuoda yhteen taiteen ja yritystoiminnan osaajia. ART360 osallistui illan järjestämiseen managerin työpanoksen kautta

ohjelman suunnitteluun ja toteuttamiseen liittyneen työpanoksen kautta. Illan ohjelma oli muunnelma Tampereen Taiteilijaseurassa ART360-hankkeessa kehitetystä Taideraati ohjelmasta, jota myös on testattu Oulussa.

Tällä kertaa eri kulttuurin osa-alueita esitellyttä taidetta tarkasteltiin siitä näkökulmasta miten osaamista voitaisiin hyödyntää toisen alan yrityksen liiketoiminnassa. Polar Electronicsin, Coronarian ja ProPiknik Festivalin edustajat löysivätkin useita sovelluksia raadissa esitellyille kuvataiteilijan, tanssijan, valokuvaajan, vaatesuunnittelijan ja animaatioryhmän taidoille.<sup>10</sup>

### Case sisustus

Case sisustus vei ART360-hankkeen sisustuksen ammattilaisten ja harrastajien pariin useiden messujen kautta. Osallistuminen ART360-hankkeen ja Helsingin,

<sup>7</sup> <http://www oulu.fi/yliopisto/uutiset/2011/09/professori-rauli-sventon-muotokuva-paljastettiin-oulun-yliopistossa>

<sup>8</sup> Pia Feinikin luentomateriaali: <http://www.art360.fi/taiteen-hankkiminen/>

<sup>9</sup> <http://www.forum24.fi/uutiset/laita-kymmenys-taiteeseen>

<sup>10</sup> <http://www.art360.fi/artbusiness-oulu/> ja <http://www.taidesivut.net/site/luluilmoittautuminen>

Tampereen ja Oulun taidelainaamojen sekä AV-arkin yhteisosastoon Habitare-messuilla syyskuussa 2009 oli tärkeä avaus, joka kannusti Oulun osahanketta osallistumaan aktiivisesti paikallisiin tapahtumiin. Habitare-messujen osaston teemana oli esitellä, miten taide muuttaa kotia, joten osaston teoksia vaihdettiin useasti messujen aikana. ART360-kuvataidepäivien kanssa samaan aikaan keväällä 2010 Oulussa järjestettiin Oulun Rakentajamessut.

Yhteinen ajankohta loi erinomaisen tilaisuuden yhteistyöhön, johon Pohjois-Suomen messut lähti aktiivisesti mukaan. Taide sisustuksessa nostettiin esille messujen tiedotuksessa ja ART360 järjesti messuille luentoja, taiteilijoiden työnäytöksiä ja taidelainaamotoiminnan esittelyä yhteistyössä Taidelainaamo & -myymälä ARTo:n kanssa. Yleisö otti

osaston vastaan positiivisesti ihmetellen ja erityisesti työnäytökset kiinnostivat ja herättivät keskustelua. Vuoden 2010 kokemuksen johdosta Pohjois-Suomen messut halusi tehdä yhteistyötä myös vuonna 2011.

Tällä kertaa osastolla pilotoitiin Tampereen ART360-osahankkeen kehittämää Taideraatia. Raadissa istuivat mm. sisustussuunnittelija Teuvo Loman ja Oulun apulaiskaupunginjohtaja Sinikka Salo, jotka pitivät raatia erittäin hauskana kokemuksena.

Taideraati keräsi molempina messupäivinä myös runsaasti yleisöä. Rakentajamessuille 2011 tuotiin myös taiteilijoiden työnäytöksiä. Kirsikka Rantalainen haastatteli muutamia Rakentajamessuilla mukana olleita taiteilijoita, jotka pitivät työnäytöstä oivallisena tilaisuutena levittää tietoa taiteesta ja sen tekniikoista

sekä seurata yleisön reaktioita. Haastattelut ja Työnäytökseen valmistautumisohjeet löytyvät art360.fi -portaalista.<sup>11</sup> Vuoden 2011 uutuuksena messuilla nähtiin Taideklinikka, joka tarjosi ilmaisia vastauksia kävijöiden taiteeseen liittyviin kysymyksiin. Klinikalla tohtoroivat kehystäjä Sakari Pekkala ja Pekko Soila, sisustussuunnittelija SI Raija Heikkilä, taidegraafikko Juha Laakso, kuvataiteilija ja kulttuurintuottaja Raija Kristo ja manageri Taija Leinonen. Pikaisen aikataulun johdosta Taideklinikkaa ei ehditty ennakkomarkkinoida tarpeeksi mutta idea osoittautui kuitenkin varsin toimivaksi. Klinikassa esiteltiin myös Tampereen osahankkeen tuottamaa Taide muuttaa tilaa -kuvasarjaa.

Yritysasiakkaita ja kodin sisustajia tavoitettiin myös ARToulu-teosvälitystilaisuudessa marraskuussa

2010 Taideraadin pilotoinnin ja tietoiskujen avulla. Hanke kävi neuvotteluja Kokkolan Asuntomessujen organisaation kanssa taiteen tuomisesta kesän 2011 asuntomessuille, mutta toiminta luovutettiin kuitenkin paikallisille organisaatioille.

### Case matkailu

Matkailu kiinnosti teemana useita taiteilijoita ja koska alueella oli meneillään lukuisia samasta teemasta kiinnostuneita hankkeita ja toimijoita katsottiin Oulun osahankkeessa parhaaksi etsiä voimaa yhteistyöstä. Kumppaneiksi valikoituivat Taitajien Tiena -hanke sekä OAKK:n matkailuala ammatiksi -ryhmä, joiden kanssa järjestettiin keväällä 2011 Luova Matka starttiseminaari. Seminaarissa tutustuttiin alueen matkailutoimijoihin; Rokuan Geopark, Kierikkikeskus,

<sup>11</sup> <http://www.art360.fi>

Kalajoen ja Liminganlahden luontokeskukset ja Syöte esittelivät toimintaansa ja määrittivät tuotetarpeitaan päivän workshop-osuudessa. Seminaarin osallistujat saivat täten vahvan pohjan asiakaslähtöiseen tuotteistamiseen. Seminaarin jälkeen useat osallistujat ovat tavanneet yksityisesti matkailukohteiden toimijoiden kanssa, joten seminaari täytti tehtävänsä yhteistyön starttaajana.<sup>12</sup>

Manageri Taija Leinonen osallistui asiantuntijavierana Vuokatin Snowpoliksessa järjestettyyn Kulttuurin ja matkailun tuotekehitystyöpajaan sparraten kulttuuri- ja matkailualojen toimijoita. Matkailuun liittyviä tuotteita on käsitelty myös tuotteistamiseen liittyneissä koulutuksissa.

Paikallisen taiteen suosimiseksi mat-kailuympäristöjen

rakennusprojekteissa suunniteltuun kampanjaan ei toteutettu koska ideaa lähdettiin selvittämään Kuopion ART360-hankkeen puitteissa. Oulun Case Matkailu -toimintojen kokemukset on koostettu artikkeliin Taide ja matkailu.

### Case hyvinvointi

Case- aiheista ajankohtaisimmaksi nousi hankkeen toiminnan aikana hyvinvointi. Teemaa käsiteltiin ensimmäistä kertaa julkisesti ART360 kuvataidepäivien Ympäristöstä hyvinvointia -ammattilaisseminaarissa 15.4.2010. Puhujina toimivat mm. taiteilija Veronica Slater ja arkkitehti Heikki Lamusuo. Yleisenä näkökulmana oli ympäristöissä koettu hyvinvointi ja taiteen rooli viihtyvyydessä.<sup>13</sup> Taide hoitoympäristössä -workshop 9.9.2010 kokosi yhteen hyvinvointi- ja

taidealojen toimijoita. Kouluttaja Marketta Heinonen on sekä muotoilija että hoitaja, joten workshop sisälsi paljon käytännönläheistä tietoa ja kokemusta näiden kahden maailman yhdistämisestä. Palautteiden perusteella päivä koettiin antoisaksi juuri monialaisen yhteistyön johdosta. Osallistujat olivat yksimielisiä siitä, että taide ja kulttuuri tulisi sisällyttää osaksi hoitoalan koulutusta ja hoitosuunnitelmaa jotta se tulee osaksi päivittäistä toimintaa ja täten myös osalliseksi määrärahoista.<sup>14</sup> Kenties tässä olisi mielenkiintoinen aihe monialaiseen jatkohankkeeseen? ART360-hanke oli mukana Oululaisia taide- ja taidekasityöalojen edustajia yhdistäneessä MUKAVA -muotoilupäivillä.<sup>15</sup> Seminaarin teemana oli Hyvinvointi ja puhujina kuultiin mm. Tia Vanhatapiota. Messuilla esiteltiin mm. ART360-hankkeen Kokemuksia kansainvälistymisestä -luentosarjaa. Manageri edusti visuaalista taidetta

useissa kulttuurin ja taiteen toimijoita yhdistäneissä tapahtumissa. Taide terveys ja tavallinen ihminen -seminaarissa tarkasteltiin hyvinvointia asukastupaverkoston kautta, Kulttuurikahveilla esiteltiin molempien puolien toimijoita ja Kulttuurista hyvinvointia, paneelikeskustelussa pohdittiin miten tuoda yhteen kaksi toisilleen jokseenkin vierasta mutta samasta tavoitteesta kiinnostunutta ryhmää, taiteilijat ja hyvinvointialojen ammattilaiset. Paneelikeskusteluun osallistuivat kehityspäällikkö Olli Rantala Oulun kaupungin Kulttuuri- ja tapahtumayksiköstä, yhteyspäällikkö Juha Fränti Oulun kaupungin sosiaali- ja terveystoimesta, Terveysten edistämisen yksikön johtaja Veikko Kujala Pohjois-Pohjanmaan Sairaanhoidopiiristä sekä visuaalisten alojen manageri Taija Leinonen ART360-hankkeesta. Sekä Oulun Taitelijaseura että PROTO jättivät Oulun sosiaali ja terveystoimen Nero

<sup>12</sup> Tapahtuman ohjelma ja kuvaus: <http://www.art360.fi/luovamatka/>

<sup>13</sup> Luentomateriaalit: <http://www.art360.fi/art360/kuvataidepaivat/seminaari/>

<sup>14</sup> Koulutusmateriaali ja ryhmätöiden tulokset: <http://www.art360.fi/oulunsyksy2010/>

<sup>15</sup> <http://www.taitopohjoispohjanmaa.fi/muotoilupäivat/>



toimintarahahakemuksen kulttuurista hyvinvointia toimintaan. Manageri oli mukana ideoimassa ja toteuttamassa hakemusta. Molemmat järjestöt saivat toimintarahan.

### ART360 – kuvataidepäivät Oulussa

Hanketoiminnan isoin ja näkyvin tapahtuma ART360-kuvataidepäivät Oulussa järjestettiin 15.-16.4.2010. Tapahtuman suunnittelu aloitettiin syksyllä 2009 ja teemoiksi valikoituivat hankesuunnitelman mukaisesti Taide ja Tila, joka sisälsi mm. CASE sisustukseen ja rakentamiseen liittyviä teemoja sekä Taide&Verkosto, joka johdatti yleisön manageritoiminnan ja kansainvälistymisen teemoihin. Tapahtuman suunnittelussa olivat mukana mm.

Oulun Taidemuseon johtaja Anna-Riikka Hirvonen, KulttuuriKauppilan johtaja Leena Vuotovesi ja Oulun läänin taidetoimikunnan suunnittelija Kimmo Suortamo sekä lukuisia OTS:n ja PROTO:n jäseniä. Päivät sisälsivät useita erilaisia kokonaisuuksia. Taiteen ammattilaisille suunnatut Hotelli Lasaretin Aurora-salissa järjestetyt seminaarit keräsivät paikalle yleisöä Hangosta Rovaniemelle. Torstain Ympäristöstä hyvinvointia seminaariin osallistui 87hlö ja Illan päättäneeseen Pecha Kucha illanviettoon osallistui yli 100 henkilöä.

Samaan aikaan tapahtunut lentokentät sulkenut tulivuorenpurkaus aiheutti uudelleen järjestelyjä. Onneksi myös perjantain Taiteen managerointi-seminaari saatiin järjestettyä internetin välityksellä vaikka pääpuhujat Krista Mikkola ja Pilvi Kalhama

eivät päässeet Ouluun. Kuulijoita saapui paikalle 66. Perjantaina yleisöllä oli käytettävissään Oulun läänin taidetoimikunnan tarjoama Taideonnikka, joka johdatti kävijät Oulun taidekohteisiin sekä kurvasi Rakentajamessujen kautta. Messuille ART360 vei luentoja ja taiteilijoiden työnäytöksiä. Kävijöitä messuilla oli noin 18 000 henkilöä.<sup>16</sup>

### Manageritoiminta

ART360-hanke osallistui kesällä 2010 Suomi Areena tapahtumaan paneelikeskustelulla ”Saako taidetta manageroida” Keskusteluun osallistuivat kuvataiteilija Miina Äkkijyrkkä, galleristi Krista Mikkola, kuvataiteilija Jussi Matilainen, Suomen taiteilijaseuran toiminnanjohtaja Petra Havu, Arenen kuvataidejaoston puheenjohtaja Matti Velhonoja, manageri Kira Sjöblom

sekä manageri Taija Leinonen.<sup>17</sup> Keskustelun teema liikkui vankasti taideteosten myymisen ympärillä, joskin ART360-hanke on osoittanut, että managerin työkenttä sijaitsee aivan muualla vaikkakin toiminnan tavoite on varmasti sama; tuoda tuloja taiteilijalle.

Oulun osahanke toimi testiympäristönä taiteen manageritoiminnan kehittämiseksi. Jo varhain oli selvää että managerin asiakkaita olivat sekä alueen järjestöt että yksittäiset taiteilijat, joiden toimintaa manageri kehitti hankesuunnitelman puitteissa.

Taiteilijat ja yritykset ottivat managerin lämpimästi vastaan ja manageri tapasikin henkilökohtaisesti yli 50 taiteilijaa ja kymmeniä yrittäjiä ja sotealan toimijoita.

Managerin tehtävänä oli myös edustaa alan luovia

<sup>16</sup> ART360-kuvataidepäivien materiaali: [www.art360.fi/http://www.art360.fi/art360/kuvataidepaivat](http://www.art360.fi/http://www.art360.fi/art360/kuvataidepaivat)

<sup>17</sup> <http://www.art360.fi/kesan-suomiareenan-parhaat-palat-nyt-videolla/>

osaaja erilaisissa tapahtumissa, kokouksissa ja projekteissa. Kahden toimintavuoden aikana manageri osallistui oman hanketoiminnan ohella yli kahteenkymmeneen muun tahon järjestämään tilaisuuteen puhujana, asiantuntijavieraana tai alueen taidetoimijoiden edustajana, oli järjestämässä kolmea hankkeesta erillistä tapahtumaa. Managerit Taija Leinonen ja Matti Koistinen kutsuttiin vierailullaan pohjustamaan managerin palkkaamista myös Lappiin.

Merja Miettinen, jota Leinonen oli haastattelemassa tehtävään, on toiminut Lapin alueen managerina 1.7.2010 alkaen. Myös Kainuun Kulttuuriyhdistys lähtee tavoittelemaan Kainuulle omaa manageria ART360-hankkeen inspiroimana.

Merkittävimpana manageritoiminnan saavutuksena

voidaankin pitää valtakunnallisesti muodostunutta laajaa yhteistyöverkostoa, josta lisää loppuarviossa.

### Loppuarvio

ART360-hankkeen aloitusvaiheessa 2008 todettiin taidekentän olevan lukuisten haasteiden edessä; ongelmina nähtiin mm. taiteilijoiden heikko asema ja taiteen potentiaalin vajaakäyttö suomalaista kilpailukykyä ja innovaatioita rakennettaessa. Mahdollisena ratkaisuna nähtiin kuvataiteen alan markkinointi- ja liiketoimintaosaamisen kehittäminen, jota tarkasteltaisiin sekä yrittäjyyden että manageritoiminnan näkökulmista.

Hankkeen päätavoitteeksi määriteltiinkin lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä ja tavoitteelliseen toimintaan tähtäävää managerointi-

ja liiketoimintaosaamista ja löytää uusia liiketoimintamalleja, jotka edistävät kuvataiteen alan roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä. Hankesuunnitelmassa arvioitiin että kuvataiteen alalla ei ole totuttu puhumaan markkinoinnin ja liiketoiminnan termeillä ”mutta nyt voi olla uudenlaisen ajattelun mahdollisuus”. Todettiin myös että ”nykytaiteilija on valmis tekemään yhteistyötä aivan uusien tahojen kanssa. Kuvataideyhteisöllä on siis valmiuksia ja tarpeita uusien liiketoimintamallien käyttöönottoon.”<sup>18</sup>

Oulun ART360-osahankkeen toiminta osoittaa, että hankkeen lähtökohdat ovat olleet totuudenmukaisia; moni taidekentän toimijoista kokee asemansa heikoksi ja on erittäin valmis yhteistyöhön ja monialaiseen toimintaan; tämän todistaa mm. kiinnostus järjestettyjä monialaisia koulutuksia kohtaan. Sen sijaan

suhtautuminen liiketoiminnallisuuteen ja markkinointiin epäilyttää useimpia tapaamiani taiteilijoita, joskin järjestötasolla liiketoiminnallinen ajattelu on jo hyväksyttyä. Esimerkiksi Oulun osahankkeen tavoitteissa mainittu palvelujen tuotteistaminen on ollut termi, joka selvästi nostaa taidekentän karvat pystyyn aiheuttaen selkeää vastustusta; taide ei ole tuote eikä taiteilija palvelija! Myös halukkuus yrittäjyyteen tai halukkuus oman toiminnan mieltämiseen yritystoimintana on ollut pientä.

Kuten aina uuden asian äärellä, on ymmärrettävää, että tuntematonta on helpompi vastustaa kuin nähdä vaivaa siihen tutustumiseen. ART360-hankkeen myötä voidaan kuitenkin todeta, että taidekentältä löytyy jo joukko edelläkävijöitä, jotka ovat valmiita tarkastelemaan uusia mahdollisuuksia

<sup>18</sup> ART360-projektisuunnitelma

taiteilijan ammatissa toimimiseen. Nämä henkilöt ovat olleet valmiita asettamaan toiminnalleen tavoitteita ja tarkastelemaan niitä mm. markkinoinnin ja tuotteistamisen työkalujen avulla; tinkimättä kuitenkaan oman taiteellisen työnsä arvosta. Tätä joukkoa, jota ei voi kuvata iän, sukupuolen, koulutustaustan tai muun demografisen tekijän kautta, yhdistää halu työskennellä taiteen ammattilaisena osana yhteiskuntaa eli tehdä mielekästä ja laadukasta työtä saaden siitä myös oikean palkkion. Nämä edelläkävijät ovat avainhenkilöitä hankkeen ajatusmaailman ja tulosten jalkautumisessa luontevaksi osaksi taidekenttää.

Suhtautuminen manageritoimintaan on ollut pääosin myönteistä mutta myös ristiriitaista. Taiteilijat ottivat managerin lämpimästi vastaan ja noin 50 taiteilijaa käytti hyväkseen mahdollisuuden henkilökohtaiseen neuvontaan ja koulutusten osallistujamäärät olivat hyviä. ART360-hankkeen koulutus- ja manageritoiminnan

tavoitteena on ollut tarjota osallistujille työkaluja oman toimintansa kehittämiseen ja managerointiin. Tämä on herättänyt huolta taiteilijan muuhun kuin taiteen tekemiseen käyttämän työmäärän lisääntymisestä. Koulutuksien yhteydessä käydyt keskustelut ovat kuitenkin todistaneet että konkreettiset työkalut kuten sopimusohjelmat ja oppi esim. markkinoinnista ovat säästäneet aikaa taiteelliselle toiminnalle. Kaikkea ei kuitenkaan ole mielekästä tehdä itse; merkityksellistä on myös tietää mitä tarvitsee ja mistä apua saa.

Pahimmillaan manageri nähtiin kauppiana, joka hoitaa kaiken myyntityön taiteilijan puolesta. Sama ajatus oli herännyt myös galleristien keskuudessa. Muun muassa Suomiareena keskustelu oli herättänyt närää galleristeissa; nähtiin että managerit uhkaavat gallerioiden toimintaa ja toisaalta että managerin työ on jo pitkään ollut osa galleristin työtä. Tapa, jolla Oulun ART360-hankkeessa lähestyttiin manageritoimintaa,

ei pyrkinyt millään tavalla hankaloittamaan tai aliarvostamaan galleristien toimintaa. Lähtökohtana manageritoiminnassa oli päivittää taiteilijoiden liiketoiminnallista ammattiosaamista ja kehittää palveluita, joita kovinkaan moni galleria ei edusta. Lisäksi taiteilija, jonka viestintä- ja hinnoittelutaidot ovat kunnossa manageriosaamisen ansiosta helpottaa myös galleristin työtä.

Suurin merkitys manageritoiminnalla oli kuitenkin järjestötoiminnan kehittämisessä. Liiketoimintaosaamisen tuominen järjestöjen toimintoihin vaikuttaa selkeältä välttämättömyydeltä määrärahojen yhä pienetessä ja kontaktihenkilön tarve osoittautui suureksi järjestöjen ja taiteen näkyvyyden kannalta. Järjestön kautta manageri pystyy palvelemaan suurta määrää yksittäisiä taiteilijoita ja saadut tulokset hyödyttävät koko jäsenistöä. Liiketoiminnallisesti ajateltuna asiakassuhde yksittäisen

taiteilijan ja managerin välillä ei vielä ole realistinen. Nykyisessä tilanteessa, jossa taidemarkkinat eivät vielä ole saavuttaneet murto-osaakaan mahdollisesta potentiaalistaan mutta jossa taiteilijoilla on kiinnostusta monialaisuuteen ja yhteisöllisyyteen, nousee manageritoiminta yhä tärkeämmäksi. Hankkeen perusteella on selvää, että sekä taiteilijat että asiakkaat kaipaavat tulkkia ja välittäjiä ja tässä managerin toimiminen osana järjestöä on osoittautunut hyväksi ratkaisuksi.

Hankkeen aikana on rakentunut laaja ja monialainen yhteistyöverkosto. Oulun ART360-hanke on tehnyt yhteistyötä mm. Oulun Taidemuseon, Oulun ja Kainuun taidetoimikunnan, Taiteen keskustoimikunnan Suomen Taiteilijaseuran ateljeesäätien, Oulu 15-, Dimeke- ja Taitajien Tierna hankkeiden, OAKK:n, Hotelli ja Ravintola Lasaretin, Oulun Diakonissalaitoksen säätien, Oulun musiikkivideofestivaalien, Roveniemi

Design Weekin, Taito Pohjois-Pohjanmaa ry:n, Pohjois-Suomen Arkkitehdit SAFA:n, Pohjois-Pohjanmaan liiton, Pohjois-Suomen messujen, Artteli- verkoston ja lukuisten muiden toimijoiden ja yritysten kanssa.

Yhteistyökumppanit valikoituivat hankesuunnitelman mukaisten tavoitteiden mukaisesti ja yhteistyön tavoitteena oli aina löytää kaikkia osapuolia hyödyttävä ja taiteen roolia edistävä lopputulos. Erityisen hyödyllistä oli yhteistyö alueen yritysten kuten Pohjois-Suomen messujen kanssa koska molemmilla oli sama tavoite; tarjota messukävijöille aivan uutta nähtävää. Taidelijoiden työnäytökset, Taideraati ja Taideklinikka ovat hankkeessa syntyneitä innovaatioita, joiden avulla taide tulee suurelle yleisölle helposti lähestyttäväksi. Taloudellisesti ja sisällöllisesti hyödyllisimpiä koulutuksia olivat ne, jotka järjestettiin yhteistyössä toisen

hankkeen kanssa. Työn ja vastuunjako sujui jokaisella kerralla kitkatta, joskin eriävien hankekäytäntöjen ja -byrokratian yhteensovittaminen tuotti paljon työtä. Esimerkiksi Mukava-muotoilumessuilla jouduttiin jakamaan osallistujille kolmet erilaiset taustatieto- ja palautelomakkeet. Tämä aiheutti sekaannuksia ja vähensi osallistujien halukkuutta palauttaa pyydettyjä asiakirjoja.

Osahankkeen tiedotuksellisina tavoitteina oli tavoittaa alueen visuaalisten alojen ammattilaiset hanketoimintaan osallistamisen kärjellä. Lisäksi hankkeen tavoitteina oli nostaa tavoitteiden mukaisia teemoja esiin suurelle yleisölle. Sisäisen tiedottamisen kanavina käytettiin uutiskirjettä, joka lähetettiin suoraan n. 300 vastaanottajalle, PROTO:n ja OTS:n jäsentiedotusta sekä hankkeen yhteistä Facebook-

ryhmää. Kautta toimintavuosiensa ART360-hanke on näkynyt säännöllisesti alueen medioissa. Artikkelit ja haastattelut ovat koskeneet sekä hanketta itseään että hankkeen kautta esiin nostettuja aiheita. Esimerkiksi Kajaanissa artikkeli kirjoitettiin suoraan koulutuksesta itsestään ja Kokemuksia kansainvälistymisestä -luentosarja poiki Kalevaan laajan artikkelin Teija ja Pekka Isorätyästä.<sup>19</sup>

Hankkeen alasajovaiheessa on kiinnitetty erityistä huomiota kehitettyjen palveluiden ja hyvien käytäntöjen jatkumiseen ja levittämiseen. Esimerkiksi yhteistyökumppanuuksiin on määritelty uudet yhteyshenkilöt jatkamaan mm. messutoimintaa hankkeen jälkeen. ART360-portaali on merkittävin tietopankki hankkeen tuloksista ja sen materiaalia on laajasti linkitetty myös järjestöjen ja yhteistyökumppaneiden sivustoille. Kokonaisuudessaan Oulun ART360-osahankkeen

toiminta on ollut aktiivista ja se on saanut erittäin hyvää palautetta sekä osallistuneilta järjestöiltä, henkilöiltä että yhteistyökumppaneilta. Toiminta-alueen laajuuden johdosta kaikkiin osa-alueisiin ei ollut mahdollista paneutua mutta tehty työ toimii alkukartoituksena ja ponnahduslautana tulevalle toiminnalle.

Taija Sailio

<sup>19</sup> <http://www.kaleva.fi/uutiset/invalidirobotti-muutti-saksaan/878918>



ART360 testasi yhdeksän esimerkin kautta, miten kuvataiteilija voi olla toimijana erilaisissa yhteistyöprojekteissa. Esimerkkiin tästä työstä pääsee tutustumaan muun muassa Rantatien mukana. Onko kuvataiteella roolia historiallisen postitien kehittämistyössä ja millaisin ehdoin tai millainen toimintaympäristö taidelainaamo voi olla teosten myynnin edistämisessä? Olisiko hyvinvointiallla mahdollista kehittää kuvataiteilijan uudenlaista toimijuutta?





## Case Hyvinvointi – kuvataide- ja musiikkiala hyvinvointipalveluiden tuottajina

### Tavoitteet ja lähtökohdat

Suomen Taiteilijaseura toteutti yhteistyössä Suomen Säveltäjien ja Satakunnan ammattikorkeakoulun kanssa keväällä 2011 esiselvitysprojektin, jossa analysoitiin toteutettuja tai meneillään olevia kuvataide- ja musiikkialan hyvinvointipalveluhankkeita. Esiselvityksessä koottiin aineistoa siitä, millaisia hyvinvointipalveluita on tuotettu, nostettiin esiin innovatiivisia ideoita ja pohdittiin, voisiko niitä jatkojalostaa eteenpäin. Lisäksi esiselvityksen avulla pyrittiin kartoittamaan alueita, joihin palvelutoimintaa on mahdollisesti kohdistunut vähemmän. Esiselvityksessä tutustuttiin pääosin EU:n tuella (ESR, EAKR) toteutettuihin musiikki- ja kuvataidealan hankkeisiin,

joiden lisäksi tarkastettiin yksittäisiä innovatiivisia ja hyvinvointia edistäneitä projekteja ja toimintamalleja. Selvityksessä perehdyttiin muun muassa seuraaviin hankkeisiin: Taika, Hymykuopat, Voimaa Taiteesta, Kulttuurisilta, Hyvän elämän palveluita kolmannelta sektorilta, Kulttuurikaari, Avara museo, Mielen Muutos, Muistaakseni laulan, SARKA, Skapande Skola, Vimmart: yhdenvertaisen taiteen oppilaitos, Myrsky, Active Art ja ART360.

Kulttuurin ja hyvinvoinnin rajapinnalla on usein kyse uudenlaisen, yhteiskunnan rakenteisiin vakiintumattoman toiminnan luomisesta, johon liittyy paljon avoimia kysymyksiä: Kenelle hyvinvointipalveluita tulisi tuottaa? Millaiset valmiudet taiteilijoilla on

hyvinvointipalveluiden toteuttamiseen? Mikä on kuntien rooli palveluiden ostajina? Millaista yritystoimintaa on olemassa tai tarvittaisiin? Millaista koulutus- tai kehitystoimintaa tarvittaisiin?

Mikään yksittäinen hanke ei ole toistaiseksi kyennyt vastaamaan edellä mainittuihin kysymyksiin. Kokonaiskuvan saamiseksi kulttuurin ja hyvinvointipalveluiden yhteistoimintakentästä tulee tarkastella useita erityyppisiä ja erilaisista lähtökohdista toteutettuja hankkeita.

### Hankkeiden tarkastelu

Kulttuurialan hyvinvointipalvelutoiminnasta valittiin lähempään tarkasteluun kuusi kuvataide- ja musiikkialan kannalta keskeistä hanketta/hankekokonaisuutta. Hankkeista kerättiin tietoa sekä niiden tuottaman kirjallisen aineiston perusteella

että haastatteluin. Tarkastelussa kiinnitettiin erityistä huomiota innovatiivisuuteen, hankkeen aikana saavutetun toiminnan jatkuvuuteen ja mahdollisuuksiin hyödyntää palveluntuotantomallia toisaalla eli idean monistettavuuteen. Lisäksi analysoitiin, minkälaisia toimintamalleja hyvinvointipalveluhankkeiden avulla on saatu aikaan. Tarkastellut hankkeet olivat EU-rahoituksella toteutetut Kulttuurisilta, TAIKA, SARKA, Hyvän elämän palveluita kolmannelta sektorilta ja Hymykuopat sekä Suomen Kulttuurirahaston rahoittama Myrsky-hanke.

### Innovatiivisuus toimintamalleissa

Kulttuurin ja hyvinvoinnin yhdistämisessä tarvitaan uusia toimintamalleja ja vanhojen uudelleenjärjestelyitä. Innovatiivisuus kuvataide- ja musiikkialan hyvinvointipalveluja tuottaessa liittyykin usein palvelun tarjoajan ja asiakkaan toistensa löytämiseen

ja molempien intressien kohtaamiseen. Asiakkaan kanssa tapahtuvat työ on jo sinänsä luovaa ja se koetaan palkitsevana. Innovatiivisia keinoja tarvittaisiin näin nimenomaan toiminnan organisoitumiseen ja erilaisten yhteistyömallien luomiseen.

Hyvä esimerkki innovatiivisesta ja kunnianhimoisesta musiikkialan hyvinvointipalvelutoiminnasta on Metropolia ammattikorkeakoulun toteuttama hanke Kulttuurisilta – osallistava kulttuurikasvatus pääkaupunkiseudun palvelutuotannossa, jossa oppilaitos ja sen antama koulutus kytkeytyy laajemmin ja suuremmin kunnan palvelurakenteeseen ja hyödyntää molempia osapuolia. Hankkeen lähtökohtana oli tukea taide- ja kulttuuritoimintaa, joka ehkäisee eriarvoisuuden lisääntymistä. Hanke pyrki tavoittamaan erityisesti sellaisia kaupunkilaisia, jotka jäävät kulttuuri- ja taidekokemusten katvealueelle. Hankkeen aikana kerättiin tietoa ja luotiin hyviä käytänteitä siitä,

miten erityisryhmät tavoitetaan ja heille suunnattua kulttuuritoimintaa järjestetään. Lisäksi tarkoituksena oli kehittää Metropolia ammattikorkeakoulun musiikin koulutusohjelmaa laaja-alaisemmaksi ja työelämälähtöisemmäksi. Hanke on herättänyt keskustelua niin Metropolia ammattikorkeakoulun sisällä kuin musiikkialalla laajemminkin siitä, minkälaisiin työtehtäviin musiikin ammattilaisia tulevaisuudessa koulutetaan.

Helsingin yliopiston koulutus- ja kehittämiskeskus Palmenian toteuttaman hankkeen nimi TAIKA – Taide kohtaamisalustana sektorirajat ylittävälle kulttuurisille innovaatioille – viittaa jo uusien toimintatapojen ja palvelukonseptien kehittämiseen. Projektin päätavoitteena oli tuottaa tietoa taidelähtöisten menetelmien käytöstä työyhteisöissä, mallintaa näitä prosesseja ja kehittää taidelähtöisten menetelmien käyttöä edistävää ohjaus- ja mentorointijärjestelmää.

Hankkeen loppuraportissa todetaan, että hankkeen pitkäkestoiset pilotit, jotka toteutettiin sosiaali- ja terveysalalla, onnistuivat hyvin, ja tulokset olivat positiivisia. Hankkeen pyrkimys viedä taidelähtöisiä menetelmiä muille työelämän sektoreille ei kuitenkaan toteutunut tavoitteiden mukaisesti.

Salon kaupungin kulttuuritoimen toteuttamaa Hymykuopat – hyvinvointipalveluiden monialaiset yhteistuotannot -hanketta edelsi esiselvitysprojekti (S10691), jonka päämääränä oli kartoittaa viiden kunnan (Salo, Turku, Jyväskylä, Kouvola ja Oulu Eteläinen kuntarypäs) alueelta löytyviä hyvinvointitarpeita ja näiden tarpeiden täyttämiseen soveltuvia kulttuuriyhdistyksiä, jotka sitoutuisivat palveluiden kehittämistyöhön projektin ajaksi. Kartoitus tähtäsi tarpeiden ja osaamisen törmäyttämiseen ja sitä kautta syntyvien innovaatioaihioiden syntymiseen. Hankehakemus koostuu neljästä tuoteideasta, joita oli

kehitetty monialaisena yhteistyönä ja joita pilotoidaan varsinaisen hankkeen yhteydessä. Hankkeen tarkoituksena on tuottaa ensisijaisesti uusia menetelmiä ja osaamista kulttuurialan yhdistyksille.

Jos innovatiivisuutta tarkastellaan puhtaasti luovan talouden ja yrittäjyyden näkökulmasta, etsitään sellaisia yritysideoita, joiden pohjalta kulttuuri- tai hyvinvointialan ammattilaiset tai muut tahot voisivat synnyttää hyvinvointipalveluihin keskittyntä yritystoimintaa.

Hyvinvoinnin alalla toteutetut hankkeet kuitenkin osoittavat, että yksityisen sektorin lisäksi on tarvittu yhteistyötä, jonka tulosta ei aina voi mitata liiketaloudellisin keinoin. Kolmannen sektorin toimijat ovat olleet keskeisessä roolissa palvelujen tarjoajina, ja toiminnan ylläpitämiseksi on tarvittu yhteiskunnan ja kuntien tukea.

### Innovatiivisuus palvelutuotannossa

Kun taiteilija kohtaa hyvinvointialan, ollaan hyvin uudenaikaisessa tilanteessa. Taiteilijoiden koulutus ei suoranaisesti anna työkaluja hyvinvointipalvelun suunnitteluun ja läpiviemiseen. Vastaavasti hoitoalalla tarvitaan tietoa ja myönteistä asennetta taiteen tuomiseksi mukaan arjen rutiineihin. Lähemmin tarkastelluista kuudesta hankkeesta kolmessa yksi tärkeimmistä tavoitteista oli moniammatillisten työryhmien luominen tai moniammatillisen osaamisen yhdistäminen.

Hymykuopat-hankkeen lähtökohtana on neljä tuoteideaa, jotka oli kehitetty monialaisena: kulttuuri- ja nuorisotyön, sosiaali- ja terveyssektorin sekä erityiskasvatuksen, yhteistyönä. TAIKA-hankkeessa taiteelle on haettu soveltavaa käyttöä työyhteisöissä. Taiteellista toimintaa on tarkasteltu tilana, jossa

moniammatillisen työyhteisön jäsenet voivat kohdata toisensa ilman työrooleja, mikä avaa mahdollisuuksia uudenaikaisille näkökulmille ja keskusteluyhteyksille. TAIKA-hankkeessa tarkasteltiin myös sitä, miten eri taideoilla menetelmät ja käytännön toimintamuodot eroavat toisistaan.

Kulttuurisilta-hankkeessa musiikkipedagogien koulutusta on kehitetty kiinteässä vuoropuhelussa pääkaupunkiseudun kulttuuri- ja taidelaitosten kanssa. Moniammatillisten työryhmien avulla on pyritty laajentamaan muusikkouden ja musiikkikasvatuksen käsitettä erilaisissa ympäristöissä, erilaisten ihmisten kanssa.

Metropolian ammattikorkeakoulun kulttuuri- ja luovan alan johtaja Tuula Ranta-Meyer asettaa musiikin ammattilaisten koulutukselle suuren tulevaisuuden haasteentoteamalla Kulttuurisilta-hankkeentavoitteista:



“Taidekohtaamisia voidaan tuottaa ihmisten parissa, päiväkodeissa, hoitolaitoksissa tai työelämässä, lopulta vain vankkaan ja koko ajan uudistuvaan taiteelliseen ja pedagogiseen ammattitaitoon nojautuen.

Moniammatillisiin tiimeihin tulisikin kuulua kulttuurialan korkeakoulutuksen saaneita aina silloin, kun yhteiskunta haluaa hyvinvointipalveluihin jatkuvuutta ja vaikuttavuutta.” (Soivia kohtaamisia, Metropolia Ammattikorkeakoulu, 2010.)

### Jatkuvuus

Tarkastelun kohteena oli pääosin EU-rahoitteisia hankkeita, joiden yksi tärkeimmistä arviointikriteereistä on jatkuvuus. Hankkeiden loppuraportissa pyydetään kuvamaan sitä, mitä pysyvää on saatu aikaan ja millaisia suunnitelmia on tehty tulosten hyödyntämiseksi. Hankkeiden loppuarvioinneissa toteuttajat ovat usein

todenneet EU-ohjelmien sisältämän hallinnollisen työn sekä projektien lyhytkestoisuuden vaikeuttavan huomattavasti tulosten juurruttamista ympäristöön.

Hankkeissa saatu kokemus on osoittanut, että jatkuvuuden saavuttaminen vaatii mukana olevien organisaatioiden ja yhdistysten sitoutumista sekä projektin tavoitteiden nostamista myös toimijoiden sisäiseksi strategisiksi päämääriksi. Koska jatkuvuuden aikaansaaminen edellyttää tarvetta, joka tulisi kartoittaa jo ennen projektisuunnitelman laatimista, on useiden hankkeiden puitteissa tehty laajamittaista perustyötä alan eri toimijoiden kartoittamiseksi ja verkottumiseksi, eri kohderyhmien tavoittamiseksi sekä koulutukseen liittyvien puutteiden analysoimiseksi.

Hyvä esimerkki tällaisesta perustyöstä on Hyvän elämän palveluita kolmannelta sektorilta 2008-2010 -hanke, joka pureutui merkittävään haasteeseen aktivoida

syryjäseudun asukkaiden harraste- ja kulttuurielämää. Paikalliset tai alueelliset yhdistykset kartoittivat yhteistyössä kunnan kanssa tarpeita palveluille, joiden kohderyhmiksi valikoitui lapsia, nuoria, ikääntyneitä, perheitä ja muistihäiriöisiä. Sen lisäksi, että hankkeen tarkoitus oli tarjota laadukkaita hyvinvointipalveluita valituille kohderyhmille, se pyrki työllistämään nuoriso- ja kulttuurialan ammattiosajia ja antamaan heille tukea palveluiden ideoinnissa, suunnittelussa ja toteutuksessa.

Projekti tuotti arvokasta tietoa siitä, miten pienten toimijoiden on mahdollista kehittää ammattitaitoaan kolmannen sektorin hyvinvointipalvelujen tarjoajina. Lisäksi piloteista on jäänyt useita hyviksi käytänteiksi osoittautuneita kokonaisuuksia elämään. Osa toiminnoista jatkuu taiteen perusopetuksena yhdessä kunnan kanssa, osa jatkuu koulutoimen kanssa toteutettavina kerhoina tai kunnan/kaupungin

tukemana kerhotoimintana, osa toteutetaan yhdistysten perustoimintana, jota kunta myös tukee sekä osa jatkuu yhteistyössä yhteistyökumppaneina toimivien yhdistysten kanssa.

SARKA-hankeentavoitteena oli maakunnallisen luovan elinkeinon ja yritystoiminnan kehittäminen, verkoston luominen sekä erityisesti osaamisen parantaminen Pohjois-Savossa. Projektin lähtökohtana oli myös etsiä ennakoiden ratkaisuja heikentyvän kuntatalouden ja taiteen sekä kulttuurin saavutettavuuden problematiikkaan. Hanke ei kohdistunut suoraan hyvinvointipalvelujen kehittämiseen, vaan laajemmin kulttuuriyrittäjyyteen.

Hankkeella oli suoria työllistäviä vaikutuksia. Sen tuloksena ja myötävaikutuksella kehitettiin useita palveluja ja tuotteita hyvinvointi-, matkailu-, yritys- ja kuntasektorin käyttöön. Hankkeen myötävaikutuksella

syntyneiden tuotteiden ja palveluiden, kuten työhyvinvointipalveluiden, hyödyntäminen jäi kunkin toimijan (taiteilijan, yhdistyksen, organisaation, yrittäjän) itsensä vastuulle.

### Monistettavuus

Hankkeiden monistettavuutta tulee tarkastella kahdella tasolla, toisaalta hankkeen rakenteen ja toisaalta sisältöjen ideoiden ja toimintatapojen monistettavuutena. Yksittäisiä ideoita ja toimintamalleja on kokeiltu paljon ja ne ovat usein sellaisinaan monistettavissa.

SARKA-hanke kirkasti luovan elinkeinon käsitettä Pohjois-Savossa ja hankkeen tärkein arvo oli juuri toimintojen juurruttamisessa paikallisille toimijoille. Sinänsä hankkeen toiminnot ovat varmasti monistettavissa muihin Suomen maakuntiin, mutta itse

työ täytyy tehdä kullakin alueella uudestaan. Kunkin alueen on löydettävä omat toimijansa, kohderyhmänsä ja yhteistyöverkostonsa.

Kulttuurisilta-hankkeessa onnistuttiin luomaan pysyviä käytänteitä, jotka jatkuvat projektin päättymisen jälkeen. Tämä selittyy ainakin osaksi sillä, että suurin osa Kulttuurisilta-hankkeen osatoteuttajista oli vakiintuneita taidealan organisaatioita. Mukana olleissa organisaatioissa on myös ymmärretty ja sisäistetty pedagogisen työn merkitys ja sitä pidetään tärkeänä taiteellisen toiminnan ohella. Useissa EU-hankkeissa kehitystyö kohdentuu Suomen maakuntiin ja syrjäseuduille.

Kulttuurisilta-hankkeen tavoite oli sen sijaan selkeästi pääkaupunkiseudun rakenteiden kehittämisessä, mikä asettaa hankkeelle hyvin poikkeavat raamit. Hanke ei sellaisenaan varmasti ole monistettavissa

muihin Suomen kehityskeskuksiin, vaikka monet hyvät käytänteet siirtyisivätkin.

### Kenelle hankkeet kohdentuvat?

EU-rahoitteiset hankkeet ovat sidottu kunkin ohjelman ja toimintalinjan tavoitteisiin. ESR- ja EAKR -projektien avulla pyritään ensisijaisesti vaikuttamaan toimintaa organisoiviin rakenteisiin ja suuntaamaan yhteiskunnan resursseja haluttujen päämäärien mukaisesti. Yksityisellä rahoituksella toteutetuissa erikokoisissa hankkeissa toimintasuunnitelman luominen on selvästi vapaamuotoisempaa.

Kun verrataan EU-rahoituksella ja yksityisellä rahoituksella toteutettuja hankkeita toisiinsa, selkeä ero on projektin kohderyhmän asettamisessa. Myrsky oli Suomen Kulttuurirahaston valtakunnallinen suurhanke, joka alkoi keväällä 2008 ja päättyi Suomen

Kulttuurirahaston osalta kolmen vuoden jälkeen keväällä 2011. Hanke on nyt siirtynyt osaksi Suomen lasten ja nuorten säätiön toimintaa. Myrsky -hanke nostaa esiin tärkeän kohderyhmän, 13–17-vuotiaat syrjäytymisvaarassa olevat nuoret. Projektin avulla on haluttu erityisesti tavoittaa nuoria, joilla on tai joiden lähipiirissä on päihde- tai mielenterveysongelmia, väkivaltaisuutta tai rikollisuutta.

Lisäksi hankkeeseen on liittynyt laaja tutkimusosuus, jota on koordinoanut Nuorisotutkimusverkosto. Hanke on tavoittanut yli 14 000 nuorta ja sen rahoitus on kaikkiaan ollut lähes 5 miljoonaa euroa. Näin huomattavan panostuksen seurauksia ja toiminnan jatkuvuutta on mahdotonta mitata lyhyellä aikavälillä. Tutkimuksesta käy kuitenkin ilmi, että nuorten tyytyväisyys hankkeeseen on ollut erittäin suurta. Tarkasteltujen EU-hankkeiden kohderyhmät ovat ensisijaisesti kulttuurin ammattilaisia, luovien alojen

ammattiharjoittajia, yhdistysten ja kuntien työntekijöitä, sosiaali- ja terveysalan työyhteisöjä jne. Vasta toissijaisina kohderyhminä tulevat hyvinvointipalveluita tarvitsevat asiakkaat. Myrsky-hanke on näin ollen erittäin ainutlaatuinen kädenojennus suomalaisille nuorille ja ehkä siksi se onkin saanut osakseen näkyvyyttä myös julkisuudessa.

### Kohderyhmälähtöinen tarkastelu

Tuotettuja hyvinvointipalveluita haluttiin tarkastella myös kohderyhmittäin, jotta palvelutarjonnan painottuminen, erityisryhmäkohtaiset innovaatiot ja toimintamallit sekä mahdolliset katvealueet tulisivat esiin.

Hyvinvointipalvelujen asiakkaat voidaan jakaa kohderyhmiin: vanhuksat, lapset, nuoret, erityisryhmät (esim. vammaiset, erityislapset, omaishoitajat, mielenterveyskuntoutujat, vangit, turvapaikanhakijat)

ja maahanmuuttajat (monikulttuurisuus). Näiden lisäksi oman kokonaisuuden muodostavat työyhteisöjen hyvinvointipalvelut.

### Vanhustyö

Esiselvityksessä kävi ilmi, että hyvinvointipalveluita on tuotettu erityisesti vanhuksille. Sosiaali- ja terveysalalla hyvinvointipalvelut ovat keskittyneet kuntien hyödyntämiin, välittämiin tai organisoimiin virkistyspalveluihin. Koska ikääntyvien ihmisten määrä kasvaa voimakkaasti, kunnat ovat aktiivisesti lähteneet kokeilemaan erilaisia toimintamuotoja ja yhteistyömalleja kulttuuritoimen ja sosiaali- ja terveystoimen välillä.

Myös yhteistyötä kolmannen sektorin kanssa on lisätty. Taiteen hyödyntäminen seniorityössä vaihtelee kuitenkin huomattavasti eri hoitolaitoksissa ympäri Suomea. Yksityistä sektoria on kehitetty selkeästi vähemmän.

Hyvinvointipalveluja tarvitaan yhtä hyvin laitos- kuin kotiympäristössä. Vanhusten kotona selviytymistä tukevien hoitopalveluiden lisäksi päivätoiminnalla on tärkeä merkitys vireyden ja toimintakyvyn ylläpitäjänä, mikä korreloi vähentyneiden kustannusten kanssa laitoshoitotarpeen vähentyessä. Hankkeissa on haluttu tuoda taide lähelle vanhusten arkea ja niiden puitteissa on kokeiltu erilaista työpajatoimintaa.

Useista projekteista saadun palautteen mukaan taiteen ja kulttuurin tuomisessa hoitolaitoksiin on paljon käytännön ongelmia, joiden ratkaisemiseksi tarvittaisiin jonkinlaista välittäjäporrasta. Hoitolaitosten vähäiset resurssit ja henkilökunnan kiire johtavat usein siihen, että taidetoiminta jää irralliseksi kokeiluksi. Hankkeiden avulla on selvästi vaikeampi vaikuttaa sosiaali- ja terveysalan toimintatapoihin ja muuttaa hoitokäytäntöjä. Tällöin tutkimustyön ja koulutuksen osuus korostuu. Mielen Muutos -hankkeessa pyrittiin

esimerkiksi lisäämään henkilökunnan laulamista hoitotyön aikana. Hoiva-alalta löytyy edelleen voimakkaita ennakoasenteita liittyen taiteen ja kulttuurin toimimiseen hyvinvoinnin edistäjänä.

### Lapset ja nuoret

Lasten ja nuorten taidekasvatus jakautuu kouluissa tarjottuun taito- ja taideaineiden opetukseen, jonka määrää ja laatua ohjaa valtakunnallinen tuntijako ja opetussuunnitelma, sekä koulun ulkopuolella tapahtuvaan harrastustoimintaan, jota suurelta osin määrittelee taiteen perusopetusta säätelevä lainsäädäntö.

Peruskoulujen taito- ja taideaineiden aseman vahvistamista pidetään tällä hetkellä tärkeänä valtakunnallisena päämääränä. Kuvataiteen ja musiikin opetuksen sisältöön voi vaikuttaa toisaalta

opettajankoulutuksen kautta ja toisaalta tarjoamalla kouluille konsertti- tai työpajatoimintaa.

Kiinnostava esimerkki koulujen taidekasvatuksen kehittämisestä on Ruotsin hallituksen vuonna 2008 aloittama Skapande skola (Luova koulu) -hanke, jonka tarkoitus on vahvistaa koulun ja kulttuurin ammattilaisten välistä yhteistyötä. Vastaava ajatus löytyy Salon kulttuurikasvatuksen ja Hymykuopat-hankkeen ohjelmasta POLKU, joka yhdistää taide-, liikunta-, kirjasto- ja ympäristökasvatusta.

Lakisääteistä koululaisten iltapäivätoimintaa tarjotaan 1- ja 2-luokkalaisille sekä myös muilla luokka-asteilla oleville erityistä tukea tarvitseville oppilaille. Kunnat järjestävät toiminnan parhaaksi katsomallaan tavalla. Kuvataiteen- ja musiikkialan iltapäiväkerhotoimintaa on suhteellisen vähän. Kolmannen sektorin toimijat eivät ole löytäneet muotoa ja rahoitusmallia toiminnalleen.

Valtakunnallisen Taikalamppu-verkoston myötä lastenkulttuurin asema on parantunut selkeästi. Lapsille suunnattu kulttuuritarjonta ja harrastemahdollisuudet ovat monimuotoisia ja korkeatasoisia.

Suomen kansallisoopperan, orkesterien, museoiden ja muiden julkisella rahoituksella toimivien organisaatioiden harjoittama yleisötyö tavoittaa paljon eri-ikäisiä lapsia.

Myös nuoret ovat tällä hetkellä tärkeä kohderyhmä, johon panostetaan monissa valtakunnallisissa suurhankkeissa. Nuorten syrjäytyminen ja kasvava nuorisotyöttömyys ovat kuitenkin niin mittavia nuorisotyön haasteita, että kohderyhmään tulee jatkossakin keskittyä. Valtakunnallinen Myrsky-hanke tarjoaa huomattavan määrän tietoa siitä, miten haluttu kohderyhmä tavoitetaan, miten nuoria osallistetaan ja miten heille annetaan mahdollisuus vaikuttaa myös projektin suunnitteluun.

## Erityisryhmät

Erityisryhmien (vammaiset, erityislapset, omaishoitajat, mielenterveyskuntoutujat, vangit ja turvapaikanhakijat) yhteisenä piirteenä voidaan pitää sitä, että heille taide on jostain syystä vaikeasti saavutettavaa. Useilla erityisryhmillä omat järjestöt, kuten erilaiset vammaisjärjestöt, jotka ajavat jäsentensä etuja. Näiden järjestöjen aktiivisen toiminnan kautta myös taide ja kulttuuri ovat päässeet lähelle monien ihmisten arkea. Ilahduttava esimerkki tällaisesta toimintamallista on mm. Vimmart: yhdenvertaisen taiteen oppilaitos.

## Monikulttuurisuus

Suomi on vähitellen muuttumassa monikulttuuriseksi yhteiskunnaksi. Maahanmuuttajien määrä kasvaa jatkuvasti, mikä näkyy erityisesti päiväkodeissa ja kouluissa. Tästä syystä monikulttuurisuuden parissa

tehtävän työn merkitys korostuu ja sille on löydettävä uusia toimintamuotoja. Toteutetuilla monikulttuurisilla projekteilla on keskimäärin kahdenlaisia tavoitteita: toisaalta maahanmuuttajia pyritään integroimaan suomalaiseen yhteiskuntaan ja toisaalta heille tarjotaan mahdollisuuksia harjoittaa omaa kulttuuriaan niin, että samalla suomalainen yhteiskunta moniarvoistuu. Monikulttuurisia hankkeita ovat pääasiassa toteuttaneet monikulttuuriset keskuksat, kuten Caisa.

Lisäksi kouluissa on kokeiltu paljon työpajaluontoista toimintaa. Kuvataiteen ja musiikin kielet ovat yleismaailmallisia, mikä vahvistaa niiden käyttöä myös sellaisten ihmisten parissa, joiden suomenkielen taito on vielä vähäisempää. Kuvataidetta ja musiikkia tarjottaessa ei maahanmuuttajia tarvitse eriyttää omaksi kohderyhmäkseen, vaan nämä aineet palvelevat erityisesti maahanmuuttajien integroitumisessa valtaväestöön.

## Työhyvinvointi

Työyhteisöjen hyvinvointipalveluihin luetaan kuuluvaksi niin työyhteisöjen kehittäminen kuin virkistystoiminta. Työyhteisön kehittämisen tarkoituksena on kehittää organisaatiota ihmisten työyhteisöinä. Tavoitteena ovat toimivuus, tuloksellisuus ja organisaation henkilökunnan työhyvinvointi. Taide voi osallistua työyhteisön kehittämiseen erilaisten taidelähtöisten menetelmien avulla, joita kehitetään esim. parhaillaan käynnissä olevissa hankkeissa Taika ja Voimaa taiteesta.

Erytyisesti teatterin alalla on kehitetty soveltavan taiteen metodeita, joissa keskustelun ja draamallisiin tilanteisiin osallistumisen myötä yhteisöt voivat purkaa jännitteitä ja lisätä sosiaalista vuorovaikutustaan. Vastaavien menetelmien kehittäminen kuvataiteen ja musiikin alueille ei ole yhtä ilmeistä, mikä suurelta osin johtuu verbaalisen kommunikaation puuttumisesta. Näille

taiteen aloille työyhteisöjen virkistystoiminta voisi olla varteenotettava vaihtoehto. Virkistystoimintaa ei hankkeiden puitteissa ole merkittävässä määrin tehty.

## Katvealueet

Esiselvityksessä pyrittiin myös kartoittamaan sellaisia erityisryhmiä, joille hyvinvointipalveluja on tarjottu vähemmän. Kuvataiteen ja musiikin osalta katveeseen jäivät erityisesti omaishoitajat. Omaishoitajia ovat mm. vammaisen lapsen vanhemmat, puolisoaan hoitavat ja ikääntyvistä vanhemmistaan huolehtivat lapset. Tällä hetkellä Suomessa arvioidaan olevan noin 300 000 omaishoitotilannetta, joista 60 000 ovat sitovia ja vaativia. Vain pieni osa kaikista omaishoitotilanteista on lakisääteisen omaishoidon tuen piirissä. Joitain yksittäisiä pilotteja on omaishoitajien hyvinvointipalvelujen kehittämiseksi kokeiltu (Active Art). Näissä osallistujamäärät ovat kuitenkin jääneet

vähäisiksi. Jatkossa olennaiseksi kysymykseksi nousee, miten palvelut tavoittavat koko omaishoitajien verkoston. Muita erityisryhmiä, joille palveluita on vähemmän, ovat mielenterveyskuntoutuja, vangit ja turvapaikanhakijat.

## Hyvinvointipalvelujen välitys- ja yritystoiminnan kehittäminen

Aineistosta kävi ilmi, että monissa hankkeissa on korostettu kuntien roolia hyvinvointipalvelujen organisoijina ja etsitty malleja kuntien ja kolmannen sektorin toimijoiden yhteistyöverkoston luomiseksi (Hyvän elämän palveluita kolmannelta sektorilta, Kulttuurikaari). Yksityisiä sosiaali- ja terveysalan yrityksiä sekä yksityisiä kuvataide- ja musiikkialan yrityksiä mukana on ollut huomattavasti vähemmän. Tästä johtuen on selvityksessä ja hankeluettelossa nostettu omaksi kokonaisuudekseen sellaiset hankkeet,

joiden tavoitteena on yritystoiminnan lisääminen ja kehittäminen sekä hyvinvoinnin että kuvataiteen ja musiikin aloille. Esimerkiksi SARKA-hankkeessa järjestettiin poikkeuksellisen laajaa koulutustoimintaa eri toimijoiden liiketoimintavalmiuksien kehittämiseksi. Useissa kulttuuri ja hyvinvointi -hankkeissa keskeinen kysymys on, miten kulttuuripalvelujen tuottajat ja asiakkaat löytävät toisensa. Miten hyvinvointipalvelua tarvitseva tilaaja saa tietoa hyvinvointialan kulttuuritarjonnasta ja miten hän tavoittaa sopivat henkilöt? Monissa hankkeissa ongelmaa on pyritty ratkaisemaan sosiaalista mediaa hyödyntäen. Välityspalveluiden avulla rohkaistaan taiteilijoita ottamaan vastuu työnsä markkinoinnista. Internet-sivustoille on koottu palveluntarjoajista riittävästi informaatiota, jotta asiakas voi tehdä alustavan valinnan ja ottaa yhteyttä. Useimmilla sivustoilla tarjonta on joko kunnan sisäistä tai alueellista.

## Alakohtainen tarkastelu

### Kuvataideala

Kuvataideala näyttäytyi esiselvitysaineistossa jokseenkin yksipuoleisena, pääpaino oli pienimuotoisessa työpajatoiminnassa. Yksittäisiä kuvataiteilijoita ja menetelmiä on hyödynnetty monissa hankkeissa, joiden puitteissa ei kuitenkaan ole lähdetty etsimään ratkaisua sille, miten toimintamuodot leviäisivät laajemmin kentälle ja mikä taho niitä organisoisi. Suurimpia ja vakiintuneimpia toimijoita ovat taidemuseot, jotka ovat kehittäneet taidepedagogiaansa ja parantaneet taiteen saavutettavuutta. Lasten ja nuorten vapaaehtoiset harrastamahdollisuudet ovat valtakunnallisesti suhteellisen hyvät, mutta mitään erityistä verkostoa päiväkotien ja koulujen kuvataidetoiminnan kehittämiseksi ei ole. Kuvataiteilijoiden heikko työllisyys on keskeinen ongelma, jonka ratkaiseminen vaatii koko

alaa koskevia ammattimaisia toimenpiteitä. Suomen taiteilijaseura ja Satakunnan ammattikorkeakoulu ovat mukana valtakunnallisessa kuvataidehankkeessa, ART360, jonka tavoitteena on lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä managerointi- ja liiketoimintaosaamista.

Hankkeen tavoitteena on luoda valtakunnallinen yhteistyöverkosto kuvataidealalle. Verkostoa voidaan hyödyntää myös hyvinvointipalveluiden kehittämisessä. Kuvataiteen hyvinvointipalveluiden yhteydessä tulee myös selkeästi esille, että kuvataiteen eri lajit (esim. maalaus, piirustus, kuvanveisto, taidegrafiikka, valokuvaus, mediataide) avaavat kukin ominaisluonteensa vuoksi erilaisia mahdollisuuksia soveltavaan käyttöön. Esimerkiksi valokuvaus on löytänyt uusia terapeuttisia toimintamuotoja voimaannuttavien menetelmien kautta (Miina Savolainen: Voimaannuttava valokuva).

### Musiikkiala

Musiikki on alana vahvasti järjestäytynyt ja sitä kautta toiminta hyvinvoinnin parissa on levinnyt laajasti eri sektoreille. Monissa hankkeissa yhteistyötahot ovat suhteellisen isoja ja vakiintuneita organisaatioita, jotka pystyvät nivomaan toteutetut projektit omaan kausitoimintaansa (Kulttuurisilta). Orkesterit ja Suomen kansallisooppera ovat pitkään kehittäneet yleisöyhteistyötään laajentaakseen toimenkuvaansa ja lisätäkseen taiteen saavutettavuutta.

Musiikkileikkikoulut, musiikkikoulut ja -opistot tavoittavat suuren osan lapsista ja nuorista, ja näiden oppilaitosten säännölliseen toimintaan kuuluvat erilaiset esiintymiset ja vierailut. Konserttikeskus ry on järjestänyt jo vuodesta 1964 lähtien konsertteja kouluissa ja päiväkodeissa ympäri Suomen. Musiikkialan hankkeiden painopiste on ollut pedagogiatyön kehittämisessä. Hankkeiden

puitteissa ovat työllistyneet lähinnä musiikinopettajat ja musiikkiterapeutit. Myös esiintyvien muusikoiden roolia hyvinvointipalvelujen tuottajina on lähdetty kokeilemaan, sen sijaan säveltäjät, erityisesti taidemusiikin alalta, ovat jääneet sivuun. Myöskään uutta mediaa, musiikkiteknologiaa ja akustiikan ammattitaitoa ei hankkeissa ole hyödynnetty.

### Esiselvityksen johtopäätökset

Esiselvityksestä kävi ilmi, että monet kunnat ovat ottaneet vetovastuun oman alueensa asukkaiden hyvinvointipalvelujen järjestämisestä. Kuntien organisoima verkosto ei kuitenkaan ole tarpeeksi kattava ja aktiivinen, jotta se tavoittaisi kuvataiteen ja musiikin alojen pieniä toimijoita ja yksittäisiä taiteilijoita.

Kuntien organisoima hyvinvointipalvelutoiminta ei myöskään huomioi yksityisille hoiva- tai muun

soveltuvan alan yrityksille taikka muille kuin kunnallisille työyhteisöille tarjottavia hyvinvointipalveluita. Jotta hyvinvointipalveluala voi toimia nykyistä tehokkaammin, laajemmin ja kattavammin ja jotta alalle syntyy ammattimaista osaamista, tarvitaan välittäjätoimintaa.

Sen tehtävänä on auttaa sillan rakentamisessa taiteilijoiden ja muiden yhteiskunnallisten toimijoiden välille. Tällä hetkellä yksittäiset tuottajat, jotka sinänsä olisivat potentiaalisia välittäjiä, ovat hyvinvointialan osaamisen suhteen vastaavassa tilanteessa kuin taiteilijat – heiltä puuttuu olennaista tietoa ja koulutusta sosiaali- ja terveysalan käytännöistä ja potilastyöstä.

Ennen kuin voidaan olettaa, että kuvataiteen ja musiikin aloille lähtee kasvamaan hyvinvointipalvelujen tuottamiseen erikoistunutta (yritys)toimintaa, on moniammatillisesti päästävä tasolle, jossa ammattihenkilöiden toimenkuvat, koulutus ja verkostot

vastaavat hyvinvointialan tarpeita. Avainasemassa tämän kehittymisen kannalta ovat taiteilijoiden omat välittäjäorganisaatiot, jotka edesauttavat taiteilijoiden, säveltäjien, tuottajien ja sote- alan ammattilaisten verkostoitumista.

Kuvataiteilijoita, säveltäjiä ja tuottajia edustavat valtakunnalliset järjestöt voivat toimia sillanrakentajina, kunhan niillä on riittävät valmiudet ja ymmärrys siitä, millaisia toimenpiteitä kehityksen aikaansaamiseksi tarvitaan. Hankkeita tarkasteltaessa ydinkysymykseksi nousi, miten lupaavasti käynnistynyt toiminta saadaan jatkumaan projektien päättymisen jälkeen.

Hyvinvointipalveluiden tuottamisesta saadut kokemukset osoittivat, että hyvinvointipalvelu jää usein irralliseksi toiminnoksi ja kuihtuu, mikäli sitä ei kyetä juurruttamaan osaksi vastaanottavan organisaation normaalia toimintaa. Integroitumisen aikaansaamiseksi

tarvitaan asiakaslähtöisiä hyvinvointipalveluita, ja asiakaslähtöisyyden toteutumiseksi tarvitaan eri alojen ammattilaisten tiivistä yhteistyötä.

Petra Havu, Riikka Talvitie, Päivi Rajakari,  
Tomi Kuusimäki





## Case rantatie – taidelähtöisten menetelmien kehittäminen matkailusektorilla

Case rantatie on Satakunnan ammattikorkeakoulun toteuttama selvitys taiteilijan työllistymisestä sekä taidelähtöisten menetelmien käytöstä alueellisissa matkailuun liittyvissä projekteissa. Case rantatie toteutettiin valtakunnallisen ART360-hankkeen puitteissa sekä liittyen Turun yliopiston Selkämeren rannikon matkailutiehankkeeseen.

Selvityksessä kartoitettiin millaisiin matkailusektorilla toimiviin yhteisöihin tai projekteihin kuvataiteilijat voisivat työllistyä, niin että työllistymisen lähtökohtina toimisivat sekä taiteilijan että asiakkaan tarpeet sekä resurssit. Taidelähtöisiä menetelmiä on käytetty paljon sosiaali-

ja terveysalalla. Case rantatie pyrki selvittämään niiden soveltamista matkailuympäristössä, erityisesti kyläyhteisöjen toiminnassa. Tavoitteena oli saada tietoa sekä käytännön esimerkkejä siitä, miten erilaisten yhteisöjen asenteiden, olosuhteiden ja toimintamallien pitäisi muuntautua, että yhteisön yhdeksi aktiiviseksi toimijaksi voisi tulla taiteilija.

Selvitystä teki kuvataiteilija, visuaalisen kulttuurin maisteriopiskelija Saija Mustaniemi, joka toimii Satakunnan ammattikorkeakoulussa sosiokulttuurisen Sata Lämmintä Sydäntä - sekä Ohjauskulma -hankkeen projektikoordinaattorina.

Rantatien selvitystyö jakautui kolmeen tutkittavaan osioon. Ensimmäisessä osiossa ovat taiteilijat. Kuka on tässä yhteydessä sopiva taiteilija toimimaan yhteisöllisissä taidehankkeissa? Mitä taiteilijalta vaaditaan tämänkaltaisen toiminnan käynnistämiseksi sekä ylläpitämisessä? Toisessa osiossa kartoitetaan yleensä, sekä erityisesti rantatien alueen matkailuyrittäjien/kyläyhteisöjen halua, kykyä ja resursseja vastaanottaa sekä hyödyntää taiteilijan tuottamia palveluita. Kolmas osio on käyttöönotto. Tässä vaiheessa selvityksestä tehtiin hankemuotoinen toteutettava esimerkkikonsepti, joka olisi sovellettavissa useisiin eri ympäristöihin sekä toteutettavissa eri budjeteilla. Esiselvitys on aloitettu huhtikuussa 2010. Esiselvityksen kohderyhmää olivat Satakunnan ammattikorkeakoulusta valmistuneet kuvataiteilijat ja Pohjanlahden rantatien Satakunnan

alueella sijaitsevat kyläyhteisöt, matkailuyrittäjät sekä muut alan toimijat. Esiselvityksen keskeisiä, ohjaavia teemoja ovat; uusien työpaikkojen luominen, hanketoiminta, taiteilijan työnkuva, taiteen soveltava käyttö, yhteisötaide ja kyläyhteisöt.

### Johdanto

Satakunnan ammattikorkeakoulusta valmistuu vuosittain noin 20 kuvataiteen ammattilaista. Harva valmistuneista tulee samaan suoraan elantoon taiteen tekemisestä tai myymisestä. Myös vähemmistö valmistuneista tulee löytämään ansiotyötä tai toimimaan yrittäjinä kuvataiteen parissa. Moni taiteen koulutuksen saanut tekee muun alan työtä, joko kokopäiväisesti tai sivutoimisena. Tämä esiselvitys pyrkii kartoittamaan

kuvataiteilijoiden työllistymismahdollisuuksia mm. Satakunnan alueen matkailusektorilla. Turun yliopisto on tehnyt selvitystä Satakunnan alueella sijaitsevasta matkailutiestä, nimellä Selkämeren rannikon matkailutiehanke.<sup>1</sup>

Turun yliopiston hankkeen tavoitteena oli Selkämeren rannikkoa myötäilevän keskiaikaisperäisen rantatien määrittely valtakunnalliseksi matkailutiekseksi. Matkailutie nimikkeen saaminen mahdollistaa rannikkoseudun profiloinnin ja matkailupalveluiden verkostoitumisen tehokkaammin. Rantatien varrella Satakunnan alueella on kyläyhteisöjä ja kylätoimikuntia, jotka ovat halukkaita ylläpitämään sekä kehittämään omaa toimintaansa. Yhtenä kehittämismahdollisuutena voidaan nähdä kulttuuri- sekä taidesisältöisten palvelujen ja toiminnan lisääminen ja jalkauttaminen alueen matkailutuotteiksi.

<sup>1</sup> <http://pohjanlahdenrantatie.vuodatus.net/>

### Selvityksen tavoitteita ja taustaa

Selvityksen tavoitteena on luoda vastavalmistuneille kuvataiteilijoille Satakunnan alueella työelämän verkostoa ja yhteyksiä paikalliseen matkailusektoriin sekä kyläyhteisöihin. Esiselvitys tähtää matkailun ja kuvataiteen pilottihankekokeiluun, joka työllistäisi paikallisia kuvataiteilijoita tai jossa kuvataiteilijat kehittäisivät resursseja työllistää tse itsensä esimerkiksi Leader-hanketoiminnan muodossa.

Taiteilijoita pyritään työllistämään julkiselle, yksityiselle tai kolmannelle sektorille, tässä yhteydessä pohditaan myös työllistymistä edistävän lisäkoulutuksen mahdollisuuksia sekä tämän tarpeen tunnistamista. Selvitys liittyy Satakunnan ammattikorkeakoulun hallinnoimaan ART360-hankkeeseen, jonka tavoitteena



on lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä managerointi- ja liiketoimintaosaamista. ART360-verkosto luo uusia liiketoimintamalleja, joilla edistetään kuvataiteen roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä.<sup>2</sup> Rantatieselvityksen kohderyhmänä kuvataiteilijat ovat hankalasti määriteltävä joukko. Kuvataiteilijoita on lähes mahdoton niputtaa yhden toiminnan tai nimikkeen alle.

Kuvataiteilijoiden työllistyminen voi olla myös tavallista työllistymistä laaja-alaisempaa sekä haasteellisempaa. Monien kuvataiteilijoiden kohdalla realistista taiteen pariin työllistymistä ei tule tapahtumaan, sillä vain pieni osa saa elantonsa apurahoista ja töiden myynnistä.

Tässä selvityksessä keskitytään enemmän siihen kuvataiteilijoiden ryhmään, joilla ei ole mahdollisuutta tai halua työllistyä perinteisenä taiteilijana, kuitenkin

<sup>2</sup> www.art360.fi

<sup>3</sup> http://aktiivinen.fi/

pois sulkematta ketään kuvataiteen koulutuksen saanutta. Koulutuksen tulisi edistää työllistymistä, joten selvityksessä pohditaan myös tarvetta työllistymistä tukevaan koulutukseen. Erityisesti maaseutualueilla toimiessa erilaiset haja-asutusalueiden tukihankeet voivat olla keskeisessä asemassa taiteilijan projektituonnoisessa työllistymisessä.<sup>3</sup>

### Taiteilija

Taiteilija käsitteenä on laaja sekä vaikeasti rajattavissa. Tässä selvityksessä taiteilijalla tarkoitetaan pääasiallisesti ammattitaiteilijaa, jonka määritelmänä voidaan käyttää ammattitaiteilijan koulutusta ja/tai ammattiliittoon kuulumista. Kumpikin näistä edellyttää näyttöä osaamisesta. Taiteilijan määritelmä riippuu kuitenkin myös sen määrittelijästä ja paikasta, sillä

taiteilija ammattinimikkeen käyttö ei edellytä aina tutkintoa. Case rantatie keskittyy selvitystyössä alueellisuudesta johtuen lähinnä kuvataiteilijoihin, jotka valmistuvat Satakunnan ammattikorkeakoulun Kankaanpään kuvataiteen yksiköstä ja ovat halukkaita työskentelemään Satakunnan alueella.

### Taiteilijan työ

*”Nykytaide voi olla kankaan kauttaaltaan täyttävä värien ja muotojen maailma. Nykytaide voi olla Kaakkois-Aasian katulevottomuuksia käsittelevä video projisoituna sängyn pohjalevyille. Nykytaide voi olla verkossa tapahtuva lattian siivous tai se voi olla tyynyksi asetettu parantava kristallikide. Se voi olla soluttautuminen kaupungin katujen elämään, kävely metsässä ja sen dokumentointi tai lapsuutta*

<sup>4</sup>lainaus Kiasman verkkosivuilta. www.kiasma.fi

*luotaava lauluperformanssi.”*<sup>4</sup> Taiteilijan työ voidaan nähdä hyvinkin yksilöllisenä toimintana sekä kutsumusammattina. Perinteisesti taiteilijan työ on omasta mediasta riippuen, joko maalaamista, veistoa tai grafiikkaa, työhuoneella tai todellisuudessa; kotoa käsin. Suurinta osaa ohjaa vahva tekemisen halu, toimeentulosta riippumatta. Työskennellessään taiteilija rikastuttaa kulttuuria, mutta harvoin samalla itseään.

Taiteilijoita on vaikea pitää minkään ammatillisten rajojen tai osaamisen sisällä. Tämä puolestaan tekee taiteilijoista yleisillä työmarkkinoilla helppoja kritiikin ja arvostelun kohteita. Yksityisellä sekä julkisella sektorilla taiteilijoita ollaan halukkaita ottamaan mukaan moneenkin toimintaan ja nähdään, että taiteilija panoksellaan ja läsnäolollaan voisi rikastuttaa

organisaatiota. Kuitenkin vähemmän halukkuutta löytyy taiteilijan pidempiaikaiseen palkkaamiseen ja realistisen palkan maksamiseen. Palkkaamisen pitäisi perustua taiteilijan todellisen ammattitaidon myöntämiseen ja taiteilijan näkemiseen vastuullisen ja vaativan toiminnan toteuttajana.

*”Taiteilijoista suuri osa työllistää itse itsensä ja muuta väestöä suurempi osuus taiteilijoista on joko työttömiä tai eri tavoin ’alityöllistyneitä’ esimerkiksi vapaaehtoistyön, osa-aikatyön tai väliaikaisen työn vuoksi. Tuloja ansaitakseen taiteilijat toimivat muita useammin monessa ammatissa tai tekevät muutakin työtä kuin taiteellista työtä; moniammatillisuuden yleisyys tosin vaihtelee eri taiteenaloilla. Korkeaan koulutukseen panostaminen on taiteilija-ammateissa*

*tuottanut yleensä vähäisen hyödyn, sillä harvojen hyvin tienaaavien taiteilijoiden lisäksi on suuri joukko taiteilijoita, joiden tulotaso jää alle keskimääräisen tulotason koulutustasosta riippumatta”<sup>5</sup>*

Taiteilijoista mahdollisten työnantajien näkökulmasta epämääräisiä ja epäammattitaitoisia saattaa tehdä säännöllisen, yhteiskunnallisesti hyväksytyyn palkkatyöhistorian puuttuminen. Säännöllinen palkkatyöhistoria antaa työnhakijasta toimitaan, aikaansaavan sekä luotettavan kuvan. Tyypillistä varsinkin kuvataiteilijan työhistorialle on se, että vakinaista työsuhdetta ei ole, työ on lyhytkestoista sekä satunnaista, tulot koostuvat useasta eri lähteestä ja tämän lisäksi moni taiteilija on jatkuvasti riippuvainen julkisesta tuesta tai sosiaalietuuksista. Kuka siis palkkai-

nuoren, työttömän, työhistoriattoman taiteilijan, mihin hommaan ja millä rahalla? ”Kuvataidealan taiteellisen työvoiman tarvetta on vaikea arvioida, koska työmarkkinoita ei sanan varsinaisessa merkityksessä ole. Kuvataiteilijan työ on pääasiassa vapaan taiteilijan työtä, joten työpaikkoja, joihin kuvataiteilijoita palkataan, ei ole olemassa.”<sup>6</sup>

Kuten Karhunen ja Rensujeff kirjoittavat, kuvataiteilijalle ei ole varsinaisia työpaikkoja valmiina. Työpaikat ovat vielä kehitysvaiheessa ja vaikeasti löydettävissä, kuten myös mahdolliset työnantajatkin. Taiteilijan on itse edesautettava työpaikkansa syntyä ja ylläpidettävä sen tarpeellisuutta. Satakunnan ammattikorkeakoulu määrittelee kuvataiteilijan työllistymisen verkkosivuillaan näin: ”Koulutusohjelmasta valmistutaan itsenäiseksi

*kuvataiteilijaksi, jolla on valmiudet toimia visuaalisen kulttuurin parissa kriittisenä ja innovatiivisena merkityksen tuottajana. Valmistuneet voivat myös työskennellä esimerkiksi taidegraafikkona, opettajana tai kuvataidealan moninaisissa asiantuntijatehtävissä.”<sup>7</sup>*

Tampereen ammattikorkeakoulu määrittelee verkkosivuillaan kuvataiteen opintojensijoittavuutta näin: ”Kuvataiteilijat sijoittuvat uuden työn kulttuurin alueelle, joka edellyttää stressinsietokykyä, sosiaalisia taitoja, muutosvalmiutta ja luovaa ongelmanratkaisukykyä. Taiteilijaksi kasvetaan vähitellen ja ammatinkuvaan yhdistyy usein lähialojen töitä kuten muun muassa opetuksen ja visuaalisen suunnittelun tehtäviä”<sup>8</sup> Todellisuudessa kuvataiteilijan toimiminen muissa kuin vapaan taiteilijan tehtävissä vaatii useasti lisäkoulutusta

<sup>5</sup> taiteenkeskustoimikunta.fi/fi/web/tkt/julkaisut

<sup>6</sup> Karhunen Paula - Rensujeff Kaija. Taidealan koulutus ja työmarkkinat. Taiteen keskustoimikunnan tutkimuskeskuksen julkaisuja. 2006.

<sup>7</sup> Satakunnan ammattikorkeakoulu, [http://www.samk.fi/hakijat/amk-tutkinnot\\_nuoret/kuvataide](http://www.samk.fi/hakijat/amk-tutkinnot_nuoret/kuvataide)

<sup>8</sup> <http://www.tamk.fi>

sekä ammatillista perehtymistä. Tätä voisi ennakoida jo kuvataiteen tutkintoon johtavissa opinnoissa. Suomessa valmistuu useasta eri oppilaitoksesta sekä usealta eri koulutustasolta kuvataiteen ammattilaisia, joille ei kaikille riitä eikä voida myöntää apurahoja, galleria-aikoja tai kuvataiteen opetustehtäviä. Myös opetustehtäviin pätevytyminen vaatii amk-tasoisien tutkinnon omaavalta lisäkoulutautumista.

Tässä kaavailut työllistymismahdollisuudet ovat vaihtoehtoisia, eivät korvaavia toimintamalleja kuvataiteen perinteiselle tekemiselle ja ammattimaisena kuvataiteilijan toimimiselle. Pieni määrä tulee saamaan apurahoja ja elämään puhtaasti oman taiteen tekemisellä. Yksi keskeinen suomalaiselle taiteilija-apurahajärjestelmälle asetettu tavoite on korkeatasoisen taiteen edistämistehtävä, ei valmistuvien kuvataiteilijoiden ja taiteen alalle

valmistuvien työllistäminen.

### Taiteilijan yrittäjyys

Moni taiteilija suhtautuu kriittisesti yrittäjyyteen. Usean kohdalla käytänteet aiheuttavat negatiivisen suhtautumisen yrittäjyyteen, sillä taiteilijoiden saamat ansiot taiteellisesta työstä eivät yllä edes YEL-työtulon minimirajaan. Yrittäjyyttä ei myöskään tue se, että opetustyöstä (mm. amk, muut korkeakoulut) maksettavaa palkkaa ei voi pääsääntöisesti maksaa yrityksille. Työskentelyapurahat ovat myös henkilökohtaisia, ei yrityksille myönnettäviä. Taiteilijan työn lähtökohtaja tavoitteet eroavat yrittäjän vastaavista. Yrittäjä tavoittelee pääosin yritystoiminnallaan voittoa ja tuottavuutta, kun taas taiteilija tekee valintoja yleensä henkilökohtaisin kriteerein. Taiteellinen toiminta on usein epäkaupallista, sillä taide on tekijälleen tärkeämpää kuin siitä syntyvä taloudellinen tulos. Harvassa tapauksessa

taiteilijan saamat tulot vastaavat suoritettua työpanosta tai edes kattavat siitä aiheutuneita kustannuksia. Taiteellisessa työssä on useita piirteitä, jotka erottavat sen muusta ansio- tai yrittäjyöstä. Taiteilijoiden ja taiteenalojen kesken tuloissa voi olla kuitenkin huimiakin eroja riippuen toiminnasta ja sen tuomasta taloudellisesta menestyksestä.

### Yhteisötaide

”Yhteisötaide (engl. social art tai community art) on 1990-luvulta yleistynyt taiteen suuntaus, jossa taidetta tehdään jonkin yhteisön ehdoilla, yhteisön jäsenten kanssa ja heitä varten. Yhteisötaide toteutetaan yleensä projekteina, tapahtumina tai työpajoina. Taiteilija on tapahtuman, teoksen tai ilmiön tuottaja tai ohjaaja.

<sup>9</sup> <http://fi.wikipedia.org/wiki/Yhteisötaide>

*Yhteisötaiteen eräänä edelläkävijänä voi pitää saksalaista Joseph Beuysia, joka loi 1960-luvulla käsitteen Yhteiskunnallinen kuvanveisto (saks. Die Soziale Plastik) ja toteutti esimerkiksi teoksen 7 000 tammaa, jossa istutettiin tammia Kasselin kaupunkiin, Saksaan vuonna 1982 documenta 7 -näyttelyn yhteydessä. Yhteisötaide onkin sukua ympäristötaiteelle ja performanssille, jotka molemmat pyrkivät usein pois taidegallerioista ja taidemuseoista.*

*Taiteenalasta on käytetty myös nimityksiä osallistuva taide ja sosiaalinen taide. Yhtymäkohtia yhteisötaiteelle voisivat olla myös taidesosiologia ja taidekasvatus. Yhteisötaiteen tuloksia kutsutaan yhteisötaideteoksiksi tai yhteisöteoksiksi.”<sup>9</sup>*

Yhteisötaide voi olla prosessi, joka perustuu

keskustelulle, tapaamisille ja yhdessä tekemiselle. Yhteisötaiteen lopputulos on useasti hyvinkin moninainen, eikä aina ole olennaista onko projekti onnistunut perinteisessä mielessä tuloksellisesti, vaan sen onnistumista voidaan myös mitata sillä, kuinka paljon osallistujien ymmärrys ja asenteet ovat muuttuneet. Yhteisötaideprojektit saattavat tavallaan tasoittaa tietä ja asenteita itseisarvoisemman taiteen tulemiselle. Case rantatien yhteydessä yhteisötaide nousee tärkeään rooliin, sillä esim. kyläyhteisöissä toteutettavat happeningit tai osallistavat projektit olisivat muodoltaan lähellä yhteisötaidetta.

Yhteisötaiteen materiaalina voidaan pitää keskusteluja tai teemoja, jotka myös määrittävät yhteisötaiteen konkreettisempaa tuotosta. Tuotos tai tuote ei ole pääasia ja se voi olla vain sivujuonena prosessissa tai tietynlaisena dokumentaationa. Erilaiset kollaasit, valokuvat, äänitteet, videot tai mikä muu tahansa

yhdessä tehty teos käy tuotteeksi. Taiteilijan rooli tällaisessa yhteisötaideprojektissa olisi alkuunpanijana, keskustelun ohjaajana sekä merkitysten ja sisällön tuottajana. Yhteisön kanssa toteutetussa taideprojektissa tieto ja sisältö tulevat yhteisön omista kokemuksista ja sisältä päin. Tätä sovelletaan yhteisölliseksi toiminnan avulla. Yhteisötaide on toimintaa, joka taiteen kielellä pohtii esim. historiaa tai arkipäivän olemista sekä tukee samalla identiteettiä ja ottaa kantaa moniin yhteiskunnallisiin seikkoihin.

### Yhteisöt ja kyläyhteisöt

Case rantatie selvityksessä tutkimuskenttänä toimivat Pohjanlahden rantatien Satakunnan alueella sijaitsevat kyläyhteisöt ja niiden aktiivit. Selvityksen aikana käytiin tapaamassa henkilöitä mm. Merikarvian Alakylästä sekä Ahlaisista. Tapaamisten tarkoituksena oli kartoittaa asenteita ja hahmotella sekä esitellä toimintamalleja,

jossa yhdistyisivät kyläyhdistysten intressit toimintansa kehittämisessä ja taiteilijan yhteisöllinen työskentely kyläyhteisöissä hankkeissa. Keskustelun lisäksi kyläyhteisöille laadittiin taiteen keinoja soveltaen tarinamuotoinen kyselylomake. Kyläyhteisöt taidelähtöisen toiminnan tiloina - kyselylomaketta ei palautettu määräaikaan mennessä yhtään kappaletta. Syynä tähän voi olla aktiivisten henkilöiden puute tai esimerkiksi liian vaativaksi koettu tehtävä.

Kyselylomakkeessa kysyttiin seuraavia asioita:

*”Millaiseen yhteisöön kuulut? Mihin yhteisön toiminta, olemassaolo perustuu? Mikä ihmisiä yhteisössäsi yhdistää? Miten yhteisö toimii ja mistä sen tunnistaa yhteisöksi?”*

Vastaamiseen annettiin seuraavat ohjeet:

*”Kirjoita pieni tarina (max. A4) yhteisöstäsi. Kuvaile jotakin sen järjestämää tapahtumaa tai prosessia (kuvitteellinenkin käy). Ota tarinaan mukaan taiteilija. Keksi taiteilijalle rooli tai työnkuva (mitä taiteilija voisi tehdä yhteisössäsi ja miten auttaa yhteisön kehittämisessä?). Tekstin voi kirjoittaa kuka tahansa (tai useampi) kyläyhteisöstänne. Luova kirjoittaminen voi olla vaikka vapaata ajatusten virtaa. Tekstin ei tarvitse olla jäsenneltyä tai valmista. Pääasia on saada paperille muutamia lauseita aiheesta tai vaikka sanajonon. Tarinassa tärkeintä saattaa olla joku yksittäinen lause, tunnelma tai ajatus.”*

Hypoteesi oli, että palautetuista tarinoista olisi voinut kartoittaa kyläyhteisöjen asenteita taidetoimintaan paremmin kuin suoriin kysymyksiin perustuvalla lomakkeella. Toisaalta huono vastausprosentti luovuutta ja tietynasteista heittäytymistä vaatineessa tarinamuotoisessa kyselyssä antaa jo sinänsä viitteitä

asenteesta, huonosti laaditusta kyselystä tai suppeasta tutkimuskentästä.

Muutoin keskusteluissa koskien taidehankkeita ja taiteilijan osallistumista kyläyhteisön toimintaan, tuli useasti ilmi julkinen veistos. Taide tässä yhteydessä nähtiin kyläyhteisöjen puolelta hyvin perinteisenä tilaaja-tuottaja mallina. Pienellä budjetilla haluttiin konkreettinen taideteos, pääasiallisesti veistos, jonka aihe ja paikka oli suurin piirtein valmiiksi yhteisössä määritelty. Case rantatien tavoitteissa keskeistä on molemmin puoleinen ja mielellään pitkäkestoinen kehitys sekä hyöty. Yhtä tärkeää kuin taiteilijan työllistyminen on kyläyhteisöjen toiminnan kehittäminen ja laajemmin koko rantatiehankkeessa, kylien matkailuvetovoiman parantaminen. Veistoksen tilaaminen perinteisenä prosessina ei ehkä palvelisi kummankaan etua tästä

näkökulmasta, eikä olisi se haettu pitkäjänteinen, jalkautettu toimintamalli. Tilaustyössä taiteilija työllistyy hetkellisesti ja kertaluonteisesti. Veistoksen tuottaminen on prosessi, minkä ympärille ei ehkä kehity muuta jatkuvaa tai yhteisöllistä toimintaa. Veistoksen tilaustyönä teettäminen ei myöskään laajenna taiteilijan työnkuvaa tai vastuualuetta nykyisestään. Taiteilijan roolin muuttuminen enemmän kokonaisvaltaisen toimijan suuntaan oli tässä selvityksessä keskeinen teema. Tavoitteena oli, että taiteilija olisi pidempiaikaisesti prosessissa mukana ja sen useassa eri vaiheessa ja rooleissa. Tämä tarkoittaa sitä, että taiteilija tilaustyön tekijästä muuntautuisi myös projektin tuottajaksi sisällöstä osittain rahoituksen hoitamiseen saakka. Myös tärkeää on projektien tai hankkeiden jatkuvuus, jolla mahdollistettaisiin yhteisöjen toiminnan

kehittyminen ja taiteilijan pidempiaikainen työllistyminen.

### Taiteilijan rooli

Taiteilijan rooli yhteisöllisissä projekteissa riippuu paljolti toteuttavan yhteisön tarpeista. Voi olla hyvinkin moninaista, mitä taiteilijan rooliin sisällytetään. Taiteilija voi olla vain perinteinen teoksen tuottaja/tekijä tilausperiaatteella tai toimia koko prosessin alkuunpanijana ja loppuunsaattajana.

Taiteilija voi toimia myös tuottajana projekteissa. Yleisimpiä tuottajan toimenkuvaan kuuluvia tehtäviä ovat rahoituksen hankkiminen, yhteistyöneuvottelut, markkinointi ja tiedotus, neuvonta- ja edustustehtävät sekä muut käytännön järjestelyt. Haluttavia

ominaisuuksia työnantajien mukaan taiteilijatuottajalta ovat myös *valmiudet itsenäiseen ja liikkuvaan työhön, innovatiivisuus, yhteistyökyvykyys, soveltuva koulutus, kokemus ja kulttuurikentän ja tuotanto tehtävien tuntemus*.<sup>10</sup>

Taiteilijan sijoittumiseen ja roolitukseen yhteisössä vaikuttavat erilaiset tekijät, kuten yhteisön kulttuuri, ikä, arvot, käytettävissä olevat varat. Taiteilija yhteisössä voi antaa ylläkköitä muutoksiin ja avata keskustelua. Taiteilija antaa panoksensa projektin laadulliseen arvoon. Hyviä esimerkkejä taiteilijoiden työn/läsnäolon laadullisen arvon nostamisesta ovat esim. monet vähempiarvoiset asuinalueet<sup>11</sup> tai teollisuustilat tms. jotka ovat saaneet taiteilijoiden toimesta uusia käyttötarkoituksia. Taiteilijat ja taidekommuunit

<sup>10</sup> kuvaus työvoimatoimiston sivuilta eräästä taiteen tuottajan työpaikkailmoituksesta

<sup>11</sup> esimerkki, Uzupiksen kaupunginosa, Vilna, Liettua. <http://fi.wikipedia.org/wiki/U%C5%BEupis>, Uzupis on vetovoimainen taiteilijoiden asutuksen sekä tilanvaltauksen vuoksi.



ovat useissa eri paikoissa elvyttäneet muutoin mielenkiinnottomia alueita. Taide tässä tapauksessa tekee arkipäiväisistä asioista erityisiä, mikä puolestaan voi nostaa alueen tai asian statusta sekä kiinnostavuutta laajemmassa perspektiivissä. Jos pystytään näkemään taiteilijan ja taiteen roolia yhteiskunnassa laajemmin kuin vain esteettisenä ja harrastelijamaisena, on mahdollista luoda uusia toimintakenttiä ja työllisyysmahdollisuuksia myös kuvataiteen ammattilaisille. Moni taiteilija kokee kantavansa yhteiskunnallista vastuuta ja tämän kaltainen orientoituminen tukee ja helpottaa mahdollisesti yhteisötaideprojekteissa työskentelyn onnistumista.

### Taiteen soveltava käyttö

Taiteen soveltava käyttö voi olla sitä, että taiteen tavoitteita tai metodeja hyödynnetään jollakin taiteen ulkopuolisella alalla, esim. hoitosektorilla. Soveltavassa

käytössä taiteilija käyttää rakentavasti taiteen toimintamalleja ja yhteistyömuotoja, ilman että toiminta rajoittuu hänen henkilökohtaisiin intresseihinsä. Soveltava taide uudessa ympäristössä lisää osallistujien ilmaisukykyä ja luo yhteistyömalleja sekä voi toimia edellisten tavoin taiteilijoiden työllistäjänä. Kuvataiteen soveltavia käytäntöjä voi ja hyödynnetäänkin jo laajasti mm. varhaiskasvatuksessa ja yritysmaailmassa sekä taidetta käytetään osana hyvinvointipalveluja.

### Selvityksestä hankkeeksi

Case rantatie esiselvityksestä muotoiltiin esimerkki hanke, jonka yhteydessä tullaan tarvittaessa järjestämään Kankaanpään taidekoululla pienen seminaarin. Seminaariin kaavaillaan osallistujia Pohjanlahden rantatien kyläyhteisöistä, matkailuyrittäjistä, Satakunnan ammattikorkeakoulun

kuvataiteen henkilökunnasta sekä oppilaista. Seminaarissa tutustutaan sekä keskustellaan mahdollisesta yhteistyöstä ja kaikkien osapuolien tarpeista koskien rantatieselvityksessä käsiteltyjä asioita. Seminaarissa esitellään esimerkkihanke budjetilla sekä kaavaillaan toimintaan sopivia henkilöitä, toiminta-alustoja ja annetaan käytännön neuvoja ja välineitä toteuttaa konkreettista toimintaa.

### Taiteilija kylässä

Esimerkkihanke kulkee työnimellä; Taiteilija kylässä. Hankkeen toimintamuotoina on nyky- ja yhteisötaide. Taideprojektin sisältö saadaan Pohjanlahden rantatien kylän historiasta sekä nykyisyydestä. Teemoja lähestytään tarinallisuuden keinoin hyödyntäen ympäristö- ja yhteisötaiteen metodeja sekä malleja. Taiteilija kylässä hankkeen tavoitteena on jalkauttaa yhteisötaide ja taidelähtöiset menetelmät

toimintamuotona kyläyhteisöjen kehittämistoimintaan. Hankkeessa eri yhteisöt tutustuvat yhteisölliseen taidelähtöiseen toimintaan ja tuotetaan taidesisältöinen projekti, joka työllistää Satakuntalaisen taiteilijan tai taiteilijoita osa-aikaisesti. Hankkeessa toimivat yhdessä useat eri kyläyhteisöt ja hankkeen kesto on noin 6 kk. Kaavaillun hankkeen kohderyhmää taiteilijoiden lisäksi ovat Pohjanlahden rantatien Satakunnan alueella sijaitsevat, osallisiksi haluavat kyläyhteisöt ja matkailuun liittyvät yritykset/toimijat.

Keskeisinä toimenpiteinä ovat ideointi- ja keskustelutapaamiset taiteilijan johdolla, koulutus sekä yhteisöllisen taideprojektin tuottaminen ja mahdollinen tutustuminen toisiin toimijoihin. Tässä yhteydessä voidaan myös kartoittaa yhteistyön tarve ja tarjonta ja luoda näille yhteinen foorumi.

Hankkeen tuloksina voidaan nähdä alueellisen

erikoisosaamisen hyödyntäminen, työllistyminen sekä alueellisen keskustelun ja yhteistyön synnyttäminen. Hankkeen tuloksena on mahdollista saada myös dokumentaatiota, dialogia, tarinoita ja valokuvia esim. näyttelyä tai markkinoinnin kehittämistä varten. Yhteisötaideprojekteihin liittyy monitieteellinen lähestymistapa, tässä yhteydessä projektiin voi sisältyä haastatteluja ja paikallisen historian sekä perinteiden tutkimista. Yhteisötaiteeseen liittyy aina prosessi, jossa keskustellen ja vuorovaikutustaidoin käsitellään jotain ongelmaa, edesautetaan yhteisön hyvinvointia, toimintakykyä sekä rakennetaan identiteettiä. Tällainen hienovarainen ja kartoittava lähestymistapa on hyvin altis kritiikille sekä yhteisön sisältä, että sen ulkopuoleltakin. Negatiivisen vastaanoton välttämiseksi kehittämistarpeen pitäisikin lähteä myös tasavertaisesti yhteisöistä itsestään. Projekti ei saa perustua yksin toteuttavan kuvataiteilijan tarpeeseen järjestää omaehtoinen taidehappening, eikä myöskään yhteisön

yksipuoliseen määräysvaltaan koskien erityisesti sisältöä. Esimerkki hankkeesta on seuraava Leader-rahoitukseen pohjautuva aikataulutettu toimintasuunitelma.

#### Taiteilija kylässä – Leader-hanke satakuntalaisella matkailusektorilla

Hankkeen toiminta-aika on 6 kuukautta. Toiminnan perustana on kylien jokapäiväiseen elämään ja taiteeseen liittyvä kulttuuri. Kulttuurin, historian, taiteen ja paikallisen luonnon ympärille rakennetut toiminnot sekä tuotteet tuovat vireyttä arkeen ja edesauttavat matkailun kehittymistä elinkeinona.

#### Hankkeen tavoitteet

Hankkeen tavoitteena on kehittää taiteen avulla

välillisesti mm. rantatien alueen sekä koko Satakunnan matkailua.

Visiona on saada alue kotimaassa tunnetuksi, maaseutu-, luonto- ja kulttuurimatkailukohteeksi. Hankkeessa keskitytään erityisesti kulttuuri- ja luontomatkailuun linkittämällä käsityö- ja taidetoimijat mukaan kehitystoimintaan.

Alueen tunnettuutta kehitetään jo olemassa olevien tapahtumien jalkauttamisella ja kehittämisellä sekä näistä pyritään tekemään jatkuvampia ja kasvavia toimintamuotoja. Myös markkinointi otetaan huomioon yhtenä kehittämiskohteena taiteen metodein.

Toimenpiteinä ovat kohteesta riippumatta kehityspajat keskustelut sekä koulutukset. Tiedottaminen pidetään yhdenmuotoisena sekä avoimena niin yrittäjille kuin muillekin. Yhteistyöverkoston luominen ja kehittäminen on myös keskeinen toimenpide. Tuloksena syntyy

uusia kulttuuria, taidetta ja luontoa yhdistäviä taide- matkailu- tai matkailutuotekonsepteja. Kyläyhteisöt, matkailuyrittäjät sekä taiteilijat ovat kehittäneet uutta, kokemukseen pohjautuvaa materiaalia.

Alueen tapahtumat on elvytetty ja ne ovat pysyviä tapahtumia. Myös taiteilijan toimesta alueesta on saatu visuaalista sekä taidesisältöistä markkinointi- sekä viestintämateriaalia.

Hankkeessa on yksi työntekijä (taiteilija/tuottaja/koordinaattori) 50% työajalla noin 3 kk.

Kohderyhmät: Satakunnan alueen matkailutoimijat, Pohjanlahden Rantatien / Satakunnan kyläyhteisöt, alueen taiteilijat, taideopiskelijat, muut aktiiviset sekä yritykset. Tavoite: Yhteistyö, verkostoituminen, kehittäminen, implementointi. Toimenpiteet: Ideariihet, keskustelut, tapaamiset, yhteisötoiminta.

Budjetti: 9940,00€

Rahoitus: LEADER 70 % + talkootyö + yksityinen rahoitus

Saija Mustaniemi

### Lähteet

Rosu, Sari, 2010, Matkailuselvitys -Pohjanlahden rantatie, Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisuja, Turun yliopisto, Pori

Salmi, Annamari, 2010, Pohjanlahden rantatie, Konsepti ja brändi – kohdebrändäyksen kompleksisuus, orientaatio-hallinta, Kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen julkaisuja 20, Turun yliopisto, Pori

OPM, 2008, Kuvataiteentutkimus ja koulutus Suomessa 2007, Opetusministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2007:11, Helsinki

OKM, 2010, Cronberg, Tarja, Luova kasvu ja

taiteilijan toimeentulo, Opetus- ja kulttuuriministeriön työryhmämuistioita ja selvityksiä 2010:6, Helsinki

Karhunen Paula, Rensujeff Kaija, 2006, Taidealan koulutus ja työmarkkinat, Taiteen keskus-toimikunnan tutkimuskeskuksen julkaisuja, Helsinki

[www.wikipedia.fi](http://www.wikipedia.fi)  
[www.samk.fi](http://www.samk.fi)  
[www.tamk.fi](http://www.tamk.fi)  
[www.aktiivinen.fi](http://www.aktiivinen.fi)  
[www.art360.fi](http://www.art360.fi)  
[www.kiasma.fi](http://www.kiasma.fi)

## Taidelainaamokäsikirja

### Johdanto

Uusia taidelainaamoja on syntymässä lisää näinä aikoina useille paikkakunnille. Tähän taidelainaamon käsikirjaan on kerätty tietoa ja ajatuksia asioista, jotka voisivat auttaa uutta taidelainaamon perustajaa.

Nykypäivänä on helppoa löytää ajankohtaista tietoa internetistä esimerkiksi verotuksesta, palkkatuista, palkanmaksusta ja vakuutuksista, joten tämä käsikirja ei sisällä niistä kovin yksityiskohtaista tietoa, joka vanhentuisi kuitenkin nopeasti. Suurin osa taidelainaamoista aloittaa hyvinkin pienin resurssein, joten tässä pyritään tuomaan esille mahdollisuuksia ja ideoita nimenomaan niitä ajatellen. Taidelainaamot yhdessä taiteilijayhdistysten, taidealan oppilaitosten

sekä kirjastojen kanssa ovat otollisia ryhmiä olemaan mukana luomassa kuvataiteen uusia liiketoimintamalleja, joilla edistetään kuvataiteen roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä. Perinteinen ajattelu ettei taiteilijan uralle ole hyväksi olla esillä ”ihan missä tahansa” on muuttumassa ja taidelainaamotkin voivat kehittää aivan uusia ideoita tavoitellakseen laajempaa asiakaskuntaa.

Taidettavälittävillä lainaamoilla on paljon mahdollisuuksia tarjota monipuolisia palveluita kehittämällä omaa myyntiään ja markkinointiaan sekä tietojärjestelmiään esimerkiksi verkostoitumalla muiden alan toimijoiden kanssa, toimimalla yhteistyössä eri alojen oppilaitosten kanssa ja ulkoistamalla osan omaan toimintaansa kuuluvia tehtäviä. Uudet taidemuodot tarjoavat mahdollisuuksia monipuolistaa ja laajentaa lainaamon palveluita entisestään. Taidelainaaminen on kasvattanut suosiotaan taloudellisen tilanteen matalasuhdanteesta

huolimatta. Valtaosa taiteen ostajista on perinteisesti ollut hyvätuloisia, joille taiteen ostamisessa ei ole suurta kynnystä, mutta taidetta haluavat ostaa myös opiskelijat ja muut pienituloiset, jotka ovat kiinnostuneita taiteesta sekä persoonallisesta ja viihtyisästä ympäristöstä.

Sisustaminen on monille sydäntä lähellä oleva harrastus, johon käytetään paljon aikaa, vaivaa ja rahaa. Taidelainaamolla on hyvät mahdollisuudet tavoitella laajaa asiakaskuntaa ja muun muassa kirjastoissa toimivat lainaamot ovat ihanteellisia paikkoja tähän.

Taidelainaamonimitys on hieman harhaanjohtava koska useimmiten lainatut teokset maksetaan loppuun asti eli lunastetaan itselle, jolloin onkin oikeastaan kyse osamaksulla ostamisesta. Lainausta on kuitenkin turvallinen sana, koska se sisältää mahdollisuuden palauttamisesta, mikä madaltaa kynnystä myönteiseen päätökseen ostotilanteessa.

### Mikä on taidelainaamo?

Taidelainaamo tai toiselta nimeltään artoteekki (lat. artis = taide; kreik. theke = paikka) on paikka, josta voi lainata kuvataidetta kuukausimaksua vastaan. Yleensä teoksia voi myös ostaa lainaamosta kerralla maksettuna tai kuukausierissä.

Taidelainaamo ottaa taiteilijoiden teoksia valikoimaansa joko konkreettisesti tiloihinsa ja/tai kuvina esittelykansioihin tai internet- kuvagalleriaan. Taidelainaamo voi välittää teoksia tilaustoina ja tarjota muita palveluita kuten teosten ja taiteilijoiden esittelyä, konsultointipalvelua ja järjestää myyntitilaisuuksia. Lainaamo tekee taiteilijan kanssa sopimuksen lainaamoon tuoduista teoksista ja välittää hänelle lainoista ja ostoista tulleet rahat. Lainaamo tekee lainaussopimuksen teoksen lainaavan asiakkaan kanssa ja huolehtii, että asiakas maksaa lainaansa

sopimuksen mukaisesti. Lainaamo ottaa (tai ei ota) välityspalkkiota toimintaperiaatteidensa mukaan kattaakseen taidelainaamon kustannuksia. Lainaamo voi toimia myös niin, että taiteilija tekee sopimukset ja huolehtii maksuista suoraan itse.

### Historiaa ja taidelainaamot Suomessa

Taidelainaamotoiminta alkoi Yhdysvalloissa Illinoisissa, jossa perustettiin ensimmäinen taidelainaamo jo 1920-luvulla. Eurooppaan ensimmäiset taidelainaamot syntyivät 1940-luvulla kun berliiniläiset taiteilijat tutustuivat taidelainaamoihin matkoillaan Yhdysvaltoihin ja toivat sieltä idean Eurooppaan. Ensimmäinen taidelainaamo Suomessa perustettiin vuonna 1971 Joensuuhun. Seuraavien vuosikymmenien aikana maahamme syntyi muutamia taidelainaamoja ja 2000-luvulla taidelainaamoja on perustettu useille paikkakunnille.

Taidelainaamoja pitävät Suomessa usein taiteilijayhdistykset joko yksin tai yhdessä useamman yhdistyksen kanssa. Ne toimivat joko taiteilijaseuran tai -yhdistyksen tiloissa, taidegalleriassa, kirjastossa ja/tai internetissä. Muutama lainaamo on yksityinen, osa lainaamoista on vain yhdistyksen jäsentäiteilijoille ja jotkin ovat avoimia kaikille ammattitaiteilijoille.

Suurempien kaupunkien ja isojen yhdistysten lainaamojen kokoelmat ovat suuret ja toiminta vaatii paljon tilaa ja useampia työntekijöitä. Pienempien paikkakuntien lainaamot ovat pienimuotoisempia.

Monta taidelainaamo on Suomessakin perustettu kirjastoihin. Kuvataiteeseen tutustumisen kynnyksen ajatellaan olevan matalammalla kirjastossa kuin esimerkiksi taidegalleriassa ja -museossa. Kirjaston asiakaskunta on myös huomattavasti laajempaa ja kävijämäärät paljon suuremmissa mittakaavoissa.

Joidenkin kirjastojen lyhyet aukioloajat tosin rajoittavat juuri taidelainaamojen potentiaalisimpien asiakkaiden käyntejä.

### Taidelainaamon toiminta

Taidelainaamoista voi vuokrata taideteoksen haluamukseen ajaksi ja ostaa taidetta kerta- tai osamaksulla. Lainattu tai osamaksulla ostettu teos siirtyy asiakkaan omistukseen kun osamaksuja on maksettu niin kauan, että teoksen kokonaismyyntihinta on maksettu kokonaan. Asiakas voi palauttaa lainaamansa teoksen lainaamoon ennen kuin koko hinta on maksettu mutta hänelle ei hyvitetä jo maksettuja eriä. Lainaaminen on yleensä korotonta.

Yleensä asiakas maksaa vähintään ensimmäisen vuokra- tai osamaksuerän sopimuksen teon yhteydessä ja sen jälkeen hän maksaa teoksen hinnan mukaan

määritellyn kuukausierän kerran kuussa. Halutessaan hän voi maksaa teoksen hinnan isommissakin erissä nopeammin täyteen. Sopimuksessa voi olla myös ehto, että jos teosta on pitänyt tietyn määrän kuukausia, sitä ei voi enää palauttaa vaan se on maksettava loppuun asti. Lainausraksumuksen suuruus voi olla kiinteä, esimerkiksi 10 € kuussa tai se voi määräytyä teoshinnan mukaan niin, että maksuaika ei veny liian moneksi vuodeksi.

Lainaamo ottaa taiteilijoiden teoksia lainaamoonsa ja tekee niistä jokaisen taiteilijan kanssa sopimuksen joka sisältää taiteilijan ja teoksen tiedot hintoihin, ehdot provisiosta, vahingonkorvauksista ynnä muusta. Lainaamo tilittää taiteilijalle saadut maksut esimerkiksi kuukausittain ja vähentää toimintaperiaatteensa mukaisen provision.

Taidelainaamot tarjoavat teoksia yksityishenkilöille, yhteisöille ja yrityksille. Lyhyempiäaikaiset tapahtumat

kuten messut, asuntoesittelyt, televisiosarjojen kuvaukset ja teatteriesitykset voivat hyödyntää lainaamoteoksia sisustuksissaan ja lavastuksissaan. Sairaalat, hoitolaitokset ja hoitokodit voivat hankkia vaihdettavissa olevaa, tilaan sopivaa katseltavaa antamaan miellyttäviä kokemuksia potilaille, asukkaille ja työntekijöille, jotka voivat olla myös itse mukana valitsemassa teoksia tiloihin, mikä saattaa olla heille piristävää ohjelmaa arkeen.

Taidelainaamo voi tarjota resurssiensa mukaan myös konsultointipalveluja, taideteos- ja taiteilijaesittelyitä ja -luentoja, teosmyyntitilaisuuksia ja asiakasiltoja ja välittää taiteilijoiden tarjoamia palveluja; esimerkiksi muotokuvamaalauksia ja muita tilaustöitä. Lainaamossa voidaan järjestää taidenäyttelyitä; esimerkiksi kuukauden taiteilijan esittelyitä, jolloin nostetaan esille jonkin tietyn taiteilijan tuotantoa erityisesti ja voidaan järjestää kyseisen taiteilijan tapaamisaikoja ja esittelyitä.

Lainaamo tarjoaa siis taiteilijalle hyvän myynti- ja markkinointikanavan eli toimeentuloa, näkyvyyttä, tunnettua, kontakteja ja uusia mahdollisuuksia. Lainaamo voi myös jakaa tietoa taiteen osto- ja myyntisuhdanteista.

Teoksen lainaaminen lyhyeksikin ajaksi tarjoaa yksityishenkilölle tai sisustussuunnittelijalle mahdollisuuden teosten sovittamiseen, koska teos voidaan palauttaa, jos se ei näytäkään paikan päällä sopivan ajateltuun tilaan tai sitä tarvitaan vain esittelyyn tai muun tilaisuuden ajaksi.

Teos voidaan lainata myös vaikkapa ylioppilasjuhlien tai muiden perhejuhlien ajaksi. Taiteen lainaaminen tai osamaksulla ostaminen tuo taiteen hankkimisen nuorten, opiskelijoiden ja muiden matalatuloisten ulottuville, jotka eivät muuten ehkä juuri voi ostaa taidetta.

## Toimintamalleja

Taiteilija itse voi perustaa oman yksityinen taidelainaamonsa, jossa tarjoaa vain omia töitään. Laskutus- ja kirjanpitoa palvelua voi hankkia esimerkiksi osuuskuntayrittäjiltä, jolloin ei tarvitse toimia itse varsinaisena yrittäjänä.

Taiteilijaseura tai-yhdistys tai muu taiteilijoiden ryhmä tai osuuskunta on perinteinen ja käytännöllinen ryhmittymä perustaa taidelainaamo joko seuran omissa tiloissa jos sellaista on, tai yhteistyössä jonkin muun organisaation kanssa, tai levittäytymällä useammalle taholle, ja/tai toimimalla internetissä.

Toimintaa voidaan pyörittää sekä omin voimin että lisäksi yhteiskunnan tarjoamia palkkatukimahdollisuuksia hyödyntäen. Kaupungin taidegalleria, -museo tai kaupunginkirjasto ovat myös perinteisiä ja hyviä

tahoja perustaa taidelainaamo joko itsenäisesti tai yhteistyössä taiteilijaseurojen kanssa. Yksityiseen taidegalleriaan ja taidekauppaan voidaan perustaa taidelainaamo. Galleristi tai taidekauppias voi valita itse taiteilijat ja teokset lainaamoonsa. Hän ehkä ottaa isomman provision mutta toimii samalla myös taiteilijan managerina.

Oppilaitokset ja niiden kirjastot, jotka voivat hyödyntää verkostojaan, joissa ne voivat hyödyntää jo olemassa olevia tietojärjestelmiään ja tehdä yhteistyötä monien tahojen kanssa; taiteilijaseurojen, kuvataiteilijoiden, opettajien, oppilaiden, muiden alueen oppilaitosten, sijaintialueensa kaupungin kirjastojen, taidemuseoiden, gallerioiden ja yritysten yrittäjien kanssa.

Oppilaitoksen taidelainaamo voi tarjota monenlaisia palveluita, joita voivat olla suunnittelemassa ja toteuttamassa kyseisen laitoksen opiskelijat

esimerkiksi kurssityönä tai opintoihin kuuluvana työharjoitteluna. Myös muiden oppilaitosten opiskelijat voivat olla tekemässä työharjoitteluna tai opinnäytetyönä muita lainaamotyötehtäviä kuten myynti, markkinointi, graafinen suunnittelu, arkistointi- ja tiedonhakupöytäjärjestelmien luominen.

Taidelainaamo voi toimia kokonaan internetissä kokonaan tai muun ohella. Netissä onhappokäyttöisiä ohjelmia nettikaupan perustamiseen jos sivujen teettäminen on lainaamolle liian kallista. Kerta- tai kuukausimaksun lisäksi tulee pankki- ja luottokunnan veloittamat provisiot maksuliikenteestä.

Pieni lainaamo, joka ei halua heti perustaa nettikauppa voisi aluksi luoda pienen teoskuvagallerian johon liitetään tilaus- tai yhteydenottolomake. Asiakas saa sen perusteella laskun, jonka maksettuaan teos toimitetaan hänelle. Kuvagallerioiden perustamiseen

on ilmaisia internet-ohjelmia, mutta niitä ei ole yleensä tarkoitettu kaupalliseen toimintaan. On luettava tarkkaan kuvagalleriaohjelman säännöt ja muistettava myös taiteilijan tekijänoikeudet kuviin. Taidelainaamon teoksia voi olla esillä monissa julkisissa paikoissa: Sairaala, terveyskeskus, kuntoutuskeskus, vanhainkoti, hoitokoti, apteekki, kampaamo, hieroja, muu hoitoyritys, kosmetologi, hotelli, ravintola, baari, pankki, vakuutuslaitos, huonekaluyritys, sisustustavarayritys tai mikä tahansa yritys, jossa on sopivaa valvottua tilaa voi toimia yhteistyössä taidelainaamon kanssa.

Näiden paikkojen odotushuoneet ja muut asiakastilat, kokoustilat, sosiaalilat, työtilat, näyteikkunat, käytävät tai siirrettävät sermit tarjoavat lainaamotoiminnalle seinätilaa ja laajan katsojakunnan. Teosten ohella katsottavana voi olla myös teoskuvamappeja, taiteilijoiden portfolioita ja lainaamon palvelujen esitteitä.



## Työtehtävät lainaamossa

Taidelainaamotyöntekijän ei tarvitse olla kävelevä taiteen tietopankki, joka tietää kaiken taiteesta ja taiteilijoista. Tietenkin on eduksi mitä enemmän hän taiteesta tietää ja ennen kaikkea kuinka kiinnostunut hän siitä on. Tiedonhaku on helppoa jos internet on käytettävissä ja lainaamossa voi olla taiteilijoiden portfolioita nähtävänä.

Myyntihenkisyys ja asiakaspalveluhenkisyys ovat edellytyksiä tässä työssä, mutta kova myyntitykkikään ei tarvitse olla. Liika tyrkyttäminen voi olla vain haitaksi. Rento, luonteva käyttäytyminen ja iloisuus, puheliaisuus sekä avuliaisuus ovat tärkeämpiä ominaisuuksia kuin se, että pystyy selittämään hyvin tarkkaan lainaamoteoksien tekniikoita ja sisältöä. Tekniikkaa voi olla mahdoton edes tietää ja sitä voi olla vaikea selittää. Teosten sisällön tulkinta on aina hyvin henkilökohtaista. Työntekijäresurssit

Osa taidelainaamoista toimii kirjaston tai gallerian yhteydessä ja lainaamotyö sisältyy silloin osaksi muuta työnkuvaa. Isommissa taidelainaamoissa voi olla vakituisia työntekijöitä ja lisäksi määräaikaista työntekijöitä, joiden palkkaamiseen voidaan saada yhteiskunnan tukea. Työntekijöinä voivat olla myös opiskelijatyöharjoittelijat. Pieni yhdistys saattaa toimia täysin vapaaehtoistyönä ja se voi hakea apurahaa työntekijän palkkaamiseen.

Isompaan organisaatioon kuuluvan taidelainaamon, kuten esimerkiksi kirjaston tai oppilaitoksen, laskutus- ja palkanmaksujärjestelmät ja kenties myös valmius teos-, asiakas- ja taiteilijarekisteriinkin ovat jo olemassa tai helposti järjestettävissä, mutta pienemmän lainaamotoimijan on ratkaistava miten hoitaa nämä asiat. Pienessä mittakaavassa toimivan lainaamon rekisterien ylläpito ja laskutuksen seuranta ei välttämättä tietenkään vaadi edes tietokoneohjelmia, jos asiat hoidetaan

järjestelmällisesti ja tarkasti. Laskutus, palkanmaksu ja kirjanpito voidaan myös kokonaan ulkoistaa. Tänä päivänä muun muassa erilaiset osuuskunnat tarjoavat edullisia palveluja pienille yrittäjille ja yhdistyksille.

Ammattikorkeakoulujen opiskelijoilta voi tiedustella kiinnostusta tekemään näyttötutkintotyönään lainaamolle erilaisia projekteja; tietokoneohjelmointi (teos-, asiakas-, ja laskutusohjelmat), logo, graafinen ilme, internet-sivut, myynti- ja markkinointimateriaalia ja kampanjoita tai esimerkiksi työharjoitteluna teosten valokuvaus- ja käsittely sekä internet-kuvagallerian luominen. Verkostoitumalla taidelainaamo pystyy jakamaan resursseja ja työtehtäviä. Pienten lainaamotoimintaa pyörittävien yhdistysten kannattaa etsiä yhteistyökumppaneita toisista yhdistyksistä ja osuuskunnista. Kirjastojen kannattaa verkostoitua toisten kirjastojen kanssa ainakin lähiseudulta ja niin edelleen. Ammattikorkeakoulujen kirjastoilla

on hyvät mahdollisuudet verkostoitua jo olemassa olevien liittoutumiensa myötä ja mahdollisesti käyttää hyväkseen jo olemassa olevia tietojärjestelmiä ja yhteistyötä opiskelijoidensa kanssa.

Taidelainaamo on mitä oivallisin paikka taideopiskelijoille suorittaa työharjoittelua. Varsinaisen valvonnan, myynnin yms. lisäksi työtehtäviä voi olla teosten valokuvaus ja kuvankäsittely, graafinen suunnittelu ja toteutus, tilaustöiden toteuttaminen, valmiiden ”palvelupakettien” ja markkinointikampanjoiden suunnittelu ja niin edelleen. Jos kyseisessä koulussa opiskellaan esimerkiksi valo-, performanssi- tai kalligrafiataidetta niin näitäkin taidemuotoja voidaan tarjota tilaustyönä tai opiskelijat voivat suunnitella valmiita paketteja sisältöineen ja hintoineen. Tilaustyönä performanssi- tai valoesitys juhlanumeroksi tai lempirunon tekstaaminen tauluksi merkkipäiväänsä

viettävälle henkilölle on persoonallinen lahjaidea ja tällaisia palveluita taidelainaamo voi olla myös välittämässä.

Lainaamon hoitaminen osana/lisänä muuta työtä tai palkattomana talkootyönä tai provisiolla. Lainaamotyö voi sisältyä osana tai lisänä muuhun työhön ja/tai lainaamotyö hoidetaan yhdessä monen henkilön kesken kierrättäen ja jakaen.

Lainaamotyön hoito palkattomana talkootyönä tulee kyseeseen pienessä lainaamossa tai yrityksessä joka ei voi palkata työntekijää. Kun lainaamotyö hoidetaan yhdessä monen henkilön kesken kierrättäen ja jakaen työtehtäviä se ei tule liian suureksi taakaksi kenellekään. Lainaamoon voidaan saada ilmaista työvoimaa palkkaamalla esimerkiksi siviilipalvelusmies, alan opiskelija työharjoitteluun, työharjoittelija tai työelämävalmennettava. Kokonaan lainaamon

toimintaa ei kuitenkaan voi antaa tällä tavalla palkatun henkilön vastuulle vaan heidän työskentelyään on aina ohjattava ja on myös huomioitava heidän vapaapäivänsä ja mahdolliset sairaus- tai muut poissaolonsa.

Myös lainaamon mainontaan, markkinointiin ja graafiseen suunnitteluun ja toteutukseen voi ottaa työntekijän vaikka työharjoittelijana. Internetissä on myös erilaisia helppokäyttöisiä automaattisia ohjelmia sivujen luomiseen ja nettikaupan perustamiseen. Taidealan opiskelijalle työharjoittelu taidelainaamossa antaa erittäin hyödyllistä käytännön kokemusta monin eri tavoin. Taiteensa myyminen ja asiakkaan kohtaaminen on taiteilijalle usein hieman vaikeata ja on siis erittäin hyödyllistä harjoitella sitä jo opiskeluaikana. Taiteen myyntityö taidelainaamossa voi antaa kuvataiteilijalle uusia kontakteja ja avartaa hänen käsityksiään taiteen myynnistä ja sen ostajista. Muidenkin kuin omatekemän taiteen myyminen

on taiteilijalle rennompaa ja asiantuntijana taiteilija pystyy kuitenkin kertomaan teoksista asiakkaille paljonkin ja kun teokset ovat jo valmiiksi hinnoiteltuja joten myyntitilanteet eivät ole niin hankalia senkään puolesta. Myös myynnin ja markkinoinnin opiskelijalle taidelainaamo on mielenkiintoinen ja mahdollisesti ideoita herättävä työpaikka.

Työharjoittelun tavoitteena on perehdyttää opiskelija ohjatusti erityisesti ammattiopintojen kannalta keskeisiin käytännön työtehtäviin sekä tietojen ja taitojen soveltamiseen työelämässä. Harjoittelun tavoitteet, sisältö, toteutus ja arviointi on määritelty koulutusohjelmittain.

Paikan sopivuus hyväksytetään opettajalla ennen harjoittelun alkua. Ohjausta antavat harjoittelupaikan nimeämä ohjaaja ja toimipisteen nimeämä opettaja. Harjoittelun lopullisen hyväksymisen päättää

harjoittelua ohjaava opettaja. Opiskelijoilla on oikeus opintotukeen, joka koostuu opintorahasta, asumislisästä ja opintolainan valtiontakauksesta. Aikuisopiskelija voi rahoittaa opintonsa opintotuella tai aikuiskoulutustuella.

Siviilipalveluksen pituus on noin 12 kuukautta. Siviilipalvelus koostuu noin kuukauden pituisesta koulutusjaksosta sekä noin 11 kuukauden mittaisesta työpalvelusta. Koulutusjakso suoritetaan siviilipalveluskeskuksessa, joka tällä hetkellä sijaitsee Lapinjärvellä.

Koulutusjaksolla on kolme vaihtoehtoista suuntautumisvaihtoehtoa: pelastustoimi ja väestönsuojelu, ympäristön ja kulttuuriomaisuuden suojelu sekä yleissivistys ja kansalaisvalmiudet. Palveluspaikaksi ei kelpaa voitto tavoitteleva yritys ja sen tulee solmia sopimus työministeriön kanssa.

Oppisopimuskoulutuksen avulla työnantaja voi saada ammattilaisen suoraan tarvitsemiinsa tehtäviin. Oppisopimuskoulutus soveltuu ammatilliseen perus- ja lisäkoulutukseen. Oppisopimus on määräaikainen työ sopimus, joka sitoo opiskelijaa, työnantajaa, oppilaitosta ja koulutuksen järjestäjää. Työnantaja maksaa opiskelijalle työehtosopimuksen mukaisen palkan.

Mikäli oppisopimuskoulutukseen otetaan työtön henkilö, voi työnantaja saada työ- ja elinkeinotoimistosta haettavaa palkkatukea. Oppisopimuksen ajan työnantaja tarjoaa opiskelijalle ammatin/tutkinnon edellyttämiä työtehtäviä ja sitoutuu järjestämään työt niin, että opiskelija voi osallistua oppilaitoksen lähipäiviin. Oppisopimustoimistot ja -keskukset neuvovat muun muassa sopimuksen solmimiseen ja käytännön järjestelyihin liittyvissä asioissa. Työelämävalmennus/työharjoittelu antaa työnantajalle

mahdollisuuden kouluttaa työntekijä työhön. Lisäksi se antaa tilaisuuden selvittää, soveltuuko harjoittelijan osaaminen ja taidot yrityksen tarpeisiin. Harjoittelun päivittäinen kesto voi olla tällä hetkellä olla neljästä kahdeksaan tuntia ja viikoittainen kesto enintään 5 päivää. Työnantajalla ei ole palkanmaksuvelvoitetta mutta hän sitoutuu siihen, että se osallistuu harjoittelijan ammattitaidon ja osaamisen sekä niiden kehittymisen arviointiin työvoimatoimiston kanssa sovittavalla tavalla.

Työnantaja valvoo ja opastaa harjoittelijaa niin, että harjoittelulle asetetut tavoitteet toteutuvat. Työministeriö on järjestänyt työharjoittelijoille ja työelämävalmennuksessa oleville ryhmävastuuvakuutuksen. Työnantaja täyttää yhdessä työharjoittelijan kanssa sopimuksen työharjoittelusta sekä hakemuksen ylläpitokorvauksesta harjoittelun ajaksi. Kyseiset lomakkeet saa työvoimatoimistosta tai lomake.fi:stä. Sopimuksen allekirjoittavat työnantaja,

työharjoittelija sekä työvoimatoimisto. Apurahalla palkkaamiseen erilaisia apurahoja myöntävät muun muassa Suomen kulttuurirahasto, maakuntarahastot, kulttuuria tukevat säätiöt ja kaupunkien/kuntien kulttuuritoimet.

Työ- ja elinkeinotoimisto voi myöntää työnantajalle palkkatukea työttömän työnhakijan työllistämiseen. Palkkatukea voidaan myöntää työ sopimussuhteessa tehtävään työhön tai oppisopimuskoulutukseen. Sitä voivat saada kunnat, yritykset ja muut yksityisen sektorin työnantajat, mm. yhdistykset, säätiöt ja kotitaloudet sekä sosiaaliset yritykset.

Palkkauskustannuksilla tarkoitetaan työntekijälle maksettavaa palkkaa ennen vakuutetun lakisääteisten maksujen ja verojen pidätystä ja sen lisäksi työnantajan lakisääteistä sosiaaliturva-, työeläkevakuutus-, tapaturmavakuutus- ja työttömyysvakuutusmaksua

sekä pakollista ryhmähenkivakuutusmaksua. Palkkatuki muodostuu perustuesta ja lisäosasta, joita voidaan myöntää työnantajalle palkkauskustannuksiin. Palkkatuen perustuella tarkoitetaan tukea, joka on työttömyysturvalaissa tarkoitetun peruspäivärahan suuruinen/päivä. Korkeimmalla korotetulla palkkatuella tarkoitetaan vaikeasti työllistyvän työllistämiseksi myönnettävää tukea, joka on palkkatuen perustuki korotettuna lisäosalla, jonka määrä on enintään 90 prosenttia perustuen määrästä.

Pitkäaikaistyöttömällä tarkoitetaan työtöntä työnhakijaa, joka on ollut yhtäjaksoisesti 12 kuukautta työttömänä työnhakijana sekä työtöntä työnhakijaa, joka on ollut useammassa työttömyysjaksossa yhteensä vähintään 12 kuukautta työttömänä työnhakijana ja joka työttömyyden toistuvuuden ja kokonaiskeston perusteella on rinnastettavissa yhtäjaksoisesti 12 kuukautta työttömänä olleeseen työnhakijaan.

Korkeinta korotettua palkkatukea voidaan myöntää mm. vaikeasti työllistyville.

Vaikeasti työllistyvällä tarkoitetaan työtöntä työnhakijaa, joka on saanut työmarkkinatukea työttömyytensä perusteella vähintään 500 päivältä tai 500 päivää työttömyyspäivärahaa, ja jotka ovat tuella palkattaessa työmarkkinatukeen oikeutettuja. Vajaakuntoisella tarkoitetaan henkilöä, jonka mahdollisuudet saada sopivaa työtä, säilyttää työ tai edetä työssä ovat huomattavasti vähentyneet asianmukaisesti todetun vamman, sairauden tai vajavuuden takia

Työllistämistukea voidaan myöntää myös oppi-sopimuskoulutukseen. Työnantajalle myönnettävällä työolosuhteiden järjestelytuella voidaan tukea vajaakuntoisen työntekijän työssä pysymistä tai helpottaa vajaakuntoisen työnhakijan rekrytointia. Tukihakemuksia saa myös työvoimatoimistosta.

Tukihakemus ja paperit, jotka toimitettava työvoimatoimistolle: hakemus, samalla hakemuksella haetaan perus- ja lisäosaa, alle 3 kuukautta vanha verovelkatodistus, alle 3 kuukautta vanha yhdistysrekisteriote kaupparekisteristä tai maistraatti. (Tarkista tietojen ajantasaisuus ja tarkemmat tiedot: [www.mol.fi](http://www.mol.fi))

### Teosten säilytys

Teoksia on oltava sopiva määrä suhteessa tiloihin. Jos teoksia on liikaa, niitä on hankala katsoa ja selata läpi sekä säilyttää vahingoittumattomana. Kannattaa siis miettiä pitääkö heti alussa rajata yksittäisen taiteilijan tuomien teosten määrää ja sitä kuinka kauan hän voi pitää samaa teosta lainaamossa. Nämä asiat voi sisällyttää taiteilijan kanssa tehtävään lainaamosopimukseen.

Jos teoksia on lainaamossa paljon, apuna on hyvä olla helppokäyttöinen tietokantapohjainen teoshaku- ja arkistointijärjestelmä jossa hakukriteereinä voi antaa esimerkiksi tekniikan, koon, aiheen, yleisvärityksen, kehystystavan ja/tai taiteilijan nimen ja näiden avulla löytyy sopivia teoksia ja tiedetään niiden sijainti. Helpoiten kaupaksi menevät usein ne teokset jotka ovat esillä, joten on hyvä jos on ripustus/esittelytilaa. Esillä olevia teoksia kannattaa vaihdella usein, koska se antaa asiakkaalle mielenkiintoa käydä lainaamossa useammin ja antaa sekä asiakkaille että taiteilijoille kuvan teosten nopeasta vaihtuvuudesta. Tilan valaistukseen tulee kiinnittää huomiota siihen, että se on riittävä ja oikeansävyinen. Valikoima voi olla monipuolinen edustaen eri taiteilijoita, tekniikoita ja teoskokoja tai lainaamo voi erikoistua johonkin tiettyihin taiteilijoihin, tekniikoihin tai palveluihin. Kun lainaamoja alkaa olla useampia samalla seudulla, lainaamo voi miettiä miten se erottuisi muista. Taidelainaamon

kokoelmassa on perinteisesti maalauksia, grafiikkaa, piirustuksia, valokuvataidetta, veistoksia ja erilaisia kollaasi- ja sekatekniikkatöitä. Myynnissä voi olla myös kehystämättömiä grafiikan vedoksia ja piirustuksia, mutta niitä ei voida antaa vuokralle koska niiden säilyminen kehystämättä vahingoittumattomina on epävarmaa. Vedoksia voidaan kuitenkin myydä osamaksulla samansuuruisilla kuukausimaksuilla kuin kehystettyjä teoksiakin.

Menekki on suurinta pienillä ja keskikokoisilla teoksilla, mutta tällä hetkellä kysyntää on paljon myös suurempikokoisille teoksille. Mikään ei estä lisäämästä valikoimaan esimerkiksi video- ja valotaidetta, kalligrafiaa ja performansseja. Kaikkea tätä voidaan tarjota myös tilaustyönä asiakkaan tarpeisiin sovellettuina. Taidelainaamot voivat tehdä yhteistyötä taiteilijoiden, taiteilijaseurojen -yhdistysten ja alan oppilaitosten kanssa. Taidelainaamon oheismyynnissä

voi olla tarjolla postikortteja, katalogeja, kirjoja ja taiteilijoiden valmistamia sekä taiteilijaseuran- tai yhdistyksen julkaisuja ja tuotteita.

Lainaamossa voi pitää esillä esittelykansioita teoksista, joita säilytetään varastossa tai muualla tai taiteilijalla itsellään. Tämä on käytännöllistä varsinkin isojen teosten kohdalla. Toinen vaihtoehto on tietokonepääte, jolla voi katsella teoksia hakemistosta ja etsiä vaikka hakusanoilla sopivia vaihtoehtoja.

Asiakasta kiinnostava teos voidaan sitten tarvittaessa tuoda asiakkaalle nähtäväksi tai asiakas voi mennä taiteilijan luo tai muualle sitä katsomaan. Tällainen tietokonepääteitarvitsehuippuominaisuuksiajotensen voi hankkia edullisesti vaikkakierrätyskoneitavälittävästä tietokone-liikkeestä tai yksityiseltä tietokoneasentajalta. On eduksi, jos taidelainaamo voi toteuttaa internetiin ajan tasalla olevan kuvagallerian lainaamoteoksista,

koska monet asiakkaat mielellään tutkivat valikoimaa jo etukäteen ja tällöin teoshakuohjelma on suureksi avuksi varsinkin jos valikoima on suuri. Taiteilijan suostumus hänen teoksensa laittaminen julkiseen galleriaan on pyydettävä ja sen voi sisällyttää sopimukseen. Teoshakuohjelman voi toteuttaa ohjelmointiyritys tai alan opiskelija.

Teoksia tulee käsitellä varovaisesti. Sormissa on aina hieman rasvaa, josta jää jälkiä joten on hyvä käyttää puhtaita puuvillaisia suojakäsineitä kun teoksiin koskee. Tilassa, jossa teoksia säilytetään ei saa olla kosteutta eikä suurta kosteuden tai lämpötilan vaihtelua. Teosta ei myöskään saa säilyttää pitkiä aikoja suorassa päivänvalossa. Tilassa ei saisi olla lähellä vaarana vesijohtoja, jotka saattavat vuotaa tai mitään muuta sellaista, joka voi jostain syystä pudota teosten päälle ja vahingoittaa niitä. Teokset on suojattava erityisen hyvin, jos tilassa tai sen yhteydessä olevissa tiloissa

tehdään kunnostustöitä, jotta edes hienonhieno pöly ei takerru teoksiin. Lattioiden ym. siivouksessa tulee myös olla hyvin varovainen, etteivät teokset vaurioidu. Jos tauluja sijoitetaan esimerkiksi seinää vasten nojaamaan lattialle, ne helposti kolhiintuvat ja kastuvat lattioiden siivouksen yhteydessä.

Kehykset naarmuuntuvat usein helposti varsinkin, jos niitä säilytetään vastakkain, joten teosten väleihin on syytä laittaa jotain suojamateriaalia, jos ne nojaavat toisiinsa. On oltava varovainen, ettei suojamateriaali ole sellaista, että siitä voi olla haittaa sen koskettaessa teoksen pintaa. Muovi voi joskus tarttua ja jättää kuvioita, hapollinen suojapaperi voi aiheuttaa reaktioita teoksen pintaan ja niin edelleen. Kehystämättömät grafiikan vedokset kannattaa säilyttää läpinäkyvässä pakkauksessa tukevan taustapahvin kanssa. Kehystetyt teokset on oltava kehystetty asiallisesti. Vaihtokehyksessä oleva teos saattaa antaa halvan

vaikutelman. Teoksen pinta ei saisi koskaan olla suoraan kehyksen lasissa kiinni. Teosten ripustuskoukkujen rautalankojen ja muiden kiinnikkeiden on oltava asiallisia ja kestäviä. Lainaamotyöntekijän on tarkistettava teosta vastaanottaessaan, että sen ripustus- ja kehystys- ja tarvittaessa säilytys- ja kuljetustarvikkeet ovat asialliset ja tarvittaessa taiteilijoita on ohjattava huolehtimaan siitä, että ne ovat kunnossa jo teoksen lainaamoon tullessa.

Teoksiin kiinnitettävien teostietolappujen kanssa on oltava varovainen, ettei kiinnitä niitä sellaiseen paikkaan johon saattaa jäädä teipin liimasta tai muusta kiinnitysaineesta pysyvä jälki. Lainaamoon on varattava sopivaa pakkausmateriaalia, jotta asiakas saa kuljetettua teoksen vahingoittumattomana. Teostietojen, asiakas- ja lainaustietojen ylläpitoon voidaan käyttää tietokoneohjelmaa jossa voi olla myös taiteilijarekisteri. Tarjolla on valmiita ohjelmia pienillekin

yrittäjille tai asiakkaalle räätälöity ohjelma voidaan ostaa tai teettää alan opiskelijalla. Ohjelmalla voidaan seurata muun muassa asiakkaiden laskujen eräpäiviä. Laskutus voidaan myös kokonaan ulkoistaa. Kun lainaamo perustetaan esimerkiksi kirjastoon tai oppilaitokseen, voidaan mahdollisesti käyttää jo olemassa olevia ohjelmia ja järjestelmiä.

Arvonlisävero on kulutusvero, jonka lopullinen kuluttaja maksaa ostamiensa tuotteiden hinnassa. Tuotteen hinnassa on vain sen verokannan mukainen määrä arvonlisäveroa. Myyjä lisää arvonlisäveron verottomaan myyntihintaansa ja perii sen ostajalta. Verovelvolliset myyjät tilittävät arvonlisäveroa kukin omasta ”arvonlisästä” eli verollisten myynti- ja ostohintojen erotuksesta. Näin ostajan maksama vero kertyy valtiolle jakeluketjun eri portaiden kautta. Vero ei kertaannu tuotteen hinnassa vähennysoikeuden ansiosta. Osa taiteilijoista on arvonlisäverollisia ja

osa ei. Taide-esineiden myyntiin sovelletaan 8 %:n verokantaa silloin, kun taide-esineen verovelvollisena myyjänä on taide-esineen tekijä eli taiteilija itse tai hänen oikeudenomistajansa eli tässä tapauksessa taidelainaamo. Taide-esineen verolliseen jälleenmyyntiin ja taide-esineen välityspalvelun myyntiin sovelletaan 22 %:n verokantaa.

Tavaroiden ja palvelujen myynti on yleensä arvonlisäverollista. Arvonlisäverovelvollisia ovat kaikki, jotka liiketoiminnan muodossa harjoittavat tavaroiden tai palveluiden myyntiä. Yrittäjä tilittää myynnin yhteydessä keräämänsä arvonlisäverot valtiolle maksamalla ne kuukausittain myyntiä seuraavan toisen kuukauden 12. päivään mennessä veroviraston tilille. Jos yrityksen liikevaihto tilikaudessa jää alle 8 500 euron, sen ei tarvitse ilmoittautua arvonlisäverovelvolliseksi. Taide-esineen myynnin arvonlisävero-kohtelu riippuu siitä, onko kysymyksessä taide-esineen myynti myyjän

omissa nimissä ja omaan lukuun, välitys toisen nimissä ja lukuun vai myynti omissa nimissä toisen lukuun (=komissiokauppa). Tulkintatilanteessa ratkaisevana pidetään sitä, millaisen sopimuksen jälleenmyyjä ja päämies (esim. taide-esineen omistaja tai tekijä) ovat keskenään tehneet. Välitystoiminnalla tarkoitetaan toimintaa, jossa välittäjä myy tavaroita ja palveluja toisen nimissä ja lukuun.

Välittäjä ei esiinny asiakkaaseen nähden myyjänä, vaan hän toimii selkeästi päämiehensä nimissä tämän asiamiehenä tai edustajana. Välittäjä ei osta välitettäviä tavaroita ja palveluja itselleen. Toimeksiantosopimuksen merkitys korostuu toiminnan luonteen arvioinnissa. Taide-esineen ensimyyntissä myyjänä on tällöin taide-esineen tekijä. Myynti asiakkaalle tapahtuu 8 %:n verokannalla, jos myyjänä oleva kuvataiteilija on arvonlisäverovelvollinen. Jos kuvataiteilija ei ole arvonlisäverovelvollinen, myynti on veroton.

Välittäjä myy kuvataiteilijalle/päämiehelle välityspalvelun. Välittäjä suorittaa arvonlisäveron välityspalkkiostaan. Vaikka välittäjä voi periä kuvataiteilijan puolesta taide-esineen myyntihinnan asiakkaalta ja tilittää sen päämiehelle, kyse ei ole välittäjän omasta myynnistä.

Arvonlisäverotukseen liittyvissä kysymyksissä neuvoo Verohallinnon valtakunnallinen palvelunumero 020 697 014 (pvm/mpm). Tietoa saat myös Verohallinnon toimipisteistä ja Verohallinnon Internet-sivuilta osoitteesta [www.vero.fi](http://www.vero.fi). (Lähde: Verohallinnon sivut)

Kaikki yritykset ja yhdistykset ovat kirjanpitovelvollisia. Niiden on pidettävä kahdenkertaista kirjanpitoa ja noudatettava hyvää kirjanpitoa. Kirjanpitoon merkitään tulot, menot ja rahoitustapahtumat. Tositteet, rekisteröidään niiden tiedot tietyn menetelmän mukaan ja saadaan tulokseksi laskelmat yrityksen taloudesta. Kirjanpidon kokonaisuus muodostuu tuotoista,

kuluista, omaisuudesta, omista varoista ja veloista. Tarjolla on valmiita ohjelmia pienenkin yrittäjän tai yhdistyksen kirjanpitoon ja jäsenrekisterin ylläpitoon. Lisää tietoa kirjanpitolaista löytyy esimerkiksi: [www.finlex.fi/fi](http://www.finlex.fi/fi)

Vuokratessaan teoksen asiakas tekee ja allekirjoittaa vuokra/osamaksusopimuksen lainaamon kanssa, joka tilittää kuukausierät taiteilijalle. Lainaamo aiemmin tehnyt teoksesta taiteilijan kanssa lainaamosopimuksen, jossa määritellään teoksen hinta, lainaamon ottama provisio ja muut ehdot. Kun asiakas voi palauttaa vuokraamansa teoksen lainaamoon, jolloin tutkitaan, että se on samassa kunnossa kuin lainatessa.

Sopimukseen voi sisällyttää tietoja vastuista ja vakuutuksista. Sopimus voi olla määräaikainen, jonka rauettua taiteilijan on noudettava teoksensa pois lainaamosta ja halutessaan tuotava uusia tilalle.

Sopimukset ja esitteet on hyvä olla myös ainakin englanninkielisinä. Sopimusmalleja löytyy mm. [www.art360.fi](http://www.art360.fi) sivuilta

Taidelainaamotilan vakuutukset kannattaa tutkia tarkkaan ja miettiä onko mahdollisesti jo olemassa oleva vakuutus riittävä vai pitääkö siihen tehdä muutoksia. Taiteilijan kanssa tehtävässä sopimuksessa voidaan tarkentaa kuka on vastuussa ja korvaa, jos teos vahingoittuu lainaamossa tai asiakkaalla tai teos katoaa lainaamosta. Asiakkaan kanssa tehtävään lainaussopimukseen voi kirjata myös ehtoja teoksen korvausvelvollisuudesta.

Lainaamon ja taiteilijan kanssa tehtävään sopimukseen voi sisällyttää esimerkiksi seuraavat asiat: Lainaamon yhteystiedot. Taiteilijan henkilö- ja yhteystiedot, pankkitilin numero ja y-tunnus, jos hän on alv-verollinen. Lainaamoon tuotavan teoksen nimi, tekniikka,

koko, vuosi, vedosnumero ja muita mahdollisia tietoja esimerkiksi onko teos kehystetty tai ohjeita säilytykseen ja ripustukseen. Teoksen kokonaishinta ja arvonlisäveron osuus, kuukausimaksun suuruus. Tietoja vastuista ja vakuutuksista vahinko- ja varkaustapauksissa, maksujen tilityksistä jne. Taiteilijan suostumus siihen, että teosta esitellään lainaamotilojen ulkopuolella. Taiteilijan suostumus siihen, että teoksen kuva laitetaan internet-sivuille julkisesti nähtäväksi. Päiväys, paikka ja taiteilijan ja lainaamon edustajan allekirjoitus.

Lainaamon ja lainausasiakkaan kanssa tehtävään sopimukseen voi sisällyttää esimerkiksi seuraavat asiat: Lainaamon yhteystiedot. Asiakkaan henkilö- ja yhteystiedot, henkilöllisyystunnus, joka tarkistetaan. Lainattavan/osamaksulla ostettavan teoksen nimi, tekniikka, koko, vuosi, vedosnumero ja muita mahdollisia tietoja esimerkiksi onko teos kehystetty,

muuta yksilöintitietoja. Ohjeita säilytykseen ja ripustukseen. Teoksen kokonaishinta ja arvonlisäveron osuus. Paljonko asiakas maksaa ensimmäisenä eränä heti ja arvonlisäveron osuus siinä. Kuukausimaksun suuruus ja arvonlisäveron osuus, erien eräpäivä, viimeinen eräpäivä. Pankin viitenumero. Tietoja vastuista ja vakuutuksista vahinko- ja varkaustapauksissa, maksuista, maksamatta jättämisistä, viivästyskorosta jne. Päiväys, paikka, lainaajan ja lainaamon edustajan allekirjoitus.

### Mainonta, markkinointi ja tiedotus

Miten saada huomiota, miten saada ihmiset lainaamoon, miten saada uusia asiakkaita ja miten erottua muista lainaamoista ovat kysymyksiä, joita kannattaa miettiä ja mahdollisuuksien mukaan käyttää ulkopuolisia, markkinointiin perehtyneitä työntekijöitä. Mainostaminen on pienelle yrittäjälle kallista, joten se



mihin on varaa, kannattaa toteuttaa hyvin. Pieni tai huonosti toteutettu mainos hukkuu muiden joukkoon.

Parasta ja ilmaista mainosta on juttu esimerkiksi paikallislehdessä tai -radiossa, joten tiedotusvälineisiin kannattaa pitää yhteyttä varsinkin silloin kun jotain erikoista on pian tapahtumassa, tai on muuta mielenkiintoista kerrottavaa. Joitain tapahtumaa kannattaa siis järjestää ainakin silloin tällöin. Myös valmiiksi kirjoitettuja juttuja voi kokeilla tarjota. Lehdelle voisi tarjota juttuja taidelainaamon taiteilijoista, taidelainaamon työntekijöistä, taidelainaamisesta yleensä, taidelainaamon vakioasiakkaista ja niin edelleen.

Mainosten graafiseen suunnitteluun kannattaa panostaa, että mainokset ja esitteet erottivat edukseen. On hyvä muistaa, että mainos on eri asia kuin tiedote. Mainosmateriaalin on oltava mielellään värikästä,

näyttävää, erottuvaa –ja lyhytsanaista. Niissä ei tarvitse selittää koko lainaamon toimintaa ja sopimuksien yksityiskohtia, vaan tärkeintä on saada mielenkiinto heräämään. Graafisen alan ja myynnin opiskelijat voivat toteuttaa materiaalia ja myyntitempauksia esimerkiksi työharjoitteluna tai opinnäytetyönä.

On erittäin hyvä, jos lainaamolle voidaan toteuttaa yhtenäinen graafinen ilme, joka toistuu kaikessa mainonnassa, tiedotteissa, sopimuksissa ja nettisivuilla. Raikas ja nuorekas, mutta tyylikäs tyyli, hauskoja iskulauseita, mielenkiintoisia esimerkkejä lainaamon teoksista, mutta ei liikaa kaikkea. Esitteitä ja mainoksia voi jakaa tai olla jaossa erilaisissa paikoissa ja tapahtumissa. Yhteistyö muiden yhdistysten, seurojen, osuuskuntien, yrittäjien ja taiteilijoiden, opiskelijoiden tapahtumien, projektien kanssa kannattaa aina. Mainoksia voi tarjota esimerkiksi huonekaluliikkeisiin, sisustusliikkeisiin, rautakauppoihin

ja asuntomessuille. Voisi miettiä mitä sellaisia yrityksiä sijaitsee taidelainaamon lähellä, joiden kanssa voisi yhdistää voimia myynnissä ja markkinoinnissa. Ehkä lainaamorakennuksessa tai lähialueella on jotain, jota voisi hyödyntää markkinoinnissa? Jos esimerkiksi rakennus tai alue on vanha, siinä saattaa olla mielenkiintoista historiaa, jolla ihmisiä voidaan houkuttaa tulemaan tutustumaan paikkaan/alueeseen.

Lainaamo voisi kysellä, mitä ideoita itse taiteilijoilla voisi olla tekemään taidelainaamo – ja samalla omaa taidettaan tunnetuksi. Taiteilijat ovat usein hyvin monipuolisia ja osaavat tehdä paljon muutakin kuin kuvataidetta. Sen sijaan tai sen ohella, että he esittelevät taidettaan, he voivat esitellä ja tehdä muitakin; vaikkapa lausua runoja, puhua joogan terveysvaikutuksista tai neuvoa tekemään persoonallisempia käsitöitä. Jos samalla seudulla alkaa olla jo useita taidelainaamoja, joiden valikoima on laaja voi jo miettiä, jos kannattaa

erikoistua jollain tavalla erottuakseen muista. Jokin galleria/taidelainaamo tarjoaakin jo esimerkiksi vain nykytaidetta tai pelkkää grafiikkaa. Taidelainaamo voi myös yhdistää toimintansa jonkun aivan muun alan yrittäjän kanssa.

### Taidelainaamojen esittelyä

#### Tampereen taidelainaamo

Tampereen taidelainaamo perustettiin vuonna 2000. Se toimii Taidekeskus Mäntinrannassa, joka on Tampereen taiteilijaseuran toimintakeskus. Se sijaitsee Finlaysonin alueen laitamilla, keskustan tuntumassa. Alue tuo omat etunsa, koska siellä on ravintoloita, käsityöläisiä, taidegallerioita, museoita, taidekoulu ja se on historiallista ympäristöä, mutta koska lainaamo ei ole ydinkeskustassa ihmisvirtojen luona, on markkinointiin kiinnitettävä huomiota. Taidekeskuksessa on myös

kaksi galleriaa. Näyttelyvieraat voivat samalla tutustua lainaamoon ja päin vastoin. Taidekeskuksessa sijaitsee myös taiteilijoille tarkoitettuja yhteistyöpajatiloja, jossa järjestetään myös kursseja harrastajille. Lainaamossa on yhteensä n. 700 teosta runsaalta 110 taiteilijalta, jotka kuuluvat Tampereen taiteilijaseuraan.

Lainaamon työtehtävät jakaantuvat useammalle henkilölle jotka tekevät lainaamoon liittyviä töitä osa-aikaisesti. Toiminnanjohtaja hoitaa rahaliikenteen, näyttelysihteeri konsultoinnit ja tietokannan ylläpidon, vahtimestari ja 3 työllistettyä asiakaspalvelua, taidelainaamo-koordinaattori pr:ää, markkinointia ja asiakaspalvelua. Myös manageri osallistuu taidelainaamon markkinoinnin kehittämiseen silloin, kun se liittyy yritys yhteistyöhön. Tampereen taidelainaamolla on omat nettisivut, jonka kautta asiakkaat voivat tutustua lainaamon teoksiin. Lainaamo osallistuu kesäisin Taidetorille, joka on Kukkaisviikkojen

aikana järjestettävä tapahtuma ja lainaamo esitellään myös Keräily-messuilla, jotka järjestetään kaksi kertaa vuodessa. Yhdessä Helsingin ja Oulun taidelainaamoiden sekä Taidemaalariliiton kanssa on kehitteillä verkkokauppa.

Lainaamo mainostaa itseään ilmoituksilla paikallisissa lehdissä ja se on saanut pari puffijuttuja läpi paikallisiin medioihin. Keräily-messujen lisäksi se on ollut Habitare-messuilla yhdessä Helsingin taidelainaamon, Oulun taidelainaamon ja Taidemaalariliiton kanssa (ART360-hanke). Lainaamolla on oma pieni esite.

Joulun alla järjestetään teosvälitystilaisuus, jossa suurin osa teoksista on mahdollista saada myös taidelainaamon ehdoin. Lainaamo löytyy taidelainaamot.fi -sivustolta ja Taidekeskus Mäntinrannan Facebook-sivustoa käytetään hyväksi. Nettisivu: <http://www.tampereen-aidelainaamo.fi>

### Järvenpään taidelainaamo Taikka

Järvenpään taidelainaamo Taikka aloitti toimintansa toukokuussa vuonna 2008. Se toimii kaupungilta vuokratuissa tiloissa, 1920-luvulla rakennetun talon alakerrassa, jossa on kaksi huonetta sekä sosiaalityttilat. Lainaamo on kahden osakkaan osakeyhtiö, jota hoitavat osakkaat puoliksi. He ovat itse kuvataiteilijoita, jotka toimivat Järvenpään taideseurassa.

Osakkaat tekevät itse kaikki työt ja joskus saadaan tuuraaia. Lainaamolla on nettisivut, mutta siellä ei ole vielä teoksia nähtävänä. Suunnitteilla on saada teoksia nettiin näkyville ja lainaamoon on tulossa lisää taiteilijoita ja heidän teoksiaan. Tällä hetkellä lainaamossa on noin 700 teosta 50 taiteilijalta. Lainaamossa on käytössä laskutusohjelma, joka on muokattu valmiina ostetusta. Lainaamo mainostaa itseään sähköpostilistalla oleville tapahtumista, flyereitä jaetaan silloin tällöin ja lehteen

on saatu juttuja. Nettisivu: <http://www.taikka.fi/>

Taidelainaamokäsikirja löytyy kokonaisuudessaan osoitteesta [www.art360.fi](http://www.art360.fi)

Teija Hakala

1 000 000

Hyvätkään asiat eivät välttämättä lähde liikkeelle ilman asiantuntevia [rahoittajia](#). ART360-projektilla oli onni saada asiaan uskovia rahoittajia tukemaan toimintaa. Opetus- ja kulttuuriministeriön luovien alojen yritystoiminnan kasvun ja kansainvälistymisen kehittämisohjelman ESR-rahoituksen, Helsingin, Oulun, Tampereen, Porin ja Kankaanpään kaupunkien sekä Pohjois-Satakunnan Kehittämiskeskuksen ja Hämeen ELY-keskuksen luomin edellytyksin oli ilo toteuttaa projektia.

## Hankkeen taustoja

**ART360 ON VALTAKUNNALLINEN KUVATAIDEHANKE**, jonka tavoitteena oli lisätä kuvataiteen toimijoiden käytännönläheistä managerointi- ja liiketoimintaosaamista.

Hankkeen toimijat pyrkivät luomaan valtakunnallisen yhteistyöverkoston kuvataidealalle. Verkoston tavoitteena oli luoda uusia liiketoimintamalleja, joilla edistetään kuvataiteen roolia yhteiskunnan eri alojen kehittäjänä.

Alueelliset toimijat toteuttavat uusia liiketoimintamalleja ja siirtävät osaamisen ja hyvät käytänteet kuvataidealan käyttöön. Verkoston yhteisenä ympäristönä toimii edelleen kuvataiteen sähköistä liiketoimintaa tukeva verkkopalvelu [www.art360.fi](http://www.art360.fi).

Hanketta koordinoi Satakunnan ammattikorkeakoulu. Hankkeen osatoteuttajia ovat AV-arkki ry, Helsingin Taiteilijaseura ry, Kuvasto ry, Oulun Taiteilijaseura -63 ry, PROTO ry, Suomen Taiteilijaseura, Taidemaalariliitto ja Tampereen Taiteilijaseura ry.

Hanketta rahoittivat Euroopan Sosiaalirahasto, Hämeen ELY-keskus sekä Helsingin, Kankaanpään, Oulun, Porin ja Tampereen kaupungit sekä Pohjois-Satakunnan Kehittämiskeskus Oy.

ART360-hankkeen yhteistyökumppanina on Ars Libera (Kuopio), jonka painopistealueena oli toimiva ja itsenäinen Taiteen aluekeskus. Kuopion hanketta rahoittavat Euroopan Sosiaalirahasto, Itä-Suomen lääninhallitus ja Kuopion kaupunki.



## Hankkeen osatoteuttajat ja painopistealueet

Satakunnan ammattikorkeakoulu • Projektin johtaminen ja hallinnointi, kehittämiskeskusyhteistyö ja verkko-oppiminen

Tampereen Taiteilijaseura ry • Yritysyhteistyö ja liiketoimintaosaaminen

Oulun Taiteilijaseura -63 ry ja PROTO ry • Kuvataiteen palvelujen tuotteistaminen ja kansainvälistäminen

Suomen Taiteilijaseura • Verkkomatrikkelin kehittäminen ja sopimuskäytänteet

Kuvasto • Kuvan digitaalinen käyttö ja tekijänoikeudet

Taidemaalari liitto • Taiteenhankintamalli ja taide rakennetussa ympäristössä

Helsingin Taiteilijaseura ry • Sähköinen liiketoiminta (ART360.fi) ja kuvataiteilijoiden verkko-osaaminen

AV-arkki • Taiteilijoiden ja kuraattorien kansainvälistymistaidot



## Satakunnan ammattikorkeakoulu

**SATAKUNNAN AMMATTIKORKEAKOULUN** osahankkeeseen kuului kuvataiteilijan liiketoimintaosaamista tukevan verkko-oppimiskokonaisuuden koostaminen, joka toimii osana [www.art360.fi](http://www.art360.fi)-sivuja. Verkko-oppimiskokonaisuus pohjautuu hankkeen aikana järjestettyihin koulutuksiin.

SAMK toteutti myös viestintää seudullisiin kehittämiskeskukseen. Tarkoituksena oli kertoa kuvataiteen ja yritysten välisestä yhteistyöstä erilaisten esimerkkitapausten kautta alueellisille kehittämiskeskusille ja niiden asiakasyrityksille.

Case Rantatie on puolestaan kuvataiteen ja matkailun yhdistävä esimerkkitapaus, jossa oli tavoitteena selvittää kuinka kuvataiteilija voi olla mukana eri tahojen kanssa tehtävässä tietyn alueen matkailutunnettuuden lisäämisessä.



Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Satakunta University of Applied Sciences





**TAMPEREELLA JA SEN** lähiympäristössä pyrittiin ensisijaisesti kehittämään kuvataiteilijoiden ja yritysten välistä yhteistyötä. Alueella toimiva kuvataiteen manageri oli tärkeä linkki näiden välillä. Manageri kehitti uusia yhteistyötapoja sekä yhteisen kielen kuvataiteen ja bisneksen välille.

Talon taiteilijat- sekä yritysten virkistyspäivät -tyyppisten esimerkkitapausten kautta manageri luo toimivia yhteistyömalleja, jotka ovat jaettavissa hankkeen koko verkostolle.

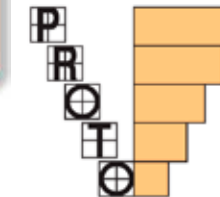
### Tampereen taiteilijaseura ry

**HANKKEEN TAVOITTEENA** oli kouluttaa visuaalisten alojen edustajia tuotteistamaan ja liiketoiminnallistamaan oman alansa tuotteita ja palveluita käytännönläheisesti ja synnyttää uusia yhteistyöverkostoja visuaalisten alojen toimijoiden välille.

Hankkeen puitteissa järjestettiin manageritoiminnan ja tuotteistamisen koulutusta, jonka tavoitteena oli vahvistaa manageritoiminnan kehittymistä ja kouluttaa kuvataiteilijoita ja muotoilijoita ammattimaistamaan ja kansainvälistämään toimintaansa.

Kuvataiteen palvelujen tuotteistamisen voi ymmärtää myös kuvataiteen palvelujen saavutettavuutena. Liiketoiminnallistaminen puolestaan tarkoittaa taiteilijan ammatissa toimimisen edellytysten parantamista. Kansainvälistyminen tuottaa uutta tietoa ja käytänteitä ja kehittää manageritoimintaa.

Hankkeen tuloksena syntyy uutta liiketoimintaosaamista osallistujissa, uusia testattuja kuvataidetuotteita ja -palveluita sekä uusia käytännön esimerkkejä.



## Suomen taiteilijaseura

**HANKKEESSA KEHITETTIIN** verkkomatrikkeliä taiteilijan liiketoiminnan apuvälineeksi. Verkkomatrikkeli on Suomen Taiteilijaseuran julkaisema ja ylläpitämä tietokanta, joka sisältää tiedot noin 2600 ammattikuvataiteilijasta. Hankkeessa tietokantaan lisättiin uusia ominaisuuksia siten, että yleisö ja ammattilaiset pystyvät paremmin hyödyntämään tietokantaa taidetta hankkiessaan.

Lisäksi hankkeessa laadittiin tietopankki hyvistä sopimuskäytänteistä sekä mallisopimuksia, joita taiteilijat ja muut alan toimijat voivat hyödyntää liiketoiminnassaan.

Lisätietoa netistä [www.kuvataiteilijamatrikkeli.fi](http://www.kuvataiteilijamatrikkeli.fi)



## Kuvasto

**KUVASTON TAVOITTEENA** oli kehittää kuvan digitaalista käyttöä sekä tekijänoikeuksia.

Visuaalisen alan taiteilijoiden tekijänoikeusyhdistys Kuvasto ry edustaa noin 2000 kotimaista kuvataiteilijaa ja kansainvälisten sisärjestöjen kanssa solmittujen sopimusten nojalla noin 50 000 ulkomaista taiteilijaa.





## Taidemaalariitto

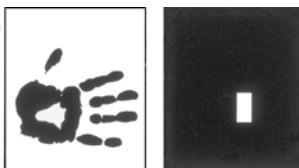
**TAIDEMAALARILIITON OSAPROJEKTIN** tarkoituksena oli luoda pohjaa monipuoliselle yhteistyölle kuvataiteen hankinnoista vastaavien henkilöiden ja kuvataiteilijoiden välillä. Projekti pyrki luomaan toimivia malleja taiteenhankintaan ja vahvistamaan sellaisia rakenteita, jotka edistävät taidehankintoja ja kuvataiteeseen liittyvää yhteistyötä eri toimijoiden kesken.

Onnistuneen taiteenhankintaprojektin edellytyksenä on monesti, että kuvataiteilijoiden luova panos voidaan ottaa rakennusten ja ympäristön suunnittelussa mahdollisimman varhaisessa vaiheessa käyttöön. Tämä onnistuu mm. rakennuttajien, arkkitehtien ja kuvataiteilijoiden välisellä yhteistyöllä.

Suomessa on monia hienoja esimerkkejä hyvin onnistuneista rakennusprojekteista, joissa kuvataide on keskeisesti ollut mukana. Niitä tarvitaan lisää. Kutsumme kaikki taidehankinnoista kiinnostuneet vuoropuheluun kanssamme. Osaprojektissa laadittiin internetin kautta käytettävä Taiteenhankintamalli, joka tarjoaa taiteenhankkijalle ja taiteilijalle tarpeellista tietoa ja apua taiteenhankintaprosessiin.

TAIDEMAALARILIITTO

Erottajankatu 9 B  
00130 Helsinki  
09-6811 0511 09-68110568



## Helsingin taiteilijaseura

**HELSINGIN TAITEILIJASEURA** vastasi ART360.fi portaalin toteutuksesta. Portaali on hankkeen yhteinen informaation levityspalvelu taiteen ammattilaisille ja taiteen ostajille. Kuvataiteen ammattilaisille portaaliin koottiin ammatissa toimimista ja taiteen levittämistä edesauttavaa tietoa ja käytänteitä.

Taideyleisölle ja ostajille portaali tarjoaa hyviä ohjeita, käytäntöjä ja esimerkitapauksia taiteen käyttömahdollisuuksista ja hankkimisesta niin yrityksissä, julkisiin tiloihin kuin yksityisenä kuluttajanakin. Hankkeen sisäisesti taiteilijaseura vastasi portaalin käytön opetuksesta hankkeen osatoimijoille. Kuvataiteilijoille toteutettiin netti-iltapäivien muodossa koulutusta verkko-osaamisesta ja tietoverkkojen käytöstä markkinoinnin välineenä.

Sähköistä kaupankäyntiä kehitettiin taidelainaamotoimintaa varten. Hankkeen puitteissa tuotettiin lainaamotoimintaan soveltuva sähköisen kaupankäynnin malli.

 **HELSINGIN TAITEILIJASEURA –  
KONSTNÄRSGILLET I HELSINGFORS**

AV-ARKIN TAVOITTEENA OLI KEHITTÄÄ taiteilijoiden ja kuraattorien kansainvälistymistaitoja. AV-arkki on jo yli 22 vuoden ajan tehnyt työtä suomalaisen mediataiteen levittäjänä. AV-arkki on avannut taiteilijoille mahdollisuuksia saada työtään tunnetuksi kansainvälisesti. AV-arkin toiminta on myötävaikuttanut suomalaisen mediataiteen kansainväliseen menestykseen. Toiminta on ainutlaatuista sekä Suomessa että muissa Pohjoismaissa.



AV-ARKKI

# 2

On hyvä pitää mielessä, miten mennä tästä eteenpäin. Tehdyn hyvän työn pitää jalostua jatkossa entistäkin paremmaksi. Verkostoyhteistyö on 2011 konkretisoitunut **kahdeksi** uudeksi projektiksi Ohjauskulma ja Kolmio, joiden näkökulmat liikkuvat hyvinvoinnin alueella; miten kuvataiteilijan kannattaa olla mukana hyvinvointialan yhteistyössä sekä toisaalta, miten varmistetaan kuvataiteilijan hyvinvointi lisääntyvien ja muuttuvien odotusten edessä.

## Hankkeen rahoittajat



[www.artsuno.fi](http://www.artsuno.fi)