



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

**Kuvataiteilijan kansainvälistyminen ja tuottajan
rooli prosessissa**

Niina Niemi

Kulttuurituotannon koulutusohjelma(240 op)

5 / 2014

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Koulutusohjelman nimi

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Niina Niemi	Sivumäärä 65 + 2 liitesivua
Työn nimi Kuvataiteilijan kansainvälistyminen ja tuottajan rooli prosessissa	
Ohjaava(t) opettaja(t) Minna Hautio ja Oona Tikkaaja	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Yrityshautomo Creve, Petri Katajarinne	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön lähtökohtana ja tavoitteena oli selvittää kuvataiteilijoiden kansainvälistymisprosessin aloittamisen eri vaiheet. Työssä haluttiin ymmärtää kuvataiteilijoiden kansainvälistymiseen liittyviä haasteita ja keinoja tavoitteeseen pääsemiseen sekä mitkä asiat motivoivat kuvataiteilijaa hakeutumaan kansainvälisiin projekteihin. Lisäksi työssä kartoitettiin roolia tuottajalle kuvataiteilijan kansainvälistymisprosessissa ja mitä vaihtoehtoja tuottajan työllistymiseen on olemassa.</p> <p>Opinnäytetyön tilaajana oli Creve, joka on Turussa toimiva luovien alojen yrityshautomo. Creven yrityshautomossa toimineet kuvataiteen yritykset ovat olleet tähän mennessä vähäisiä, eivätkä kuvataidealan toimintamallit ole Creven toiminnassa yleisiä. Yksi syy tähän on se, ettei yksityisenä tuottajana toimiminen ole vielä kovinkaan yleinen toimintamalli Suomen kuvataiteen kentällä.</p> <p>Työtä voidaan pitää pohjustuksena Kulttuurituottajien työskentelyyn kuvataiteilijoiden kansainvälistymisprosessissa. Se auttaa ymmärtämään työssä tarvittavat edellytykset mitä tuottajalta vaaditaan toimiakseen kuvataiteen kansainvälisellä kentällä. Tutkimuksessa muodostuneita tuottajien rooleja ja toimintamalliehdotuksia voidaan hyödyntää myös Creven toiminnassa tulevaisuuden uusien potentiaalisten kuvataidealan yrittäjien tukemisessa.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä käytettiin teemahaastattelua. Työhön haastateltiin kuutta suomalaisen kuvataidealan kansainvälisellä kentällä työskentelevää henkilöä. Haastatteluun vastasi kaksi kuvataidealan välittäjäportaan tehtävissä toimivaa henkilöä ja neljä kuvataiteilijaa. Haastattelut toteutettiin keväällä 2014. Työn kirjoittaja haastatteli kaikkia henkilökohtaisesti.</p> <p>Työn tutkimuksessa tuli ilmi, että tuottaja voisi tarjota kuvataiteilijalle vaihtoehtoa yhteistyökumppanuudesta, jossa tuottajan erilainen koulutustausta täydentää kuvataiteilijan osaamista ja edistää taiteilijan uran kehitystä. Tuottajan verkostoitumiskyvyt, tuotannollisten prosessien kokonaisvaltainen hallinta ja viestinnällinen osaaminen mahdollistavat tilanteen, jossa kuvataiteilija voi keskittyä omaan kompetenssiinsa. Lisäksi tuottajan toiminta mahdollistaa erilaisten ja useampien toiminta-alueiden käyttöönoton, koska hän ei ole sidoksissa esimerkiksi galleriaan.</p>	
Asiasanat kansainvälisyys, kuvataide, tuottaja, verkostoituminen	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Name of the Degree Programme

ABSTRACT

Author Niina Niemi	Number of Pages 65 + 2 appendixes
Title Internationalization of the Visual Artist – The Role of Producer in the Process	
Supervisor(s) Minna Hautio and Oona Tikkaaja	
Subscriber and/or Mentor Creve, Petri Katajarinne	
Abstract <p>The starting point and the purpose of this thesis is to collect information and to deepen the common understanding of internationalization process of the Visual Artist. This paper answers to following questions:</p> <ul style="list-style-type: none">• What are the first steps, how to get started?• What motivates Visual Artist strive to participate in international art projects?• What are the challenges in this process? <p>Knowing these key elements of internationalization process helps to clarify and understand it as whole. The aim of this study is to review the possibilities and potential of the role of a producer in the internationalization process as well as to understand the current roles that producers have in order to establish their work possibilities in the future.</p> <p>The commissioner of this study is creative business incubator Creve, a company is based in Turku. Companies that are working with the field of Visual Arts have not been common in Creve's business incubation process. This study created tools for Creve to help the potential new companies based on visual arts that aims to establish company in the future. This study creates new tools for Creve for assisting the potential entrepreneurs seeking to establish Visual Arts companies in the future.</p> <p>The research was conducted by the means of theme interviews during Spring 2014. Two producers and four Visual Artists were interviewed. The interviews were performed in person by the author of the study.</p> <p>The findings indicate that there is a need for producer's expertise in the field of visual arts. Producers can offer their knowledge of the production process, networking and communication to strengthen visual artists' career possibilities. Furthermore producers can center finding new solutions to present art as their focus is not on developing own gallery functions.</p>	
Keywords internationality, networking, producer, visual arts	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
2 KANSAINVÄLISYYS KUVATAIDEALALLA	9
2.1 Käsitteiden määrittely	9
2.2 Motiivit kansainvälisen toiminnan aloittamiseen	14
2.3 Kuvataidealan kansainvälisyyden edistäminen	16
3 KANSAINVÄLISTYMISEN ALOITTAMINEN	20
3.1 Kansainvälistymisstrategia alkutoimenpiteenä	20
3.2 Verkostoituminen kansainvälistymisen apukeinona	21
3.3 Taiteen markkinoinnin erityispiirteet	22
3.4 Kielitaidon merkitys	24
4 MENETELMÄT JA TUTKIMUSPROSESSI	26
4.1 Aineistonkeruumenetelmät	26
4.2 Aineiston analyysi	29
5 TUTKIMUSTULOKSET	31
5.1 Kansainvälisen toiminnan aloittaminen	31
5.2 Kansainvälisyyttä edistävät tukirakenteet	34
5.2.1 Kansainvälistyminen Suomessa	34
5.2.2 Kansainväliset opinnot	35
5.2.3 Gallerioiden rooli kansainvälisessä kentässä	36
5.2.4 Residenssit	39
5.2.5 Tapahtumat ja muut keinot	41
5.3. Markkinointi ja rahoitus	42
5.3.1 Kuvataiteen markkinoinnin ja tiedottamisen keinot	42
5.3.2 Rahoitus	44
5.3.3 Kuvataiteen myynti	46
5.4 Toiminta kansainvälisellä kentällä	47
5.5 Tuottajan tuki kansainvälistymisessä	50
6 LOPUKSI	53
LÄHTEET	62
LIITTEET	66

1 JOHDANTO

Lähdin työharjoitteluun Budapestiin kesällä 2010. Työnantajani oli Finnagora, joka on House of Finlandin yhteydessä toimiva Suomen kulttuuri-instituutti. Tarkoitukseni oli tehdä syyslukukauden kestävä syventävä harjoittelu muotoilualan kansainvälistymistä tukevassa hankkeessa ja palata jouluksi kotiin. Oleskeluni venyi miltei kolmeen vuoteen, sillä pääsin töihin Finnagoralle tapahtumatuottajaksi. Unelmani työskennellä kansainvälisessä työympäristössä mahdollistui saadessani tilaisuuden jatkaa työtäni Finnagoralla.

Opinnäytetyön idea kehittyi hiljalleen työskennellessäni tuottajana erilaisissa suomalaisen kuvataiteen ja muotoilualan vientiprojekteissa. Tutustuin työssäni kulttuurialan rautaisiin ammattilaisiin ja tapasin myös monia vasta—alkajia, jotka olivat potentiaalisia alan ammattilaisia. Keskustellessamme kulttuuriviennistä ja kansainvälisyydestä heräsi monesti kysymys siitä, miten luovan alan kansainvälisiin projekteihin on päästy mukaan tai miten niihin voitaisiin päästä. Tarinoita kansainvälisen toiminnan aloittamiselle oli monenlaisia sekä mielipiteitä ja kokemuksia siitä, tarvitseeko kansainvälistykseen oleskella ulkomailla vai ei. Kansainvälisten projektien aloittaminen ja niiden taustalla olevat motiivit jakoivat ihmisiä eri ryhmiin. Toisten mielestä kansainvälisyys tulee kuin itsestään kun vain hakeutuu kansainvälisiin piireihin ja toiset taas kokivat kansainvälisten kontaktien löytämisen ja projektien alkamisen todella haasteellisenä. Ulkomaille kohdistuvasta toiminnasta puhuttaessa mielipiteisiin vaikutti olennaisesti se, minkälaisin motiivein kansainvälinen toiminta aloitettiin. Osa oli lähtenyt matkaan maailmalle enemmänkin seikkailumielellä, keräämään uusia kokemuksia ja työskentelemään erikulttuuristen ihmisten kanssa. Tällöin lähtökohta on erilainen kuin esimerkiksi niillä, jotka etsivät kansainväliseltä kentältä laajempia markkinoita tuotteilleen tai suurempaa yleisöä taiteelleen.

Olin tietoinen, että työskentelyni Finnagoralla loppuu aikanaan työn projektiluontoisuuden vuoksi. Sopimukseni olivat puolesta vuodesta vuoteen projektirahoituksesta riippuen. Aloin pohtimaan muita mahdollisuuksia toimia tuottajana kansainvälisissä projekteissa ilman instituution antamaa taustavoimaa. Monet kansainvälisin projekteihin tähtäävät luovien alojen osaajat miettivät omien resurssiensa riittämistä ja kan-

sainvälistymisessä alkuun pääsemistä ilman kohtuuttoman suurta riskinottoa. Palattuani Suomeen opintojeni pariin tuntui luontevalta ajatukselta alkaa selvittää näitä kysymyksiä. Kokemukseni kulttuuriviennin parissa työskentelystä auttoi ymmärtämään kansainvälistymisen ja kulttuuriviennin pääpiirteet. Lisäksi aiheista käydyt keskustelut selkeyttivät minkälaisiin kysymysten äärelle luovien alojen toimijat päätyvät pohtiessaan kansainvälistymistä.

Opinnäytetyön rajaus tarkentui pienempään huomioryhmään työn tilaajan Luovien alojen yrityshautomon Creven ehdotuksesta. Työn haastatteluaineiston avulla haetaan tietoa suomalaisten kuvataiteilijoiden kansainvälistymisen apukeinoista, kansainvälistymisprosessiin liittyvistä vaiheista ja mahdollisia haasteita kansainvälisen toiminnan aloittaessa tai toimiessa kansainvälisessä ympäristössä. Työlläni kartoitetaan ensisijaisesti kansainvälistymiseen liittyviä apukeinoja ja ongelmakohtia, joihin tuottaja voisi vastata työpanoksellaan. Päädyin näihin tutkimusongelmiin oman motiivini lisäksi aikaisempien tutkimusten pohjalta, joissa kuvataiteilijoiden kansainvälistymiseen koetaan tarvittavan lisäkeinoja. Esittelen aiempia tutkimuksia aiheesta kirjassa 2.

Olen tiivistänyt opinnäytetyön tutkimusongelmat kahteen kysymykseen:

1. Minkälaisiin seikkoihin kuvataiteilijan tulee keskittyä kansainvälisen toiminnan alkuvaiheessa?
2. Mitkä ovat ne kansainvälistymisprosessin osa-alueet, joissa tuottaja pystyy edistämään kuvataiteilijan kansainvälistymistä?

Tutkimusongelmien asettaminen sopii myös Creven tarpeisiin. Turussa sijaitseva yrityshautomo Creve tukee luovien alojen osaajia käynnistämään liiketoimintaansa niin Suomessa kuin ulkomailla. Kuvataiteilijoiden kansainvälistyminen on jäänyt heidän toiminnassaan toistaiseksi vähälle huomiolle, joten opinnäytetyön tulokset auttavat ymmärtämään prosessia paremmin. Työn aineistoanalyysin tuloksista laadittiin kehittämisideoita tuottajien toimintamalleiksi kuvataideprojekteissa. Opinnäytetyön tietopohjassa käsitellään kansainvälistymisprosessia sekä määritellään keskeiset termit ja kuvataan oleelliset tukirakenteet suomalaisen kuvataiteen kansainvälistymiselle. Työssä sovelletaan liiketalouden teorioita kansainvälistymisestä ja verkostoitumisesta.

ta. Valmista teoriaa kuvataiteilijoiden kansainvälistymisestä ei ole juurikaan saatavilla. Olemassa olevat kansainvälistymisteoriat ovat yleisempiä teorioita ja yrittäjänäkökulmasta laadittuja.

Työn aineistonhankinta toteutettiin teemahaastatteluin. Haastattelin kahta tuottajaa ja neljää kuvataiteilijaa kansainvälisistä kysymyksistä. Haastatteluista saatu tutkimusaineisto tarvittiin kuvataidealan toimintojen kehittämiseen. Aineistoanalyysistä saatavasta materiaalista tuotettiin kuvataidealaan soveltuvia toimintamalleja olemassa olevaan tietopohjaa hyödyntäen. Työn tutkimusaineiston kehitystoimintamallit tehtiin tuottajanäkökulmasta, jolloin niitä voidaan hyödyntää kehittäessä tuottajien roolia kuvataiteilijoiden kansainvälistymisprosessissa. Työn analyysissa esitellään myös vaihtoehtoja tuottajan työllistymiselle ja palkkaukselle sekä annetaan vinkkejä sopimusasioissa. Tarkempien rahoitus- ja ansaintalogiikkamallien kehittämiseen ehdotan jatkotutkimusta, jossa verrattaisiin olemassa olevien tuottajien ja managerien toimintamalleja ja ansaintalogiikkaa. Esimerkiksi erilaisten tuottaja-apurahojen tai kansainvälistymistukien kehittämistä tulisi tutkia ja niiden saamisen mahdollisuuksia pyrkiä edistämään tulevaisuudessa.

2 KANSAINVÄLISYYS KUVATAIDEALALLA

2.1 Käsitteiden määrittely

Kuvataiteen ja kulttuuriviennin käsitteille löytyy useita eri määritelmiä, riippuen minkälaisessa asiayhteydessä niistä puhutaan. Tämän vuoksi koen tarpeellisen selvittää mitä näillä termeillä tässä työssä tarkoitetaan. Lisäksi luovan alan toimijoiden nimikkeissä on monenlaisia ristikkäisyyksiä, jotka on hyvä selvittää.

Kuvataide

Kuvataiteen ja kuvataiteilijoiden määrittelyssä voidaan käyttää monenlaisia lähestymistapoja. Olen rajannut työssäni kuvataiteen terminä Kuvataidematrikkelissa (2014) olevan rajauksen mukaan. Kuvataidematrikkeliin valitaan henkilöt, jotka läpäisevät Suomen taiteilijaseuran ylläpitämän sivuston vaatimukset muun muassa taiteellisen työn tasossa, koulutuksessa ja taiteellisessa aktiivisuudessa. Työssäni kuvataiteeksi lasketaan Kuvataidematrikkelissa luetellut kuvataiteen lajit:

- maalaus
- kuvanveisto
- taidegrafiikka
- mediataide
- videotaide
- ympäristötaide
- performanssitaide

(Kuvataiteilijamatrikkeli 2014)

Kulttuurivienti

Kulttuuriviennin määritelmä kulttuuristen merkitysten vaihdantana sisältää ennen muuta vuorovaikutus- ja yhteistyöprosesseja (Koivunen 2004, 29).

Kulttuuriviennillä tarkoitetaan eri kulttuureiden kohtaamista ja niiden vuorovaikutuksen edistävää toimintaa. Monesti sana vienti saatetaan yhdistää vain kaupallisiin, eli voittoa tavoitteleviin kansainvälisiin tuotantoihin. Käsite kulttuurivienti sisältää tämän

lisäksi kulttuurien vaihdon, myös voittoa tuottamattoman toiminnan. Kulttuurivienti-toiminta sisältää kaikenlaisen eri kulttuurien välisten inhimillisen sivistyksen vuorovai-
kutuksen. Toimintaan voidaan laskea mukaan kaikki vientitoiminta, joka mielletään
kulttuurialaan kuuluvaksi niin kuvataiteen, muotoilun, ruokakulttuurin tai peliteollisuus-
den alalta. Kulttuuriviennin toimijoihin kuuluu taiteen luovien tekijöiden, kuten muotoi-
lijoiden ja artistien lisäksi olennaisesti tuottajat. Kulttuurivientiin on erilaisia keinoja,
joista yleisin tapa on taiteilijan tai tuottajan itsenäisen verkostoitumisen avulla tuotettu
kulttuuritapahtuma tai -toiminta toisessa maassa. Tämän lisäksi Suomen kulttuuri-
instituutit ja erilaiset tiedotuskeskukset, kuten Visuaalisen taiteen tiedotuskeskus
Frame ja muotoilun promootio-organisaatio Design Forum Finland auttavat luovia
aloja kulttuuriviennin edistämässä. (Koivunen 2004, 29–30.) Framen esittely tulee
tarkemmin 2.3 kappaleessa.

Tuottaja, manageri, agentti vs. kuvataiteen toimijoiden terminologia

Luovan alan kentän prosessien kanssa toimijoilla on eri nimityksiä, eikä niiden rooli-
tus työelämässä ole täysin selvää. Tämä johtuu osittain siitä, että alan pienten re-
surssien vuoksi harva luovan alan työtehtävä seuraa tiettyä kaavaa. Termejä tuottaja,
agentti ja manageri käytetäänkin monesti ristiin ja eri tavalla eri asiayhteyksissä. Li-
säksi kuvataidealalla vallitsee oma terminologiansa. Tuottajan lisäksi kuvataiteen
kentän avaintoimijoina ovat galleristit ja kuraattorit sekä jotkut kuvataiteeseen keskit-
tyneet agentit ja managerit. Edellä mainituista toimijoista saattaa välillä kuulla käytet-
tävän myös **välittäjäporras** termiä. Välittäjien toimintatavoille on olennaista taiteilijan
toiminnan ja niistä saatavien ansioiden pitkäjänteinen edistäminen yhteistyösopimuk-
sen määrittämällä tavalla. (Raatikainen 2013, 7.) Outi Raatikaisen (2013) Taiteen
välittävän portaan toimiala – selvityksessä määriteltiin välittäjä seuraavasti:

Välittäjä on taho, jonka toiminta tai elinkeino perustuu taiteellisen työn
myyntiin tai ostamiseen toimeksi antaneen osapuolen kanssa tehdyn so-
pimuksen perusteella. Toimeksiantaja voi olla taiteellista työtä tekevä tai
sitä omassa toiminnassaan hyödyntävä taho. (Mt., 7).

Kulttuurisosiologi Katri Halonen (2011) huomautti, että välittäjätermiä tulee käyttää
varoen. Termi voi aiheuttaa mielikuvan, että välittäjä toimii vain kulttuurituotteen pas-

siivisena välittäjänä taitelijan ja yleisön välillä. Tällöin hän jää kasvottomaksi, jolloin välittäjän roolin tärkeyttä taideprosessissa ei ymmärretä. (Halonen 2011, 17.)

Tuottaja työskentelee nimensä mukaan tuotannollisissa luovan alan prosesseissa. Tuottajan toimenkuva riippuu työsuhteesta. Yleisesti ottaen tuottajan työ muodostuu projektihallinnollista tehtävistä sekä projektista riippuen myös sisällöntuotannollisista tehtävistä. Kuvataideprojektissa tuottaja voi esimerkiksi budjetoida projektin ja vastata taloudellisista toiminnoista, järjestää vakuutukset ja kuljetukset sekä huolehtia markkinoinnista, ja tiedottamisesta. Tämän lisäksi tuottaja voi auttaa esimerkiksi gallerian tai oikeanlaisten yhteistyökumppanien löytämisessä. Monesti tuottaja huolehtii myös sopimuksista ja vastaa kokonaisvaltaisesti projektin etenemisestä. Tuottajan palkkaus riippuu projektista. Yleisin käytäntö on, että tuottajan työsuhde on sidottu koko projektin toteutukseen. Tällöin tuottajan palkkaus maksetaan projektin pituuden mukaan, joko urakkapalkkana tai aikaan sidottuna palkkiona. (Kulta 2013, 9.)

Kulttuurisosiologi Katri Halonen jakaa Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa – väitöskirjassaan (2011) tuottajalle erilaisia rooleja. Yksi tuottajien rooleista on *taiteilijan assistentti*. Taiteilijan assistentti on arvostettu luottohenkilö, joka työskentelee yhteistyössä taiteilijan kanssa jakaen hänen kanssaan saman arvomaailman. Hänen toimintojaan määrittelevät vahvasti suppean tuotannon kentän motiivit, joissa taiteen sisällön tuottaminen on tärkeämpää kuin tuoton tavoittelu. Tämä tuottajarooli on yleinen ja kunnioitettu vapaaehtoistyön kentällä, jossa voiton tavoittelu ei ole tuotannoille olennainen piirre. (Halonen 2011, 64.) Suppean tuotannon kentästä kuvataiteen alalla kerrotaan enemmän kappaleessa 3.3 Taiteen markkinoinnin erityispiirteet.

Agenttia käytetään puhuttaessa henkilöstä tai yrityksestä, joka edustaa asiakastaan markkinoilla, myy tai edistää myyntiä. Agentti avustaa monesti myös oikeudellisissa asioissa, kuten sopimusten laatimisessa. Agentin palkkaus perustuu yleisimmin provisioon. (Tikka 2011, 7.) Kuvataidealalla on joitain agenteja, jotka edustavat kuvataiteilijoita. Tämän lisäksi *galleristit* toimivat agentin tehtävissä. Galleristit tekevät osittain myös tuottajan tehtäviä ja joissain tapauksissa voivat toimia taiteilijan managerina.

Manageri on henkilö tai yritys, joka keskittyy olemaan sisällöllisissä asioissa tukena. Tällaisia toimintoja ovat esimerkiksi tuotesuunnittelu ja rahoituksen sekä yhteistyökumppanien löytäminen tuotekehitykseen. (Mt., 7.) Managerin työn voidaan sanoa antavan henkisen panoksen tuotantoprosessiin, joka on pohjustusta agentin työlle. Managerilta vaaditaan lujan alan tuntemuksen lisäksi todella hyvät ihmissuhdetaidot. Hänen tulee saavuttaa asiakkaansa luottamus, jotta voi osallistua tämän osaamisen kehittämiseen ja työn luomisprosessiin. Termejä käytettäessä on myös hyvä huomioida, että esimerkiksi runoilijoiden ja muusikoiden piirissä manageri termi on vakiintunut puhuttaessa agentin tehtäviin liittyvistä toiminnoista. Tällöin puhutaan henkilöstä, jonka tehtäviin kuuluu esiintymisvälitykset ja siihen liittyvät sopimukset. Agenttia käytetään esimerkiksi kirjan julkaisu-oikeuksien kohdalla. Tämä sekoittaa vielä enemmän termien sisällön ymmärtämistä koko luovan alan kentällä, koska termi saatetaan ymmärtää niin monella tavalla.

Kuvataidealan prosessihenkilöiden nimikkeistä puhuttaessa yksi olennaisimpia toimijoita on **kuraattori**. Kuraattori määrittää Kuvataideakatemia (2014) verkkosivuilla seuraavasti:

Ammattimainen kuratointi edellyttää taiteen teoreettista tuntemusta ja tietoa taiteen historiasta ja taidemaailmasta sekä taiteen esillepanosta, markkinoinnista, lainsäädännöstä, taidehallinnosta ja kritiikistä. (Kuvataideakatemia 2014).

Kuvataidealalla tuottaja vastaa monesti osittain myös kuraattorin tehtävistä ja toisinpäin. Kuraattori on yleensä kuitenkin tuottajaa enemmän erikoistunut taiteen sisältöihin. Hänen työnkuvaansa kuuluu tuottajaa voimakkaammin taidekentän tuntemus, ajan ilmiöiden ymmärtäminen ja seuraaminen. Molempien tehtäviin saattaa kuulua myös managerin tehtäviä, varsinkin kuraattorit toimivat useasti myös managereina. Kuraattorien asema on voimakas kuvataidealalla, heidän verkostojaan voidaan pitää taiteilijan menestymisen avaimena. (Sjöberg 2010, 18.) Kuraattoreiden rooli on muuttunut itsenäisemmäksi ja heidän toimintansa vaikutukset ovat nousseet keskusteluihin. Vaikka kuraattorien työtä pidetään arvossa ja se nähdään kuvataiteen arvostusta edistävänä toimintana, on heidän tapansa määrittää kuvataidekentän arvoja kohdannut myös vastarintaa taiteilijoiden taholta. (Koitela 2014.)

Yksi huomioitava seikka kuvataidealalla on, että taiteilijat toimivat usein itse tuottajina alan resurssien pienuuden vuoksi. On myös yleistä, että taiteilijat auttavat toisiaan tuotannoissa ja toimivat toistensa managereina. Raatikaisen (2013) selvityksen mukaan ongelmana on, ettei kuvataiteilijoiden opintoihin kuulu esimerkiksi markkinointia tai tietoutta sopimusten laatimisesta. Koska prosesseja ei ymmärretä, ajatellaan niiden hoituvan omalla osaamisella. Itse tehtynä taiteilija säästää välittäjäportaana palkkion, mutta toiminnot eivät välttämättä auta taiteilijaa urakehitystä. Kunnolliset sopimukset ja suunnitelmallinen viestittäminen hyödyttää taiteilijaa todennäköisimmin pidemmällä tähtäimellä enemmän kuin säästäminen ammattilaisen kanssa työskentelystä. (Raatikainen 2013, 23.) On kuitenkin täysin ymmärrettävää, että taiteilija koettaa säästää pienistä tuloistaan niin paljon kuin mahdollista. Jos erillinen tuottaja kuitenkin löytyy kuvataideprojektista, kuuluu hänen toimenkuvaansa mitä todennäköisimmin joissain määrin kaikkien edellä mainittujen nimikkeiden tehtäviä. Keskusteltaessa termien määritelmistä nouseekin monesti esiin kysymys termien erittelyn tarpeellisuudesta. Kentän toimijoiden mielestä on harhaanjohtavaa ja jopa haitallista lähteä määrittelemään liian tarkasti, mitkä tehtävät kuuluvat millekin nimikkeelle. Tämä sen vuoksi, ettei se ole yleensä käytännössä mahdollista. Olennaisinta edellä mainituissa termeissä kuitenkin on, että kaikki toimivat luovan alan osaajien tukena. Termit on avattu tähän, jotta niiden perimmäinen merkitys on mahdollista hahmottaa. Tässä työssä keskitytään pääsääntöisesti kolmeen nimikkeeseen, jotka muodostavat avaintoimijoiden ryhmän kuvataidealan projekteissa. Nämä nimikkeet ovat galleristi, tuottaja ja kuraattori.

Galleriat

Kuvataidekentän galleriat voidaan jakaa kahteen pääryhmään, yksityisiin gallerioihin, joilla on yrittäjätausta ja taiteilijavetoisiin gallerioihin. Jotta saataisiin gallerioiden toimijoiden taustoista parempi käsitys, voidaan nämä pääryhmät jakaa vielä alaryhmiin. Opinnäytetyöhön laaditussa kuvassa 1 on nähtävissä esimerkki galleriakentän jakaantumisesta. Kuva 1 mukailee Marja Sakarin (1991) tutkimuksessa tehtyä jakoa Helsingin galleriakentästä. Jaottelussa erotellaan ammattitaiteilijoiden liittojen ja järjestöjen galleriat sekä museoiden mahdolliset erilliset galleriat yksityisistä gallerioista. Yksityisistä gallerioista on eroteltu niin sanotut globaalit kaupalliset galleriat, jotka edistävät kotimaisen ja ulkomaalaisen taiteen kansainvälistymistä ja pienemmät ammattitaiteilijoiden teoksia myyvät kaupalliset galleriat, joiden fokus on Suomessa. Li-

säksi gallerioiden jaottelusta löytyy vaihtoehtogallerioita, joihin lasketaan mukaan muun muassa erilaiset osuuskuntien pitämät galleriat. Harrastetarkoituksella pidettäviin gallerioihin on laskettu mukaan galleriat, joiden taiteilijoista alle puolet on ammattilaistaiteilijoita tai alan opiskelijoita. Lisäksi jaottelussa on eroteltu galleriat, jotka ovat keskittyneet ainoastaan ulkomaalaisen taiteen esittämiseen. (Mänttari-Buttler 2010, 33.)



Kuva 1 Galleriakentän rakenne (Soveltaen Mänttari – Buttler 2010, 33)

2.2 Motiivit kansainvälisen toiminnan aloittamiseen

Syyt kansainvälistymiselle ja päätökselle lähteä laajentamaan toimintaansa kansainvälisille markkinoille ovat luovilla aloilla samat kuin muillakin. Suomen pienet kotimarkkinat houkuttelevat laajentamaan toimintaan kansainvälisille markkinoille, jolloin potentiaalisen yleisön ja asiakkaiden määrä kasvaa huomattavasti. Samat motiivit ajavat kuvataiteilijoita kansainvälistymään. Pelkkä näyttely ei riitä tuomaan elantoa,

tarvitaan myös teosmyyntiä, jolloin markkinoiden laajentaminen lisää myynnin mahdollisuutta. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2007, 15.)

Kuten kaikilla aloilla, myös kuvataiteen alalla kansainvälisten ansioiden esittäminen luo tietynlaista uskottavuutta myös Suomessa toimittaessa. Työskennellessäni luovi-alojen osaajien kanssa monet myönsivät, että ulkomailla saadut ansiot edistävät myös heidän asemaansa kotimaassa. Tätä voidaan pitää yhtenä tärkeänä motiivina myös kuvataiteilijoiden kansainvälistymisen tavoittelussa. Kansainvälisen statuksen saavuttaminen voi lisätä teosten menekkiä, joka parantaa mahdollisuuksia työllistää itsensä taiteilijana. Kuitenkin voidaan sanoa, että kuvataiteilijaa motivoi kansainvälistymään ensisijaisesti laajemman yleisön tavoittaminen, myynti tulee mahdollisena bonuksena.

Kuvataiteilijan ansaintalogiikka on erilainen kuin yrittäjän. Yrittäjä tuottaa tuotteitaan, jotka menevät hyvin kaupaksi ja tyydyttävät asiakkaan tarpeen kuluttaa. Kuvataiteilija tuottaa taidetta, joka on uniikkia. Taiteilijan tekotapaa säätelee hänen halunsa tulkita ajatuksiaan taiteen kautta, eikä taiteilija yleensä tuota taidetta tehdäkseen myyntiartikkeleja. Jos teoksella halutaan esimerkiksi argumentoida yhteiskuntaa tai maailmalla tapahtuvia epäkohtia, on luonnollista ajatella, että kuvataiteilija haluaa päästä levittämään taiteensa kautta sanomaansa niin laajasti kuin mahdollista. Taidealan asenteita taiteen kulttuurialan vientiä kohtaan ja taiteen tuottamista myynnin vuoksi voidaan kuvata kärjistetyksi Helsingin Kauppakorkeakoulun tutkimuksessa (Nikula, Penttilä, Kupi, Urmas & Kommonen 2009) vastanneen kuvataiteilija-asiantuntijan kommentilla:

Raha haisee ja on vastenmielistä (Nikula ym 2009, 27).

Asia ei ole kuitenkaan niin mustavalkoinen kuin edellinen kommentti antaa ymmärtää. Myyntiä toivotaan tapahtuvan kuvataiteen alalla, se ei vain ole päätavoite. Eräs edellä mainitun tutkimuksen kuvataiteilija-asiantuntija totesi, että teoksien myynnillä itsensä elättäminen on mielekkäämpää kuin julkisilla varoilla eläminen. Negatiivisten asenteiden rahaa kohtaan voidaan ajatella liittyvän osittain myös siihen, että teosten myyminen Suomessa ei ole niin yleistä kuin esimerkiksi Keski-Euroopassa. Keski-

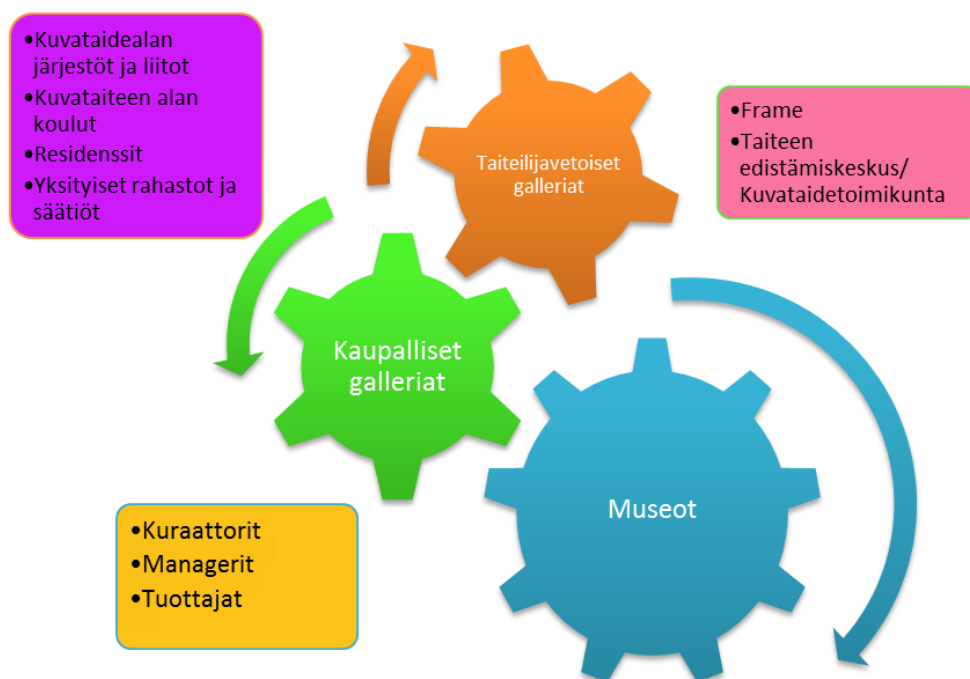
Euroopassa taiteen ostaminen on yleisempää ja sen myymisestä on tullut luonnollisempi osa taiteilijan työtä. (Mt., 27.)

On myös hyvä huomioida, että markkinoiden laajentaminen ei välttämättä tarkoita suoraan myynnin lisääntymistä. Kuten kaikkiin aloihin on maailman heikko taloudellinen tilanne vaikuttanut myös taiteen myyntiin. (Mt., 34.) Myynninedistämisen tavoittelu markkinoiden laajentamisen keinoin on ymmärrettävä, mutta hieman harhaanjohtava ajatus ja saattaa helposti aiheuttaa pettymyksen, jollei laajennus tuo toivottavaa tulosta. Tämän vuoksi kulttuuriviennistä puhuttaessa olisikin parempi puhua kansainvälistymisestä. Tällöin kuvataan kokonaisuudessaan kansainvälistymiseen liittyvää prosessia, eikä keskitytä vain tapahtumiin, jotka ovat selvästi nähtävissä ulkomailla tapahtuvina toimintoina, kuten myyntiin tai näkyvyyteen mediassa ulkomailla. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2007, 13.)

Tämä on olennainen syy minkä vuoksi opinnäytetyössä keskitytään kansainvälisyyden viennin tutkimisen sijaan. Toinen syy on kuvataiteilijan työn ei-kaupallinen luonne. Kuvataiteilijan työn luonteeseen voidaan sanoa kuuluvan sisältölähtöinen työskentely, ei myyntituotteen kehittäminen. Tämän vuoksi tämän työn lähtökohdaksi sopii paremmin kansainvälistyminen sen kaikessa laajuudessaan, ei vain kansainvälisten markkinoiden tavoittelun vuoksi. Tähän lasketaan mukaan kaikki kansainvälinen toiminta Suomessa ja ulkomailla.

2.3 Kuvataidealan kansainvälisyyden edistäminen

Merkittävimmät Suomessa toimivat kuvataidealan kansainvälisyyttä edistävät toimijat ovat kiistatta Frame, Visuaalisen kuvataiteen tiedotuskeskus ja Suomen suurin kuvataidealan residenssiorganisaatio HIAP. Molemmat auttavat suomalaisia kuvataiteita verkostoitumaan ulkomaan ammattilaisten kanssa niin Suomessa kuin ulkomailla. Seuraavalla sivulla sijaitsevassa kuvassa 2. havainnollistetaan kuvataiteen kansainvälisen kentän tukiverkostoa laajemmin.



Kuva 2 Kuvataiteen kansainvälisyyden edistämisen keskeisimmät toimijat.

Frame

Visuaalisen taiteen keskus Frame toimii avainasemassa suomalaisen kuvataiteen kansainvälistymistä ajateltaessa. Framen tehtävänä on vahvistaa kuvataiteen asemaa yhteiskunnassa ja lisätä suomalaisten visuaalisen taiteen tekijöiden mahdollisuuksia kansainväliseen toimintaan. Kansainvälistä toimintaa tuetaan Suomessa ja ulkomailla.

Framen toimintaan kuuluu muun muassa:

- apurahojen myöntäminen
- erilaisten kansainvälisten suurtahtumien kuratoiminen, muun muassa Venetsian biennaalin suomalaisten taiteilijoiden valitseminen
- taiteilijoiden ja instituutioiden tukeminen kansainvälistymisessä ja verkostoitumisessa sekä residenssien järjestäminen
- ulkomaalaisten taiteilijoiden kutsuminen Suomeen ja kansainvälisten seminaarien ja asiantuntijatapaamisten koordinointi. (Frame 2014.)

Frame pyrkii luomaan vertaiskontakteja ja verkostoja kansainvälisesti ja avaamaan ovia kansainväliseen yhteistyöhön. Tässä on olennaista kansainvälisten ammattilaisten tuominen Suomeen ja kansainvälisen dialogin luominen heidän keskelle. Näin

saadaan laajempi hyöty kuin yksittäisten suomalaisten viemisestä ulkomaille. (Elfving 2014.)

HIAP – Helsinki International Artist Programme

HIAP keskittyy pääasiassa visuaalisten taiteilijoiden ja kuraattorien kansainväliseen residenssitoimintaan Helsingissä. HIAP on Suomen suurin kyseisen alan toimija. Hiapin residenssitoimintaan osallistuu vuosittain 70–90 kansainvälistä ammattitaiteilijaa. Taiteilijat voivat viettää 1-3 kuukauden työskentelyjakson Hiapin residensseissä, jotka sijaitsevat eripuolella Helsinkiä. Tämän lisäksi HIAP koordinoi lyhytaikaisia asiantuntija- ja ammattivierailuja. (HIAP 2014.)

Hiapin toiminnassa olennaista on residenssissä oleskelevien taiteilijoiden ja kuraattorien tuomien paikallisten toimijoiden keskuuteen. Näin saadaan luotua keskusteluja ja linkitettyä samanhenkisiä toimijoita. Tämä lisää suomalaisen taidekentän kansainvälisyyttä ja antaa valmiuksia mahdolliseen yhteistyöhön tulevaisuudessa myös kansainvälisellä tasolla. Lisäksi Hiapin asiantuntijat ovat käyneet luennoimassa Helsingin kuvataideakatemiassa ja vastavalmistuneet opiskelijat ovat olleet residenssivaihdossa Hiapin kautta. (Elfving 2014.) Hiapin lisäksi Suomessa ja ulkomailla on useita erilaisia residenssejä, joihin kuvataiteilijat voivat hakeutua. Opinnäytetyön haastattelussa kysyttiin residenssioleskeluista ja mielipiteitä niiden toimivuudesta niin työskentelyn kannalta kuin kansainvälistymisnäkökulmasta.

Kuvassa 2 mainitaan erikseen kaupalliset ja taiteilijavetoiset galleriat, koska niiden toimintatavat poikkeavat olennaisesti toisistaan. Taiteilijavetoisten gallerioiden kansainvälisyyteen liittyvät toiminnot pohjautuvat erilaisiin kansainvälisiin yhteistyöprojekteihin alan toimijoiden kesken. Tällaisia voivat olla esimerkiksi yhteisötaideprojektit tai muut taiteilijayhteistyöt Suomessa ja ulkomailla. Kaavioissa mainittujen kaupallisten gallerioiden toiminta painottuu yritystaustansa vuoksi ulkomailla erilaisiin kaupallisiin tapahtumiin, kuten messuihin. Molemmilla toimijoilla kansainvälistymisen motiiveihin liittyy myös verkostoituminen. Gallerioiden lisäksi museot ovat merkittävässä roolissa esimerkiksi eri maiden asiantuntijoiden verkostoitumisessa. Kuvataiteilijaksi opiskelevat saavat kansainvälisyyteen tukea myös koulujensa verkostoista, asiantuntijavierailijoista ja erilaisista vaihto-ohjelmista. Lisäksi kuvataidealalla toimijat voivat

myös löytää tarvittavia verkostoja erilaisten kuvataiteilijajärjestöjen ja – liittojen kautta.

Kansainvälisten projektien rahoitukseen Framen apurahojen lisäksi voi saada tukea esimerkiksi yksityisistä rahastoista tai säätiöistä, kuten Suomen kulttuurirahastosta. On hyvä huomioida, että monet kuvataiteen rahoituskanavat ovat tarkoitettu vain kotimaassa tapahtuvaan toimintaan. Ulkomailla tapahtuviin projekteihin voi hakea rahoitusta esimerkiksi Kuvataidetoimikunnalta.

Muut edistämistoimenpiteet

Muita kulttuuriviennin edistämistoimenpiteitä ovat muun muassa Opetus- ja kulttuuriministeriön jakamat kärkihanketuet, joita on mennyt joillekin kuvataiteen hankkeille. Esimerkiksi vuonna 2011 Aalto-korkeakoulusäätiö sai 68 000 euroa valokuvataiteen kulttuurivientihankkeeseen. Kärkihanketukipäätöksiä tutkittaessa on kuitenkin havaittavissa, etteivät kuvataidehankkeet ole olleet viime vuosina kärkitukihankkeina kovinkaan tavanomaisia. Viimeisen kolmen vuoden aikana painopisteet ovat olleet enemmänkin musiikissa, muotoilussa ja esittävässä taiteessa. Valokuvataiteen kulttuurivientihankkeen lisäksi vain Kristallisilmä oy:n kulttuuriviennin hanke (ja laajennushanke) on ollut toinen kuvataiteenalan kärkitukihanke. Kristallisilmä on saanut kärkihanketukea vuosina 2008–2013(lukuun ottamatta vuotta 2011) muun muassa Eija-Liisa Ahtilan ja Ilppo Pohjolan video- ja installaatiotuotantoihin. Esimerkiksi vuonna 2008 Kristallisilmä Oy sai 48 000 euroa Eija-Liisa Ahtilan näyttelykiertueen järjestämiseen ja *Missä on missä?* installaation ja elokuvan markkinointiin. Lisäksi vuonna 2013 Kristallisilmä Oy sai 30 000 euroa laajennushankkeelleen. Hankkeet ovat merkittäviä kuvataiteen alalla, mutta verrattuna muihin kulttuurialan kärkihankkeiden määrään, jää kuvataiteen tukien määrä todella pieneksi osaksi. (Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2013; 2012; 2011; 2010; 2009; 2008)

Suomen kulttuuri-instituutit tuottavat toimintansa painopisteistä riippuen myös kuvataiteen tuottajia ulkomaille. Kaaviossa mainitut tuottajat, kuraattorit ja managerit voivat toimia joko kotimaassa tai ulkomailla kansainvälisissä kuvataiteen projekteissa ja muissa kuvataiteen toiminnissa. Tuottajat ja kuraattorit työskentelevät useimmiten joissain edellä mainituissa organisaatioissa ja managerit yksityisinä toimijoina.

3 KANSAINVÄLISTYMISEN ALOITTAMINEN

3.1 Kansainvälistymisstrategia alkutoimenpiteenä

Kuten yrityksen kansainvälistymisen suunnittelussa on myös kuvataiteilijan kohdalla hyvä miettiä kansainvälisyysstrategiaa. Kansainvälistymisstrategiassa selvitetään syitä ja erilaisia keinoja kansainvälisen toiminnan aloittamiselle. Tämä vaihe on tärkeä, jotta pystyy ymmärtämään paremmin omat resurssinsa ja minimoimaan riskien määrän. Kun on huomionnut olemassa olevat mahdollisuudet ja mahdolliset kehitystarpeet, pystyy myös mitä todennäköisimmin pääsemään asettamaansa päämäärään. (Vahvaselkä 2009, 61.)

Strategiassa mietitään missä toiminta halutaan toteuttaa, onko se esimerkiksi Suomessa vai ulkomailla tapahtuvaa kansainvälistä toimintaa. Kuten aiemmin kappaleessa 2.3. Framen ja Hiapin kohdalla mainittiin, ei kansainvälisiin projekteihin osallistumisen tarvitse tarkoittaa ulkomaille lähtemistä. Alkuun voi olla parempi tutustua kansainvälisiin toimijoihin esimerkiksi osallistumalla Framen tai Hiapin tarjoamaan kansainväliseen toimintaan. Samankaltaisten toimijoiden löytyminen jo Suomessa helpottaa mahdollisen toiminnan aloittamista myös ulkomailla. Jos ulkomaille lähteminen on kuitenkin ensisijainen haave, on hyvä miettiä miten tuohon tavoitteeseen käytännössä voidaan päästä. Olisiko esimerkiksi residenssioleskelu hyvä aloitusvaihtoehto tai löytyykö kohdemaasta taiteilijaseuraa tai järjestöä, jonka kanssa voisi aloittaa yhteistyötä.

Kuvataiteilijoiden kohdalla syinä toiminnan laajentamiseen ulkomaille voidaan pitää esimerkiksi tietyn kohdemaan laajemman yleisön tavoittaminen ja mahdollinen myynnin lisääminen. Tällöin on hyvä huomioida myös olemassa olevat resurssit. Resurssien ymmärtämiseen auttaa esimerkiksi kansainvälisyyteen liittyvien uhkien ja mahdollisuuksien listaaminen. Kun ymmärtää esimerkiksi taloudelliset riskit ja toisaalta uuden maan toimintatavat on helpompaa ja turvallisempaa aloittaa kansainvälinen toiminta. Uuden maan toimintatavoista voi saada tietoa esimerkiksi muilta maassa toimineilta taiteilijoilta. Päätöksen tekeminen on ajankohtaista vasta näiden vastausten selkiinnyttyä. (Mt., 61.)

Kansainvälisten projektien aloittaminen ei ole kuitenkaan niin vaikeaa kuin se saattaa alkuun kuulostaa. Hyvin suunnitellussa toiminnassa onnistuu varmemmin. Ja toisaalta, kuten sanotaan:

Ei ole onnistujia ja epäonnistujia, eikä kukaan palaa maitojunalla vaan lentokoneella ja monta kokemusta rikkaamana. (Kuulasmaa & Tuominen 2011, 20).

3.2 Verkostoituminen kansainvälistymisen apukeinona

Eri kansainvälistymisen teorioissa ja kansainvälistymismalleissa esitellään useanlaisia yritysten kansainvälistymisprosesseja. Kuvataiteilijoiden kansainvälistyminen poikkeaa yrityksen kansainvälistymisestä kuvataiteen erilaisten tavoitteiden vuoksi. Vaikka yritykset ja kuvataiteilijat saattavat molemmat tavoitella kansainvälistymisellä laajempia markkinoita, asettavat kuvataiteilijan pienet resurssit erilaisia ehtoja kansainvälistymiselle. Lisäksi heidän tuotantotapansa eroavat toisistaan. Kuvataiteessa teokset ovat uniikkeja, joten myynnin suunnitteleminen poikkeaa täysin esimerkiksi muotoilijan käyttöesineeksi suunnitellusta esineestä.

Verkostoituminen on hyvä apukeino kansainvälistyä kun resurssit ovat pienet ja tarvitaan tietotaitoa tavoiteltavasta kohdemaasta. Kuvataiteilijoiden pienet resurssit huomioiden voidaan toimivina verkostoitumismalleina pitää esimerkiksi *kommunikaatioverkostoja* tai *sosiaalisia verkostoja*. Kommunikaatioverkostosta puhutaan kuvataiteilijoiden kohdalla esimerkiksi silloin kun eri maiden taitelijajärjestöt ja taiteilijat muodostavat verkoston tiedonjakoon. Kommunikaatioverkoston avulla saadaan tietoa muun muassa kohdemaan kuvataidealan rakenteesta, alalla vallitsevista markkinoista, kohdemaan toiminta-alueesta ja vallitsevista toimintatavoista. Kommunikaatioverkoston toiminnassa on oleellista, että se ei ole kaupalliseen toimintaan tarkoitettu verkosto. Sen avulla voidaan esimerkiksi kartoittaa kohdemaan sopivuutta tulevalle toiminnalle ennen kuin tehdään päätös kansainvälisen toiminnan aloittamisesta. (Vahvaselkä 2009, 26.)

Sosiaalisista verkostoista puhutaan silloin kun verkostot ovat organisaatioiden sijaan yksittäisten ihmisten toiminnan kautta muodostuvia verkostoja. Koska verkostoitumi-

nen tapahtuu henkilökohtaisemmalla tasolla, verkostojen muodostuminen tapahtuu hitaammin. Tämänkaltaisia verkostoja ovat esimerkiksi kuvataiteilijoiden kohdalla heidän ystävyysuhteet tai heidän edustamiensa taideyhteisöjen yhteistyöprojektit. Verkostojen muodostuessa sen jäsenien yhteisellä arvomaailmalla ja yhteisillä intresseillä on merkittävä rooli. Sosiaalinen verkosto voi olla yhtäläillä henkilökohtaisten intressien pohjalta muokkaantunut verkosto tai laajempi yhteisöllinen kulttuuriverkosto. (Mt., 26.) Kuvataiteilijoiden kohdalla verkostoituminen voidaan ajatella tapahtuvan useimmiten sosiaalisten verkostojen avulla. Sosiaalisten verkostojen toimivuuteen liittyy yksinkertaisesti se, minkälaisia resursseja ja kontakteja verkoston kautta on saavutettavissa ja toisaalta kuinka avoimesti ne ovat verkoston osallisten kesken käytettävissä. Näitä olemassa olevia tai potentiaalisia resursseja voidaan kutsua myös sosiaalisiksi pääomaksi. (Salminen 2012, 16, 18.)

Aikaisemmissa tutkimuksissa on tullut ilmi, että kuvataiteilijoiden verkostojen muodostuminen koetaan haasteelliseksi osittain sen vuoksi, että ulkomailla toimikenttä on laajempi. Lisäksi kilpailu on kovempaa ja toimintamallit erilaiset. Suomen kuvataiteen alan toimijakentän pienuus toimii tässä tapauksessa etuna. Suomessa on helpompaa pysyä ajan tasalla missä mitään tapahtuu ja taidepiirien rakenne on helpommin hallittavissa. Tällöin tietää myös, keneen kannattaa olla yhteydessä mihinkin asiaan liittyen. Myös toimintamallit ovat joidenkin kokemuksen mukaan erilaiset ja yhteistyöverkostojen aikaansaaminen voi olla jopa mahdotonta erilaisten toimintatapojen vuoksi. Esimerkiksi Suomessa taiteilijoiden keskuudessa vallitsevaa palvelusten vaihtamisen kulttuuria ei välttämättä löydy ulkomailta. Avun saaminen saattaa olla mahdollista vain maksua vastaan. Lisäksi joissain tapauksissa myös tasa-arvo puuttui ja naispuoliset saattoivat saada osakseen vähättelyä. (Karttunen 2009, 185) Opinnäytetyön haastattelututkimuksissa kysyttiin kulttuuristen toimintamallien eroavaisuuksista, jotka saattavat olla olennaisia haasteita verkostojen syntymiselle. Samalla saadaan tietoa riskien minimoimiseen päätöksen tekoa varten.

3.3 Taiteen markkinoinnin erityispiirteet

Kulttuurialan tuotannon kentän tutkija sosiologi Pierre Bourdieu (1996/1992) on jakanut kulttuurituotannon kentän *massatuotannon* kenttään ja *suppean tuotannon* kent-

tään. Suppean tuotannon kentän toimintamalli kuvaa hyvin kuvataiteilijoiden toimintamallia kulttuurikentällä. Taidetta tehdään niin sanotusti sisältö edellä, ilman myönnetyksiä ja suoranaista myynnin tavoittelua. Suppean talouden kentällä taiteesta kerätty arvostus on tärkein saavutettava asia. (Halonen 2011, 23.) Nämä seikat luovat haasteita myös tuottajan työskentelyyn suppean talouden kentän kanssa. Tuottajan täytyy olla tietoinen valinnoissaan ja toimia samassa linjassa kuvataiteilijan arvomaailman kanssa. Toisaalta kuvataiteilijan kanssa työskennellessä tuottaja mahdollistaa sen, ettei kuvataiteilijan tarvitse keskittyä talouteen. Tuottaja voi keskittyä taloudellisen pääoman kerryttämiseen ja tuotannon hallinnoimiseen. (Mt., 26.)

Yritysten kansainvälistymisprosesseissa markkinointi ja aktiivinen myynnin tavoittelu nousee tärkeään asemaan uutta kohdemaata tavoitellessa. Kuvataiteen kohdalla oman taiteen markkinointiin ja myynninedistämiseen ei suhtauduta kovinkaan suotuisasti. Tilannetta voidaan kuvata seuraavalla tavalla:

Suomen taidekentällä kaupallisuutta, markkinointia ja tiedottamista pidetään usein kirosanoina. (Sjöberg 2010, 9).

Asenteet itsensä markkinointia kohtaan ovat kuitenkin jo muuttuneet hieman positiivisempaan suuntaan aikaisempaan verrattuna. Sitä pidetään hyväksyttävämpänä kuin ennen. (Mt., 34.) Myös Sari Karttusen tutkimuksessa tuli ilmi, että kaupalliseen galleriatoimintaan suhtaudutaan nykyään myönteisesti. Tärkeänä pidettiin kuitenkin, että galleria ja markkinat eivät päässeet vaikuttamaan taiteen tuottamiseen (Karttunen 2009, 115.) Lisäksi kansainväliseen kenttään tutustumisen myötä huomattiin, että taiteen myyminen kuului Euroopassa luonnollisena osana taidekentän rakenteeseen. Maat joissa ei ole samanlaista apurahasyysteemiä kuin Suomessa totuttavat kuvataiteilijan ajattelemaan myyntiä osana työtään. (Mt., 117.) Vaikka kuvataiteilijat voivatkin hakea apurahoja töilleen, on hyvä huomioida, että niiden riittävyys on rajallinen. Monet suomalaiset kuvataiteilijat työskentelevät joissain muussa ammatissa saadakseen rahoitettua taiteen tekemisen. Toisaalta on myös paljon kuvataiteilijoita, jotka elävät Suomessa köyhyysrajan alapuolella. Köyhyysraja vuonna 2014 oli 1170€ kuukaudessa. (Taloussanommat 2014).

Kuten taiteilijoiden ammatilliseen etenemiseen, myös taiteen ostopäätöksen tekemiseen vaikuttavat taiteilijan tai häntä suosittelevan galleristin, kuraattorin tai tuttavan suositukset. Olennaista tässä on se, että suositukset vakuuttavat ostajalle, että ostopäätös on kannattava. Taiteen ostaminen on tunnesidonnainen ja niin sanottu ylimääräinen luksusostosis: sitä ilman voi tulla hyvin toimeen, joten sen ostamiseen tarvitaan muunlaisia syitä. (Sjöberg 2010, 34.) Nämä luottohenkilöt ovat avainhenkilöitä, joiden olemassa olon tiedostaminen auttaa myös tuottajaa työskentelemään taidekentällä ja ymmärtämään taidealan rakennetta.

3.4 Kielitaidon merkitys

Kielitaidon merkityksen lisääminen kuvataiteilijoiden kansainvälistymisprosessiin voi vaikuttaa jonkin mielestä epäolennaiselta. Aikaisemmissa tutkimuksissa on kuitenkin tullut ilmi, että kielitaito ja sen riittävyys koetaan kansainvälistymiseen liittyvänä haasteena. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiön Cuporen Opetushallitukselle laatimassa Kuvataidealan osaamistarpeet tulevaisuudessa – julkaisussa mainittiin kielitaidon olevan aihealue, jossa kaivataan tukea. (Herranen & Karttunen 2012, 24.) Se, millainen kielitaito vieraalla kielellä kommunikoidessa tarvitaan, jakaa mielipiteitä. Karttusen haastatteluissa tuli ilmi, että joillekin taiteilijalle vieraan kielen hallinta niin, että tulee ymmärretyksi riittää, kun taas toiset haluavat ääntämisen ja sanavaraston olevan paikallisten tasoa. Toisaalta monet puhuvat maassa kuin maassa englantia kun taas osa haluaa kommunikoida kohdemaan omalla kielellä. (Karttunen 2009, 187.)

Risto Kuulasmaan ja Saku Tuomisen Matkanopas – kirjaan (2011) haastateltiin luovan alan kansainvälisiä tekijöitä. Kielitaidon riittävydestä kysyttäessä, tuli vastauksissa esille samoja ajatuksia kuin edellä mainitussa Karttusen tutkimuksessa. Duudsonien Jarno Laasalan kommentti kieliasiaista on yksinkertainen:

Rallienglannilla pärjää hyvin, jos sisältö on kunnossa. (Kuulasmaa & Tuominen 2011, 109.)

Kansainvälisesti palkittu mainoselokuva- ja musiikkivideo-ohjaaja Pekka Hara ajatteli kielitaidon persoonakysymyksenä. Jos henkilö pystyy olemaan vieraaksi kieleksi oma itsensä, se riittää. (Mt., 109.) Suomalaiset ajattelevat helposti kielitaitonsa huonomaksi kuin se on. Elämme harhaluulossa, että kielitaidon kuuluu olla virheetöntä, jotta voi ylipäättään kommunikoida vieraaksi kieleksi. Tätä asennetta ruokkii myös se, että julkisissa tehtävissä olevien ministerien kielitaitoa pilkataan julkisesti. Kokemuksieni mukaan suomalaisten kielitaito on vahvaa, mutta sitä vähätellään. Suomalaiseen mentaliteettiin vaikuttaa yleisesti kuuluvan ajatus siitä, minkälaista esimerkiksi oikeanlaisen englannin kielen taidon tulisi olla. Samaan aikaan italialaiset ja ranskalaiset puhuvat eksoottista englantia itsevarmasti heikolla sanavarastolla. Suomalaisen tulisi ottaa oppia heistä. Uskaltavathan suomalaiset matkustaa Kiinaan, Venäjälle tai Thaimaahan ilman, että miettivät osaavatko kommunikoida paikallisten kanssa. Kuvataiteilijoiden kansainvälistymisen mahdollisuuksia miettiessä kielitaitoa tuskin voidaan pitää ratkaisevana tekijänä. Kuvataiteilijoiden tulisi mennä tässäkin asiassa taiteen sisältö edellä.

4 MENETELMÄT JA TUTKIMUSPROSESSI

4.1 Aineistonkeruumenetelmät

Työn aineistonkeruumenetelminä toteutin haastattelututkimuksen. Lisäksi pystyin hyödyntämään aikaisempaa työkokemustani Finnagoralla havainnointimenetelmänä. Työskennellessäni kuvataiteen ja muotoilun projekteissa tuotin useita kansainvälisiä näyttelyitä Suomesta Budapestiin ja lähialueelle. Vaikka en tehnyt havainnointia kirjaamalla asioita systemaattisesti ylös opinnäytetyön aineistonkeruun aikana, auttaa työkokemukseni ymmärtämään kansainvälisen tuotannon prosessia.

Kuvataiteilijoiden osaamistarpeita ja kansainvälistymiskysymystä on tutkittu aikaisemminkin, muttei tuottajan ja kuvataiteilijan yhteistyön näkökulmasta. Aikaisemmat tutkimustulokset osoittavat, että kuvataiteilijat kaipaavat enemmän tukea kansainvälistymiseen. Cuporen Opetushallitukselle laatimassa raportissa Kuvataidealan osaamistarpeet tulevaisuudessa (2012) kansainvälistyminen nousi olennaisena osaamistarpeena esiin. Tämän lisäksi julkaisussa mainittiin kielitaidon ja verkostoitumisen olevan aihealueita, joissa kaivataan eniten tukea. (Herranen & Karttunen 2012, 24.) Erikoistutkija Sari Karttunen on tehnyt aiemmin tutkimuksen ”Kun Lumipallo lähtee pyörimään” nuorten kuvataiteilijoiden kansainvälistyminen 2000 – luvun alussa (2009) kuvataiteilijoiden kansainvälistymisestä Taiteen keskustoimikunnalle. Karttusen työssä etsittiin vastausta kuinka taiteilijan on mahdollista edetä uransa huipulle kansainvälisellä tasolla. Tekemäni työ kartoittaa kuvataiteilijan kansainvälistymisen alkuvaiheita ja kansainvälisen toiminnan kehittymistä riippuen taiteilijan motiiveista. Työssäni keskitytään ensisijaisesti niihin toimintoihin, joissa tuottaja voisi olla apuna kuvataiteilijan kansainvälistymisessä.

Toteutin työssäni laadullisen haastattelututkimuksen. Koska laadullisessa tutkimuksessa tutkitaan olemassa olevia ilmiöitä (mikä) ja niiden toteuttamista (miten), sopii tutkimustapa hyvin työlleni. Tutkimukseen valitaan pienempi määrä haastateltavia, valintaan vaikuttaa tutkijan näkemys aiheen rajauksesta. Haastateltavia valittaessa oli tärkeää huomioida, että heidän tietonsa tutkittavasta aiheesta on riittävän vankka. Näin aineistosta saadaan enemmän tietoa analysoitavaksi. (Saaranen-Kauppinen &

Puusniekka 2006.) Tutkimustapa sopi työhön hyvin, koska työn aiheen tietopohjaa ei ole saatavilla niin paljoa kuin esimerkiksi yritysten kansainvälistymisestä olisi. Tutkimusaineiston kerääminen toteutettiin teemahaastatteluilla, jotka mahdollistavat keskustelunomaisen haastattelutilanteen. Teemahaastattelussa määritellään aihealueet ja edetään kunkin haastattelutilanteen mukaan. Teemojen etukäteen valitseminen varmistaa sen, että kaikki tutkimukseen tarvittavat aihealueet käydään läpi. (Kananen 2008, 73.) Vapaammin rakennetun teemahaastattelun haittapuolena on se, että aineiston analysointiin kuluu enemmän aikaa kuin esimerkiksi kvantitatiivisen verkkokyselyn analysointiin. Toisaalta teemahaastattelussa henkilöt voivat vastata vapaammin, joka mahdollistaa monipuolisemman aineiston keräämisen. Laadin haastattelurungon aikaisempien tutkimusten pohjalta löytyneistä kuvataiteilijoiden kansainvälisyyteen liittyvistä kehitystarpeista. Jaoin haastattelun eri pääteemoihin, jonka pohjalta tein myös opinnäytetyön sisällön rajaukseen. Haastatteluja toteuttaessa huomasin, että painopisteet olivat erilaiset kuin olin ajatellut. Saadakseni haastatteluaineiston mahdollisimman tarkasti talteen, nauhoitin ja litteroin haastattelut.

Yksi haastatteluista oli puhelinhaastattelu, loput haastateltavat tapasin kasvotusten. Haastatteleamalla kansainvälisissä projekteissa toimineita kuvataiteilijoita ja heidän kanssaan työskenteleviä tuottajia hain tietoa toimivista tavoista aloittaa kansainvälinen toiminta. Samalla keräsin esimerkkejä siitä, minkälaisiin ongelmakohtiin haastateltavat ovat törmänneet kansainvälisissä projekteissa. Nämä toimivat hyvinä esimerkkeinä kansainvälisyyttä suunniteltaessa ja minimoitaessa riskien määrää. Samalla myös pystyin kartoittamaan niitä osa-alueita, joissa tuottajat voisivat toimia tukena. Jotta haastatteluaineistosta saatiin mahdollisimman kattava, oli tärkeää valita myös mahdollisimman erilaisia kuvataidealan toimijoita. Osalla haastatteluista kuvataiteilijoista projekteissa on ollut myös humanitäärisiä kuvataiteen yhteistyöprojekteja, toisilla projektit painottuivat ulkomailla näyttelyihin ja kuvataidetapahtumiin. Olennaisinta oli, että kokemusta oli myös pohjoismaiden ja Euroopan ulkopuolelta. Tuottajien kohdalla valitsin haastateltaviksi henkilöitä, jotka työskentelevät kansainvälisesti toimivassa kuvataidealan organisaatiossa. Haastateltavilla on kokemusta kansainvälisistä projekteista vähintään 10 vuoden ajalta. Tämän vuoksi on mielestäni perusteltua sanoa, että heidän kokemuksensa kansainvälistymisestä on riittävän pitkältä ajalta ja tiedot sopivat tutkimusaineistoksi. Teemahaastattelujen kysymysrunnot löytyvät

liitteistä. Kuvataiteilijoiden haastattelu löytyy liitteenä 1 ja tuottajien haastattelu liitteenä 2.

Haastattelin kahta tuottajaa, joista toinen oli Framen ohjelmapäällikkö Taru Elfving. Elfving on työskennellyt aikaisemmin myös Hiapilla. Saadakseni työhöni myös yrittäjänäkökulman haastattelin Ama Gallerian Birgitta Onniselkää. Tuottajien lisäksi haastattelin neljää kuvataiteilijaa, kahta miestä ja kahta naista. Yksi kuvataiteilijoista, Minna-Maija Lappalainen on tehnyt kymmenen vuoden ajan töitä myös tuottajana, joten hän vastasi kysymyksiin tuottajan ja kuvataiteilijan näkökulmasta. Kuvataiteilijahaastatteluissa haastattelin turkulaisen IC 98 taidekaksikon Patrick Söderlundia, kuvanveistäjä Tommi Toijaa ja kuvataiteilija Katja Tukiaista. Saadakseni eri näkökulmia ja motiiveja kansainvälistymiseen valitsin taiteilijoita, jotka ovat tehneet erilaisia kuvataideprojekteja.

Haastateltavien esittelyt

Taru Elfving työskentelee Visuaalisen taiteen keskuksessa Framessa ohjelmapäällikkönä ja toimii työssään myös kuraattorin tehtävissä. Hän kuratoi muun muassa vuoden 2015 Venetsian biennaalin, jonne Suomea menee edustamaan IC 98. Elfving oli myös vuoden 2014 ARCOMadrid nykytaidemessuilla kuraattorina.

Ama Gallerian tuottaja **Birgitta Onniselkä** oli juuri osallistunut Madridissa järjestettyyn ARCOMadrid nykytaidemessuihin. Hän kertoi haastattelussaan tuoreet tiedot maailman yhdestä merkittävimmästä nykytaiteen tapahtumasta. Suomi oli tänä vuonna teemamaana ARCOMadridissa. Mukana messuilla oli 13 suomalaista galleriaa.

Minna-Maija Lappalainen on työllistynyt viimeisen kymmenen vuoden ajan suomalais-senegalilaisesta Taf Taf kulttuuri- ja kehityshankkeesta. Hankkeen toiminta tapahtui Senegalissa yhteistyössä dakarilaisen alueyhdistyksen ja Turun taiteilijaseuran kanssa. Lappalainen toimi hankkeen pääkoordinoijana, joten sain häneltä niin kuvataiteilijan kuin tuottajan näkemystä kansainvälistymisestä. Lappalainen on toiminut Varsinais – Suomen läänintaiteilijana ja työskennellyt edistääkseen muun muassa prosenttiperiaatteen käyttöön ottamista Turun kaupungin julkisessa rakentamisessa.

Patrick Söderlund vastasi haastattelussa kansainväliseen toimintaan IC 98:n pohjalta. IC 98 on Söderlundin ja Visa Suonpään muodostama turkulainen taiteilijaryhmä. IC 98 töitä on luonnehdittu käsitelähtöiseksi nykyaiteeksi, jossa yhdistyy tutkimus, piirros ja animaatio erilaisissa julkaisuissa ja installaatioissa. IC 98 osallistui vuoden 2014 ARCOmadridiin ja heidät on valittu edustamaan Suomea 2015 Venetsian biennaaliin. Kaksikko oli ehdolla myös 2014 vuoden Ars Fennica palkinnon saajaksi.

Tommi Toija on helsinkiläinen kuvanveistäjä, jota edustaa myös Galleria Forsblom. Toijalla on ollut lukuisia yksityis- ja yhteisnäyttelyitä eri puolella maailmaa. Hänen viimeisimmät näyttelyt olivat painottuneet Pohjoismaihin, Ruotsiin, Norjaan ja Tanskaan. Tommi Toijan teoksia on lukuisissa suomalaisissa taidekokoelmissa, muun muassa nykytaidemuseo Kiasmassa ja Sara Hildénin taidemuseossa.

Katja Tukiainen on kuvataiteilija ja sarjakuvataiteilija, jonka laaja-alaisista kansainvälisistä projekteista löytyy esimerkiksi Intiassa tehty ihmisoikeusprojekti sarjakuvan keinoin. Tämän lisäksi Tukiainen on tehnyt lukuisia yksityis- ja yhteisnäyttelyitä ulkomailla esimerkiksi Lontoossa, Pariisissa, Berliinissä, Pietarissa ja aina Aucklandissa asti. Katja Tukiasta edustaa Suomessa ja globaalisti Galleria Forsblom. Hän on toiminut Uudenmaan lasten – ja nuorten kulttuurin läänintaiteilijana.

4.2 Aineiston analyysi

Työni aineiston analyysi on sisällönanalyysi. Haastattelujen litteroinnin jälkeen poimin aineistosta pääkohdat, joka auttoi tiivistämään tietoa ja erottelamaan kokonaisuuksia. Tätä huomiokohteiden nostamista aineistosta voidaan kutsua myös teemoitteluksi. (Kananen 2008, 91.) Alleviivasin haastatteluaineiston litteroinnista tärkeimmäksi koettut lauseet tai lauseista muodostuneet kokonaisuudet. Näin sain hahmotettua selkeämmin aineiston kokonaiskuvan. Vaikka kysymykset olivat itsessään teemoitettuja, nousi tässä vaiheessa vielä ylös eri tavoin teemat. Esimerkiksi verkostojen merkitys löytyi jokaisen jakamani teeman alapuolelta, muodostaen ryhmän joka kuvasi miten monella eri tavalla verkostot vaikuttavat kuvataiteen kentällä.

Visuaalisena ihmisenä koin luontevimpana aineiston analyysin pääkohtien jakamisen omiksi miellekarttoiksi. Jaottelin nostamani pääkohdat miellekarttoihin ja lisäsin niihin liittyvät alaluvut, jolloin pystyin hahmottamaan aineistoni asiakokonaisuudet. Tämä jaottelu auttoi myös ymmärtämään eri alalukujen yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia. (Mt., 94.) Lisäksi sisällön rakenne ja tärkeimmät huomiokohteet alkoivat hahmottua. Analysoidessani aineistoa pystyin vertaamaan niitä myös omaan kokemukseeni tuottajana kuvataiteen ja muotoilun vientihankkeissa. Kokemukseni auttoi minua muodostamaan loppupäätelmät ja laatimaan kehittämissideoita tuottajan rooliksi kuvataiteilijoiden kansainvälistymisprosessissa.

5 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimustuloksissa tuon esille olennaisimmat seikat kuvataiteilijan kansainvälistymisprosessista ja erilaiset motiivit kansainvälistymiselle. Lisäksi tuon esiin kuvataiteen erityispiirteitä, joita ymmärtämättä tuottajan on mahdotonta kommunikoida kuvataiteen kentällä. Toivon tämän auttavan tulevaisuuden tuottajia ymmärtämään minkälaisiin huomiokohtiin heidän tulisi keskittyä työskennellessään tuottajana kuvataiteen kentällä. Erilaisten motiivien ymmärtäminen mahdollistaa myös tuottajalle erilaisia toiminnan muotoja. On hyvä huomioida, että mainittavat kansainvälistymisen keinot kuvataiteilijoiden kohdalla ovat useimmiten myös sellaisia, joita tuottaja voi käyttää apunaan kansainvälistymisprosessin valmisteluissa. Tutustumalla ja mahdollisuuksien mukaan hakeutumalla töihin tai harjoitteluun esimerkiksi erilaisiin kuvataiteen kansainvälisiin tapahtumiin Suomessa tai ulkomailla tuottaja saa itselleen sisällön perehtymisen lisäksi työhön tarvittavia verkostoja ja henkilökohtaisia suhteita.

5.1 Kansainvälisen toiminnan aloittaminen

Kansainvälisen toiminnan aloittaminen saattaa kiinnostaa kuvataiteilijaa erilaisista syistä. Haastateltavat muistuttavat, että kansainvälistyminen ei kuitenkaan ole itseisarvo kuvataiteilijan työlle. Alkuun on hyvä miettiä ensisijaiset tavoitteet ja tunnistaa omat motiivit kansainvälistymiselle. Vasta tämän jälkeen on päätöksen teon aika.

”Se pitää jollain tavalla myös itse pystyä näkemään, et minkä takia kokee, että oman työskentelyn pitäisi tapahtua kansainvälisessä kontekstissa. Eikä suomalaisessa.” (Elfving 2014).

”Onko se itseisarvo, että onko teos esillä Nurmijärven kirjastossa vai jossain Mazzano Romanon kirjastossa... Eihän sillä ole mitään merkitystä. (--) Jos taiteilija kokee, että se haluaa teoksellaan vaikka kommentoida maailmaa niin silloin sen on pakko matkustaa jonkin verran.” (Tukiainen 2014).

Elfving sanoo myös, että motiiveina kansainvälistymiselle voi olla halu päästä osaksi kansainvälistä dialogia taiteensa kanssa. Jos kuvataiteilijan tekemä taide kommentoi kansainvälisesti relevantteja aiheita, on sen kansainvälistymiselle perusteltu syy. Toi-

saalta taide voi taas olla hyvinkin paikkasidonnaista ja juuri sen vuoksi erityistä ja arvokasta. Tällöin kansainvälistyminen ei välttämättä ole tarpeellista. IC 98:n työskentelylle paikkasidonnaisuus teoksissa on ollut varsinkin alussa olennainen asia, eivätkä he suunnitelleet kansainvälistymistä tietoisesti.

”Mikä tahansa paikka on hyvä ja mielenkiintoinen, sitten kun se tulee kohdalle. Me ei aktiivisesti haettu mihinkään, meitä aina pyydettiin.” (Söderlund 2014).

Lappalainen kertoi hänen pitkän kansainvälisen toiminta-ajan olevan enemmänkin sattumien summa. Kansainvälisiin kuvataiteen projekteihin hän arveli päässeensä osittain vahvan kielitaidon vuoksi. Taf Taf hanke laajeni sen vuoksi, ettei lyhyitä rahoituksia voinut hakea mistään sen kaltaisille hankkeille. Lopulta rahoitus saatiin Ulkoministeriöltä.

”Siellä piti heti paikalla sitten yksivuotinen projekti pykästä pystyyn ja mä olin ajatellut, et tää olis vaan muutaman kuukauden mittainen juttu.” (Lappalainen 2014).

Syyt kansainvälistymiseen saattavat löytyä myös mielenkiinnosta työskennellä eri kulttuuristen ihmisten kanssa. Kansainvälistyminen tarjoaa mahdollisuuden oppia uutta niin itsestä kuin toisesta kulttuurista. Kohdemaan paikallisiin ihmisiin tutustuminen, eri maissa vallitsevien kulttuurien ja yhteiskunnan rakenteen ymmärtäminen voivat olla syitä kansainvälisiin projekteihin hakeutumiselle.

”Pääsee tutustumaan niihin tavallisiin ihmisiin semmoisen tasavertaisen toiminnan kautta, eikä niin, et toinen palvelee toista.” (Lappalainen 2014).

”Sellainen aito kansainvälistyminen on mun mielestä sitä, että mennään just tekemään niitten paikallisten ehdoilla.” (Tukiainen 2014).

Toisaalta kansainvälisten projektien kautta voidaan saada lisää potentiaalisia asiakkaita, mikä mahdollistaa taiteen ja teosten tekemisen tulevaisuudessa. Myös eläminen maksaa. Toija muistuttaa, että kuvataide on hänelle nimenomaan ammatti. Hänellä on juoksevat kulut työhuoneesta ja perhe.

”Mitä enemmän liikkuu niin niistä kenties jossain vaiheessa alkaa saamaan enemmän rahaakin. Ja se taas mahdollistaa sellaisten juttujen tekemiseen... fyysisten asioiden tekemiseen, töiden ja materiaalien, joita ei oo aiemmin ollut mahdollista.” (Toija 2014).

”Suomen markkinat on aika pienet. Jos sitä kasvu haluaa... niin kyl sitä pitää rajojen ulkopuolelle lähtee”. (Onniselkä 2014).

Rahoitus mainitaan suurimmaksi epävarmuustekijäksi kansainvälisissä projekteissa. Vaikka mahdollisuudet esimerkiksi myyntiin ovat joissain määrin suuremmat ulkomailla kuin kotimaassa, on alkuasetelma ymmärrettävä ennen toimintapäätöstä. (Raatikainen 2013, s 16.) Taiteilijan tulee ymmärtää omat ja toisaalta yhteistyökumppaniensa resurssit, ennen kuin tekee päätöksiä. Ei ole järkeä, että ottaa liian suuren riskin itselleen. Paras lähtökohta on tulla kutsutuksi, jolloin lasku menee pääsääntöisesti kutsujalle. Tässäkin kannattaa olla tarkkana, ettei tule yllätyksiä.

”Joitain näyttelyitä on kariutunut ihan sen takia, että kutsuja tai vastaanottava taho ei ole pystynyt tai voinut järjestää teoskuljetusta. Ei olla ajateltu esimerkiksi tullaus- tai vakuutusmaksuja ja on jouduttu perumaan.” (Tukiainen 2014).

Muita huomioitavia asioita ovat omat valmiudet kansainvälistymiseen. Jos haluaa vakuuttaa yleisön tai tulevan yhteistyökumppanin on tärkeää, että ”oma paketti on kasassa” (Söderlund 2014). Lisäksi tulee miettiä, onko itsellä olemassa sopivia verkostoja ja monissa tapauksissa taiteilija saattaa tarvita galleriaa tai muuta suosittelijaa avukseen. Välittäjäportaan olemassa olo on varsinkin ulkomaille lähtiessä tärkeää. (Raatikainen 2013, 16.) Pelkkien ideoiden esittely tai teoskuvien lähettely gallerioihin tai muille yhteistyökumppaneille todettiin ajanhukaksi.

”(--))sulla täytyy olla jotain suhteita. On täytynyt tavata joku. Sul täytyy olla joku referenssi.” (Söderlund 2014).

”Niille [isoimmille gallerioille] tulee joku kymmenen miljoona sähköpostia eri taiteilijoilta. Mä luulen, et ei ne niihin kauheesti reagoi. (--)) pitäis olla joku, joka osaa puhua sun puolesta ja viedä asiaa eteenpäin.” (Toija 2014).

”(--))esimerkiksi Ranskassa tai Lontoossa... ne kysyy heti, et kuka sua edustaa. Sulla pitää olla yhteistyökumppani. Koska jossei sulla oo niin ne

on 'aijaa, sulla ei oo galleriaa'. Et mikäs tyyppi tollanen on.” (Onniseikä 2014).

Sama asia koskee kaikkia prosessin osallisia: kuraattoreja, tuottajia ja gallerioita. Kuvataidemaailmassa tarvitaan oikeanlaiset verkostot ja tukijoukot jotta voi päästä tiettyyn asemaan. Tämä on haaste, joka tulee hyväksyä työskennellessä kuvataiteen kanssa. Lisäksi omien resurssien ja osaamisen tunnistaminen suhteessa toisiin auttaa löytämään oikean paikan kansainväliseltä kentältä sekä kehittymään ammatillisesti. Toisaalta nähdessään useammanlaisia toimintamalleja voi omaksua itselleen niistä toimivimmat. Oman, niin kuvataiteilijan kuin tuottajan, työn tekemisellä ammatillisesti ja tuottajan aktiivisuudella kentällä päästään jo pitkälle.

”Ja se on just ihan sellainen ruohonjuuritason avainasioita, et miten toimia. Sekä taiteilijat, kuraattorit että instituutiot näkis oman toimintansa suhteessa kansainvälisiin toimijoihin. Vastaaviin toimijoihin, ei vain suomalaisiin.” (Elfving, 2014).

”Siitähän se varmaan lähtee, että sä teet omat hommas täällä aivan helvetin hyvin ja koetat saada niille jotain, joka diggaa niistä ja potkii pikkusen jonnekin suuntaan. Se on 'herran haltuun' – meininkiä.” (Toija, 2014).

5.2 Kansainvälisyyttä edistävät tukirakenteet

5.2.1 Kansainvälistyminen Suomessa

Kansainvälistyminen ja kansainvälinen verkostoituminen on useimmiten suositeltavaa aloittaa Suomen kansainväliseen kenttään tutustumalla. Tällöin pääsee alkuun ilman, että tarvitsee lähteä ulkomaille ja riskit pysyvät pienempinä. Osallistumalla Suomessa kansainväliseen taidekeskusteluun pystyy havainnoimaan omaa taidetta suhteessa kansainväliseen kenttään. Tämä on olennaista, voidakseen paikantaa itsensä kansainvälisen taiteen kentällä ja löytääkseen oikeanlaisen ympäristön taiteelle. Sen kautta on helpompi myös ymmärtää, minkälaiset yhteistyömahdollisuudet antaisivat eniten. Toisaalta suomalaisten tukiverkostojen kautta myös oikeanlaisten kontaktien löytäminen on helpompaa, jollei itse tiedä mihin menisi tai kenen kanssa aloittaisi yhteistyön. (Elfving 2014.)

”Jos meidän suomalainen kenttä on kansainvälinen ja moniääninen ja vahvassa yhteydessä niihin globaalisti käytyihin taiteen ilmiöihin ja keskusteluihin... niin silloinhan sun ei tosiaan tarvi lähteä muualle kun sä jo jollain tavalla näet työsi osana kansainvälistä kenttää.” (Elfving 2014).

”Mä voin vaan sanoo, et tee niin hyviä teoksia tai projekteja... Suomi on niin pieni maa, et kyllä ne ammattilaiset sen näkee. Suomi on siinä mielessä hyvä, Lontoossa ja Nykissä on niin paljon enemmän kilpailua.” (Söderlund 2014).

Kansainvälisen toiminnan aktiivinen ylläpitäminen hyödyttää niin kuvataiteilijoita kuin muita taidealan toimijoita Suomessa. Esimerkiksi kansainvälisten kuraattoreiden tuominen Suomeen tutustumaan suomalaiseen taiteeseen on tehokas tapa hyödyttää kerralla useampia suomalaisia kuvataiteilijoita. Samalla voidaan pitää asiantuntijaseminaareja, joissa voidaan vaihtaa ajatuksia kansainvälisen taidekentän ilmiöistä ja rakenteesta. Tällä on mitä todennäköisimmin huomattavasti suurempi vaikutus kuin yksittäisten suomalaisten taiteilijoiden tai kuraattorien viemisessä ulkomaille. Suomalaisten taiteilijoiden ulkomailla vieraileminen on myös tärkeää, muttei ymmärrettävästi riitä Suomen kuvataidekentän kansainvälisyyden ylläpitämiseen. Haasteena tässä on kuitenkin rahoitus, koska se on kohdistettu suomalaisten viemiseen ulkomaille. Resurssit ulkomaalaisten ammattilaisten kutsumiseen ovat pienet jopa suuremmilla museoilla, puhumattakaan taiteilijalähtöisistä toimijoista. Hiapin toiminta on mahdollistanut paljon ulkomaalaisten ammattilaisten saapumista Suomeen. Toiminnan tehokas hyödyntäminen vaatii aktiivisuutta niin taiteilijoilta kuin Hiapin ja muiden tukioorganisaatioiden toimijoilta. (Elfving 2014.)

”(--)haaste on siinä [Hiapin toiminnassa], että millä tavalla pitää se avoimena ja mahdollisimman aktiivisesti yhteydessä tähän paikalliseen kenttään ja paikallisiin taiteilijoihin. (Elfving 2014).

5.2.2 Kansainväliset opinnot

Opinnot tarjoavat monesti vaihtoehtoja kansainvälistymisen aloittamiselle. Vaihtoon lähteminen on helppo tapa päästä ulkomaille opiskelemaan ja tutustumaan kohde-

maan toimintaan. Haastateltavista Taru Elfving ja Katja Tukiainen ovat opiskelleet ulkomailla kuvataiteen opintoja. Molemmat kokevat ulkomailla tapahtuvien opintojensa auttavan olennaisesti ammatillisessa kehitymisessä ja antavan myös kansainvälistä suuntaa työlleen.

Taru Elfving teki vaihtovuoden yliopistosta Englannissa Lesterissä ja palasi Lontoon Goldsmithsiin visuaalisen kulttuurin laitokselle tekemään gradun ja väitöskirjan. Elfvingin mielestä yksi oleellisimpia eroja Suomessa opiskeluun oli, että Lontoossa käytännön ja teorian rajat eivät olleet niin selkeät. Hän sai opiskelijakollegoiksi monia taiteilijoita, jotka tekivät väitöskirjaa teorian puolella. Tämä syvensi ja mahdollisti hänen verkostoitumistaan Lontoon nykytaidekenttään. Katja Tukiainen haki Venetsian kuvataideakatemiaan, koska koki Suomen taideteollisen opintonsa keskittyvän liian vähän maalaustaiteeseen. Hänen mielestään taidehistorian ja klassinen anatomian opiskelu oli Venetsiassa todella antoisa kokemus.

Muilla haastateltavilla ei ollut taideopintoja ulkomailla vaan kansainvälisyys oli alkanut jollain toisella tapaa. Tommi Toija on tehnyt joitain kansainvälisiä projekteja Kuvataideakatemiaan kanssa. He tekivät muun muassa kiertonäyttelyn, joka oli esillä Krakovassa, Prahassa ja Helsingissä. Hän ei koe tämän kuitenkaan olevan yhteydessä jälkeisiin kansainvälisiin projekteihinsa. Kuvataideakatemiaan aikana hän keskittyi enimmäkseen tekniikan opetteluun, ei niinkään kansainvälisyyteen. Muiden opinnot eivät olleet mahdollistaneet kansainvälistymistä. Tämä johtui osittain siitä, että kansainvälisyys on lisääntynyt kuvataidealan opinnoissa vasta viimeisen kymmenen vuoden aikana.

5.2.3 Gallerioiden rooli kansainvälisessä kentässä

Yksityisten gallerioiden kansainvälinen toiminta painottuu erilaisiin kaupallisiin taide-tapahtumiin ja messuihin Suomessa ja ulkomailla. Samoin kuin kuvataiteilijoilla on gallerioiden verkostoilla ja suosittelijoilla suuri merkitys etenemiseen kansainvälisellä kentällä. Taidemaailma ja sen tapahtumat ovat todella hierarkkinen kokonaisuus. Sisäänpääsyyn ei auta raha tai edes laadukas taide vaan sinne pääsee ajan kanssa suhteilla ja arvostuksella. Koko maailman arvostetuimpiin taidetapahtumiin kuuluvat

Lontoon Frieze- messut ja Sveitsin Basel- messut. Messuille valituksi tuleminen on kuin lottovoitto ja maksaakin melkein yhtä paljon. Viisipäiväisesti vierailuista voi tulla kymmenien tuhansien tai jopa sadantuhannen lasku gallerialle, jos pääsee tekemään installaation Baselin taidehalliin. (Sjöberg 2010, 22.)

”Kyllähän kuvataiteessa ne taiteen rakenteet on aika konservatiisii, varsinkin mitä lähemmäs Keski-Eurooppaa mennään. Et ei siel kauheesti pysty sooloilemaan. Niinku ne messujutut, se juryttaminen. Sun pitää haakee ja sun pitää todistaa, et oot vakavasti otettava galleria. Eikä siin sit yleensä, tost noin vaa... et perustanpa gallerian, menen Baselin taide-messuille. Ei se vaan käy niin. Siel on ne portaat, jotka pitää kiivetä ylös.” (Onniselkä, 2014).

Tämän vuoksi gallerioiden tulee miettiä messuihin osallistumisen myös kustannustehokkaasti. Gallerioiden osallistuminen messuille on valtava taloudellinen panostus. Tilaa on vähän ja aikaa rajallisesti tavoittaa taidemaailman avainhenkilöitä, kuten kuraattoreita ja potentiaalisia asiakkaita, kuten kollektoreja. (Toija ja Onniselkä 2014.) Gallerioiden tuki kansainvälistymisessä ei ole niin suurta kun sen toivottaisiin olevan. Suomessa tärkeimpinä kuvataiteen kansainvälisyyttä edistävinä toimijoina nostetaan esille HIAP ja Frame. Gallerioiden kohdalla koetaan, että tukea saadaan kyllä Suomessa järjestettyihin näyttelyihin. Kansainvälinen toiminta, kuten messuille osallistuminen ja ulkomaalaisten gallerioiden etsiminen sekä vaihtonäyttelyiden järjestäminen koetaan passiiviseksi. Katja Tukiainen sanoi tavanneensa joitain kansainvälisiä kuraattoreja galleriansa kautta, mutta kaipaa enemmän messuvientiä. Tommi Toija kaipaa enemmän kontakteja ja vaihtonäyttelyitä gallerioiden kautta. Messuihin hän suhtautuu hieman varauksella. Myös IC 98:n taiteilijat vierastavat ajatusta aktiivisesti itsensä viemisestä.

”Vähän niinku American car show, paitsi taidemessuilla ei ole makaa-massa tyttöjä autojen päällä. Kauppamiehet yrittää kaupata tuotteitaan. Kyllähän niissä kiertää kuraattoreja ja muuta, mut mä suhtaudun hieman skeptisesti niihin.” (Toija, 2014)

”Messuilla tapaa nopeasti paljon ihmisiä, mut se edellyttää, et se galleria on tosi aktiivinen. Se ei riitä, et sä seisoskelet siellä. (--).Jos sä lähet messuille taiteen rakastamisen asenteella niin ei tuu mitään. Koska messut on myyntiä”. (Söderlund, 2014)

Galleria AMA ja Birgitta Onniselkä on osallistunut juuri ARCOmadridiin. Heidän taiteilijansa Elina Brotheruksen töitä valittiin ARCON säätiön kokoelmiin ja suomalaiset saivat kaiken kaikkiaan positiivista palautetta. Panos oli pienelle gallerialle suuri, mutta Onniselkä kertoo sen olevan kannattava tulevaisuutta ajatellen. Ama galleria sai kontakteja, joista se uskoo saavansa hyötyä tulevaisuudessa taiteilijoilleen. Vaikka messuille toivotaan uutta vaihtoehtoa, on osallistuminen niiden keskeisen merkityksen vuoksi jatkossakin perusteltua. (Raatikainen 2013, 16.) Kansainvälisille taide-messuille kokoontuu alan asiantuntijat, joiden tavoittaminen yhtä suurella volyyymilla olisi muutoin todennäköisesti mahdotonta.

”Messut on hyviä. Niissä on ammattilaispäivät, museoita, kuraattoreja, taidelehtiä, keräilijöitä... ne messut on tuhannen taalan paikka. Saatiin nytkin taiteilijakontakteja, ettei se oo pelkästään, et kuinka paljon sitä myydään”. (Onniselkä, 2014).

Ongelmana on, että kontaktien hyödyllisyyttä on vaikeaa määritellä heti. Esimerkiksi museoissa asiat etenevät pidemmällä aikavälillä kun suunnitelmat tehdään kerralla useaksi vuodeksi. Yhteydenotto voi tulla taiteilijalle vasta parin vuoden päästä tapaamisesta. Tuolloin ei välttämättä osaa yhdistää minkä vuoksi yhteydenotto tulee. Kartoittaessani syitä miksi galleriat eivät toimi niin aktiivisesti kuvataiteilijoiden kansainvälistymisen edistäjänä olivat kuvataiteilijoilta saadut vastaukset suuntaa antavia. Syiksi ajateltiin gallerioiden pienet resurssit ja oman gallerian ylläpitämiseen kuluva aika sekä fyysisten tilojen ylläpitämiseen menevät kulut, jotka vähentävät galleristin rahallisia resursseja toimia kansainvälisellä kentällä. Gallerioiden yhteistyö kansainvälisellä tasolla esimerkiksi vaihtonäyttelyiden kautta koettiin ongelmalliseksi sen vuoksi, että galleriat ovat osittain kilpailevassa asemassa.

”Unohdetaan fyysinen galleria, se tuottaa hirveesti kuluja yrittäjälle ja ne kulut tulee maksettavaksi osittain taiteilijalle provikoin. (--) Keskittyy vaan niihin gallerian toimintoihin, joka on se kommunikaatio.” (Söderlund, 2014).

”Se ei oo gallerian etujen mukaista tavallaan, et se järjestää taiteilijalle näyttelyn toiseen galleriaan. Vaikka siinä tulee se, et CV [taiteilijan] kasvaa ja muuta niin ne ajattelee sen kuitenkin taloudelliselta kantilta. Se on niitten myynnistä pois. Kannattaa enemmän ottaa ostajat heille itselleen.” (Toija, 2014).

Kartoittaessa minkäläistä tietoa käytännössä kansainvälisistä gallerioista sitten kaivattaisiin, oli vastaus selkeä. Listausta niin taiteilijavetoisista kuin kaupallisista gallerioista, jotka ovat kiinnostuneita yhteistyöstä suomalaisten kuvataiteilijoiden kanssa.

”Kontakteja tavallisista taiteilijoista, jotka on kunnan tekijöitä. Ei mitään julkkiksia tai megamenestyjiä. Olisi kunnan gallerioita ja kontakteja, joihin vois ottaa yhteyttä. Joista voisi olla jotain iloa jatkossakin. Kenties niin, että johonkin galleriaan pääsisi pitämään näyttelyitä tiettyinä ajanjaksoina. Vaikka kolmen vuoden välein samaan paikkaan.” (Lappalainen 2014).

Listauksessa olisi hyvä olla galleriat, joihin taiteilija voi itse hakea eroteltuna niistä, joihin tarvitsee suomalaisen gallerian taustalle. Monella suomalaisella kuvataiteilijalla ei ole galleriaa taustalla, joten listaus tällaisista gallerioista on tarpeellinen. Lisäksi gallerioiden valmius sitoutua pidempiaikaisempaan yhteistyöhön on Lappalaisen mielestä olennainen tieto. Tämä on myös tuottajan verkostoitumisen kannalta olennainen seikka yhteistyökumppanien kartoittamisen jaotteluun. Pidempiaikaisten yhteistyökumppanien löytäminen antaa eniten kaikille osapuolille luomalla alalle kaivattua pitkäjänteisyyttä.

5.2.4 Residenssit

Residensseissä oleskelu jakaa ihmisten mielipiteitä. Kokemukset riippuivat siitä kuinka organisoitua residenssin toiminta on. Kaikki haastateltavat kuvataiteilijat ovat olleet residenssissä. Perinteisen residenssin koetaan eristävän ihmisiä liikaa paikallisista ja niiden hyöty kansainvälistymisessä koetaan pieneksi. Toisaalta hyvin organisoituna ne ovat toimivia verkostoitumiseen. Residenssioleskelu koetaan myöskin toimivaksi verkostoitumistavaksi aloittelevalle taiteilijalle. Jotkut ovat saaneet residenssistä hyötyä työskentelylleen, joko yksin tai paikallisten kanssa.

” Tutustunut ihan hirveesti ihmisiin. Kaikenmaalaisiin. Suomalaisiinkin taiteilijoihin tutustunut tosi paljon, mut myös ulkomaalaisiin. Ja sit Senegalilaisiin, sekä taiteilijoihin, ennen kaikkea tavallisiin ihmisiin. Monta kertaa olenkin ajatellut, et se syy miksi halusin tuollaisen projektin tehdä. Et ei mitään semmoista perinteistä residenssiä missä suomalaiset on keskenään jossain talossa.” (Lappalainen, 2014)

”Kahden viikon residenssi, mä vedin sen aikana pajan paikallisten koulu-
laisten kanssa. Sit siitä tehtiin näyttely. Siitä maksettiin myös palkka, joka
on tosi harvinaista.” (Tukiainen, 2014)

”Tuollaisia puolen vuoden ku mäkin olin niin siinä ehtii [saamaan hyötyä].
(--)En sit tiä noista parin viikon residensseistä. Ehkä siin ehtii verkostoi-
tua, se on tietty. Mut ei se fyysiselle tekemiselle oo. (--) Tietty ideoita jos
kerää, pitää luonnoslehtiö mukana. Riippuu mitä tekee.” (Toija, 2014)

”Ulkomailla oleskelu(IC 98:n) ei liity kansainvälisyyteen tai sen saavutta-
miseen. Työ tehdään Suomessa ja sen tyyppistä työtä voisi tehdä missä
vain. Residenssi ei automaattisesti tarkoita sitä, että se jotenkin olisi se
kansainvälisyys, välttämättä. Se voi olla, muttei välttämättä ole sitä.”
(Söderlund 2014)

”Jos sä aktiivisesti hakeudut residensseihin niin tapaa sitä kautta myös
paljon ihmisiä. Residensseissä on aina se, että mitä muita taiteilijoita tai
kuraattoreja niissä on. (--) Sellainen residenssi, mihin liittyy näyttely resi-
denssiajan jälkeen on hyvii paikkoi nuoremmille taiteilijoille. Sä voit viet-
tää aikaa siellä, sä tapaat ihmisiä ja on taattuna vielä se näyttelyaika sii-
nä.” (Söderlund, 2014)

Hiapin ja Framen tavoitteena on aloittaa vuonna 2015 residenssitoiminta vaihdot niin
sanottuihin vaikeammin päästäviin ja parempiin residensseihin. Näiden residenssien
toiminta on suunniteltu hyödyttämään taiteilijaa ammatillisesti mahdollisimman paljon.
Kyseessä on residenssit, joihin taiteilija ei pysty itse hakemaan suoraan. Frame, Hiap
ja haussa oleva residenssiorganisaatio valitsee yhdessä sopivat taiteilijat. Olennaista
on myös, että rahoitusrakenteet olisivat valmiiksi suunniteltuja. (Elfving 2014.) Yksi
tämän hetkinen ongelma residenssitoiminnassa on, että rahoitus haetaan useasta eri
kohteesta. Tätä prosessia pyritään helpottamaan.

”He [residenssiorganisaatiot] tietävät kuitenkin parhaiten, et minkälainen
taiteellinen työ on heille mielekästä. Ja mitä varten heillä on siellä osaa-
minen, verkostot ja tukirakenteet. Me taas tunnetaan paikallinen kenttä
täällä parhaiten.” (Elfving 2014).

Residenssitoiminta voi parhaimmillaan toimia siltana kahden kulttuurin välillä ja avus-
taa sen toimintaan osallistujia kommunikoimaan keskenään globaalilla tasolla. Tuot-
tajien organisointi- ja kommunikointikykyä voitaisiin hyödyntää enemmän itse resi-
denssitoiminnassa. Tuottaja voisi esimerkiksi osallistua residenssien oheisohjelman
tuottamiseen, rahoituskanavien selvittämiseen ja tiedottamiseen. Erilaisten osaajien
sitouttaminen toimintaan mahdollistaisi toiminnan laajemman hyödyntämisen.

5.2.5 Tapahtumat ja muut keinot

Kuvataiteen kansainvälisiä tapahtumia löytyy Suomesta ja ulkomailta runsaasti. Tiedonsaaminen tapahtumista onnistuu esimerkiksi seuraamalla edellä mainittujen Framen ja Hiapin sekä erilaisten taiteilijajärjestöjen, taidelehtien ja -tapahtumien tiedotusta heidän verkkosivuillaan, sosiaalisessa mediassa ja postituslistoilla. Kansainväliset biennalet ja triennalet ovat arvostettuja toimintakenttinä ja toimivat myös kansainvälisinä tapaamispaikkoina kaikille taidekentän ammattilaisille. Ne ovat myös vähemmän kaupallisia kuin esimerkiksi messut. (Sjöberg, 2010, 22.) Esimerkiksi Super Market Tukholma taidemessut ovat taiteilijavetoisten gallerioiden ja pienten toimijoiden taidetapahtuma Tukholmassa. Tapahtumassa pystyy tapaamaan muita taiteilijoita ja tämän kautta löytämään itselle sopivia verkostoja. (Lappalainen, 2014.) Muut taiteilijat ovatkin avainasemassa, jos halutaan oppia toisesta maasta sen toimintamalleista ja kentän rakenteista. Suomessa voi esimerkiksi panostaa kaupunkien kansainvälisiin taidetapahtumiin, joissa ammattilaisia on enemmän liikkeellä samaan aikaan. Tieto kulkee tapahtumista suusta suuhun tapahtumien ilmiöistä. Suurien osallistujamäärien vuoksi tiedonkulku on tehokkaampaa kuin esimerkiksi pelkkiin gallerioihin keskittyessä. (Söderlund 2014.)

”Jos me pidetään Lahdessa [Keksi] tai Kuopiossa [ANTI] kaupunkitaideprojekteissa, siel on ulkomailta ihmisiä. Toisii taiteilijoita ja alan ihmisiä. Se on sitä kautta levinyt. Taidelähtöisesti, sanoisin.” (Söderlund 2014).

”Varsinkin jos ne [tapahtumat] on kansainvälisiä niin minkä tahansa maan taiteilijoihin. Sitä kautta on helpompi. Taiteilijakontaktit on ehkä kuitenkin parempia kuin lähtisi heti paikalla etsimään galleristia.” (Lappalainen, 2014).

Edellä mainitut ammattilaistapahtumat toimivat erinomaisina verkostoitumispaikkoina ja ilmiöiden sekä keskusteluiden havainnoimispaikkoina myös tuottajille. Lisäksi tapahtumiin osallistuminen on mielestäni avainasemassa, jotta tuottaja pystyy ymmärtämään tapahtumaa myös osallistujan kannalta. Keskusteltaessa muiden osallistujien kanssa ja osallistuessa tapahtumaan sen rakenne avautuu eri tavalla kuin vain tuottaessa tapahtumaa asiakkaille. Mitä laajemmin tuottaja pystyy käsittelemään tuotantonsa sen monialaisemmin ja varmemmin ne toimivat myös käytännön tasolla.

5.3. Markkinointi ja rahoitus

5.3.1 Kuvataiteen markkinoinnin ja tiedottamisen keinot

Itsensä markkinoiminen on haastateltaville vieraalta tuntuva asia. Osalla asian hoitaa galleria ja toisaalta muutoin se ei tuntunut luontevalta tai tarpeelliselta. Mielenpito verkkosivuista markkinointikanavana ovat samankaltaisia. Haastateltavien nettisivut ovat pääsääntöisesti kaikilla englanniksi. Ainoastaan Minna-Maija Lappalaisen omat sivut on suomeksi. Lappalaisen koordinoiman Taf Taf hankkeen tiedot löytyivät englanniksi Turun taitelijaseuran sivuilta. Omien sivujen kääntäminen englanniksi ei ollut tämän vuoksi tarpeellista, koska hän halusi keskittyä muiden projektien tekoon ainoastaan Suomessa.

Vaikka vastaukset kansainvälisyyden tavoittelusta ovatkin kielteisiä, myöntävät haastateltavat, että ovat mitä todennäköisimmin alitajuisesti ajatelleet kansainvälisyysaspektia nettisivujaan laatiessa. Toisaalta taiteilijat korostavat vastauksissaan, että nettisivut eivät ole myynnin tai markkinoinnin vaan nimenomaan tiedottamisen kanava. Englanninkielen valintaa haastateltavat perustelevat hetken mietinnän jälkeen:

”Taidemaailman valta on kansainvälisillä galleristeilla ja kuraattoreilla, joten uskon, että monet tähtää niihin.” (Tukiainen 2014).

”Sitä voikin kysyä, et jos mä sanon, et me ei niinku automaattisesti hauduttu ulkomaille. Me kuitenkin tehtiin englanniksi. Mikä implikoi sitä, et me jollain tasolla kuitenkin ajateltiin, et se mitä me tehdään on, sano-taanko... kansainvälistä toimintaa, eikä kotimaista.” (Söderlund 2014).

Varsinkin aloittelevalle taiteilijalle verkkosivut koetaan tärkeänä tiedotuskanava. Niiden olemassa olo koetaan tärkeäksi niin kuvien vuoksi kuin omien tapahtumien tiedottamisen kannalta. Katja Tukiainen mainitsi myös, että nykyään verkkosivujen sijaan katalogista on tullut miltei arvostetumpi joissain maissa. Tämän hän arvelee johtuvan siitä, että verkkosivujen ja blogien yleistyttyä taiteilija pystyy erottumaan katalogilla. Omien verkkosivujen merkitys pienenee silloin kun taiteilijaa edustaa galleria. (Tukiainen 2014.) Tukiaisen verkkosivuja vieraillessa voi huomata, että tiedottaminen sivujen kautta on ollut erittäin aktiivista ja sivut ovat parhaillaankin käytössä. Myös IC 98 taiteilijakaksikon verkkosivujen aktiivinen päivittäminen kertoo siitä, että tiedon

jakaminen on ollut taidekaksikolle olennainen osa heidän työskentelyään. Vaikka he eivät olleet missään vaiheessa pyrkineet tietoisesti mihinkään tiettyyn asemaan, on heidän verkkosivujen päivittäminen ollut alusta asti (90-luvun lopusta) tärkeää. Tätä Söderlund perustelee osittain omalla graafisen suunnittelijan taustallaan. (Söderlund 2014.)

Sosiaalisen median käyttämisestä markkinointi- tai tiedotuskanavana tuli selvä jakauma. Haastattelun miespuoliset kuvataiteilijat eivät käytä Facebookia ollenkaan kun taas naispuoliset pitävät Facebookia toimivana tapahtumien tiedotuskanavana. Söderlund muistuttaa, että sosiaalinen media kuten Facebook ja Youtube saattavat näyttää avoimilta tiedotuskanavilta. Näin ei kuitenkaan ole niiden tiukkojen käyttöehtojen vuoksi, joiden takana ovat amerikkalaiset yritykset.

”Jos sä alat tekeen myönnytyksiä siinä, et saatko sä jonkun asian sosiaaliseen mediaan vai et, niin yhtäkkiä sä huomaat, et mä joudun sensuroimaan itseäni.” (Söderlund 2014).

Toisaalta Söderlund sanoo, että sosiaalinen media, esimerkiksi Youtube, saattaa olla joillekin nuoren polven taitelijoille yksi tapa luoda taiteelle oma ympäristönsä. Itse IC 98 on keskittynyt verkkosivujensa toimivuuteen, eivätkä he koe sosiaalista mediaa tarpeellisena toiminnassaan. Onniselkä mainitsee gallerioiden tiedotuskanaviksi sosiaalisen median ja verkkosivut, mutta uskoo myös perinteisten tiedotteiden ja lehdistön voimaan. Tämän lisäksi esimerkiksi näyttelyiden yhtenä suurimpana tiedottamiskanavana toimivat verkostot. Sana kulkee varmasti ja ihmiset tulevat paikalle, jos ilmiö kiinnostaa.

Kaiken kaikkiaan vastauksista markkinoinnin kohdalla tulee ilmi, että tuottajan on hyvä huomioida jokaisen taiteilijan kohdalla erikseen markkinoinnin ja tiedottamisen kanavat. Yhtä toimivaa suunnitelmaa ei ole. Kuten muussakin tuottajan ja kuvataiteilijan yhteistyössä myös tässä luottamuksella ja kommunikoinnilla on tärkeä rooli. Jos tuottaja aloittaa työskentelyn kuvataiteilijan kanssa, on ehdottoman tärkeää muistaa, että toimintaa säätelee kuvataiteilijan arvomaailma. Lisäksi viestinnän onnistumisen mahdollistaa myös tuottajan omat käytössä olevat verkostot.

5.3.2 Rahoitus

Kuvataidealan kansainvälisten projektien rahoittaminen on haasteellista. Rahoitusta voi hakea Framelta, Taiteen edistämiskeskukselta matka-avustuksia ja lisäksi on joi-tain residenssirahoituksia. Ongelmana on, että monien haettavissa olevien taiteen alan apurahojen käyttäminen on rajoitettu Suomessa tapahtuvaan toimintaan. Useimmiten riittävän rahoituksen saaminen tarkoittaa useampia hakemuksia, jotta kulut saadaan peitettyä. Jotta taloudellisilta riskeiltä vältytään, on tärkeää miettiä, minkälaiseen toimintaan on kannattavaa sitoutua ja suunnitella kaikki projektin vaiheet mahdollisimman tarkasti. Ihanteellisinta on, että taiteilija kutsujaan ulkomailla tapahtuvissa projekteissa paikalle ja kulut jäävät taiteilijalla itsellä minimiin. Myös välittäjä kohdalla kulujen kattaminen on ongelmallinen. Luovan alan välittäjäportailta kysyttäessä kuvataiteen välittäjien taloudellinen selviytyminen koettiin haastavimaksi ja sen avulla toimeen tuleminen koettiin arveluttavaksi. (Raatikainen 2013, 21.)

”Taiteilijan kannattaa aina miettiä, että laittaako [näyttelyä ulkomaille], koska 99,9 % tuskin saa palkkaa siitä. Olis hyvä, jos saisi pidettyä ne taiteilijan menot ja tulot plus-miinus-nollassa. (Tukiainen, 2014).

”Meiltä leikattiin juuri 23 % meidän toimintabudjetista tänä vuonna. Leikkauksia tapahtui juuri näihin kansainvälisiin toimijoihin, välittäjä organisaatioihin, eli tiedotuskeskuksiin ja instituutteihin. Mikä on haastavaa, koska on kuitenkin rajallisesti muita rahoituslähteitä kansainvälisiin projekteihin suomalaisilla taiteilijoilla.” (Elfving, 2014).

Uusien rahoituskeinojen kehittämiseen voitaisiin hyödyntää muiden maiden rahoitusmalleja. Julkinen rahoitus tulee vähenemään myös muualla Euroopassa, joten kansainvälisen toiminnan rahoituskeinot menevät uusiksi. Myös yhteisörahoituksia on alettu hyödyntämään kuvataidealalla. Ideaaleinta olisi saada luotua kansainvälistä yhteistyötä myös projektien rahoitukseen. Tämä mahdollistaisi varsinkin suuremmat yhteistyöt.

”Tässä sellainen kansainvälinen benchmarkkaus ois tärkeätä. Ei meidän tarvii keksiä niitä kun niitä tehdään muualla. Katottais miten muualla toimitaan.” (Elfving 2014).

Yrityssponsoroinnista ovat yleisimpiä suuremmissa tapahtumissa ja kilpailuissa. Julkisen rahoituksen vähetessä olisi yrityksien ja suurempien organisaatioiden hyödyn-

täminen tervetullutta. Julkisten rahoitusten kohdalla yhtenä ongelmana on, että ne myönnetään useasti vain vuodeksi kerrallaan. Tämä estää suuremmat pidempiaikaiset suunnitelmat. Rahastoilta ja säätiöiltä on mahdollista hakea pidempiaikaisempia rahoituksia, mutta niiden lisäksi tulisi löytää muita mahdollisuuksia. Jos rahoituksia saataisiin lisättyä sponsoreiden kautta varsinkin pidempiaikaisiin projekteihin, se mahdollistaisi kuvataidealalle kaivattua pitkäjänteisyyttä. Lappalainen kertoi hake-neensa Taf Taf hankkeeseen joitain pienempiä sponsoreita kummitaiteilija-ajatuksella, jolloin yritykset tukevat yksittäisiä taiteilijoita.

”Suurinosa suomalaisista rahoitustasoista tai nää julkiset rahoittajat myöntää vaan vuodeksi kerrallaan. Se on liian lyhytaikainen rahoitus. Jos tietää aikaisintaan vahvistuksen rahoituksesta puolta vuotta aikai-semmin niin voi tehdä puolta vuotta suunnitelmia riskittömästi, ei suu-rempia projekteja pysty tekemään.” (Elfving 2014).

”(--) hankkeen alussa kun ei saatu esimerkiksi noita lentolippuja kustan-nettua mitään kautta niille Senegalilaisille taiteilijoille, jotka tuli Suomeen. Siin meil oli sponsorit, et jotkut firmat otti ikään kuin kummitaiteilijan ja maksoi sen lennot”. (Lappalainen 2014).

Sponsoreiden valitsemisessa tulee kuitenkin kiinnittää huomiota muuhunkin kuin sponsorioijan itsensä halukkuuteen toimia yhteistyössä. Olennaista on ottaa selvää kyseisen yrityksen tai organisaation edustamasta arvomaailmasta. Sponsoroitavan tahon ja sponsorin näkemykset esimerkiksi ympäristöasioista tai ihmisoikeuksista eivät voi olla ristiriidassa.

”Sponsoreista pitää alkaa keskustelemaan sekä hyvässä että pahassa globaalilla kentällä toimiessa. Nyt on ollut Sydneyn biennaalin kohdalla boikottia osalta taiteilijoista pääsponsorin takia. Koska pääsponsorit oli mukana pyörittämässä näitä kansainvälisen oikeuden mukaan laittomia maahanmuuttajakeskuksia.” (Elfving 2014).

”Se ei mee niin, et tulisko yritykset mukaan vaan halutaanko niitä edes pyytää siihen. Sillä määritellään omaa riippumattomuutta. (Söderlund 2014).

”Jos ottais yrityksiä niin sit pitäis olla tosi varma sen eettisyydestä.” (Tu-kiainen 2014).

5.3.3 Kuvataiteen myynti

Suomalaisen taidekentän yleinen suhtautuminen taiteen kaupallisuuteen asettaa omat haasteensa rahoituksen keräämiselle myynnin kautta. Teoksia halutaan myydä, mutta myyntiin tavoitteena suhtaudutaan vielä varauksella. Tärkeintä kuitenkin on, ettei myynti vaikuta millään tavalla taiteen luomiseen. Haasteellista taiteen myynnistä tekee myös se, ettei esimerkiksi Keski-Euroopassa vallitseva taiteen ostamisen perinne ulotu Suomeen. Haastateltavat kuvataiteilijat suhtautuivat teosten myyntiin myönteisesti.

”Suomessa asiaan [taiteen myymiseen] suhtaudutaan vielä eri tavalla. Jenkeissä galleria tekee kaupallista toimintaa ja se on OK. Täällä siihen suhtaudutaan vielä varauksellisemmin. Suomessa ei ole vielä perinnettä taiteen ostamiselle.” (Söderlund 2014).

”Musta se on huomattavasti mukavampaa kun saa siitä omasta duunista liksan kuin se... helvetin raskastahan se on, mitä monet joutuu tekemään. Et on päivät töissä jossain muualla ja menee illalla työhuoneelle. Kyllä se on fakta, et jossain vaiheessa patteri loppuu.” (Toija 2014).

”Enemmän me ollaan insinööri ja teknisorientuneita. Kaikilla suomalaisilla on isot taulu – tv:t ja hifilaitteet, mut välttämättä kuvataidetta ei löydy.” (Onniselkä 2014).

Raatikaisen (2013) selvityksessä tuli myös ilmi, että galleristit kokivat haasteellisena näyttelymyynnin. Asiakkaat saattavat ostaa työn vasta näyttelyn loputtua suoraan taiteilijalta, jolloin galleria jää ansiotta. (Raatikainen 2013, 21.) Toisaalta gallerioiden vuokria on kritisoitu, koska taiteilijoiden hakemat kohdeapurahat kuluvat galleriavuokriin. (Tukiainen 2014.) Tiedustelin haastateltavien suhtautumista verkkogalleriassa myymiseen. Verkkogalleria ei ole paikkasidonnainen ja voisi toimia myös globaalisti. Minna-Maija Lappalainen suhtautui asiaan positiivisesti ja hänellä olikin asiasta kokemusta Senegalilaisten taiteilijoiden kohdalla. Muut taiteilijat eivät nähneet verkkogalleriaa toimivana konseptina.

”Olen suhtautunut epäillen näihin [verkkogallerioihin]. Taide pitää kuitenkin nähdä livenä. Vaikka sanoin, että manageri ei pitäisi galleriaa niin se ei tarkoita, etteikö taidetta olisi nähtävissä.” (Söderlund 2014).

”Jos ihminen on nähnyt työn jo livenä niin se on oma juttunsa, mut vaikeeta mun on nähä veistosta myytävänä verkkogalleriasta. Vaikka siellä

ois 360 video, joka kiertää sitä veistosta niin kyllä se pitää nähdä livenä ja ehkä jopa koskettaa sitä.” (Toija 2014).

5.4 Toiminta kansainvälisellä kentällä

Enimmäkseen kansainvälisellä kentällä toimiminen koetaan hyödylliseksi ja kokemukset ovat positiivisia. Toimintatavat näyttelyiden organisoinnissa ovat samanlaisia niin museoissa ja gallerioissa olivat ne sitten Pariisissa, Hong Kongissa, New Yorkissa tai Helsingissä. Mahdollisuuksina kansainvälistymisessä nähtiin useita. Kansainvälisten niin Suomessa kuin ulkomailla tapahtuvien projektien kautta tavoitetaan laajempi yleisö, jolloin taiteilijan ääni pääsee laajemmalla alueella esiin. Toisaalta toiminta-alueen laajeneminen mahdollistaa löytämään uusia yhteistyöverkostoja. Tämän kautta voi löytää uusia mahdollisuuksia ja näkökulmia taiteilijan työskentelylle. Myös potentiaalisten asiakkaiden määrän kasvu koetaan motivoivana tekijänä. Kansainvälisen toimintakentän kautta saatu mahdollisuus kehittää itseään ja töitään on myös tärkeää. Lisäksi kansainvälinen kenttä voi parhaimmillaan antaa taiteilijan työlle pitkäjänteisyyttä ja jatkuvuutta. Kansainvälisyyden ja mahdollisen kysynnän lisääntymiseen tulee kuitenkin osata suhtautua ammattimaisesti ja koettaa saada apua töiden määrän lisääntyessä liialliseksi.

”Keski-Euroopassa ostetaan taidetta enemmän kuin Suomessa.” (Lappalainen, 2014).

”(--)erilaiset kulttuuriset mahdollisuudet. Ihmiset matkustaa siellä [Keski-Euroopassa] näyttelyiden perässä rajojen yli.” (Onniselkä, 2014).

”Hedelmällisintä on ne, ei ikään kuin taiteilija turistina vaan enemmän ne missä taiteilija pääsee kontaktiin niitten paikallisten kanssa ja oppii siitä kulttuurista jotain.” (Tukiainen, 2014).

”Jos sä pystyt liikkumaan ulkomaille niin pystyis kierrättämään samoja töitään useammassa paikassa. Euroopassa ja sitten muualla niin ne on uudet työt kun ne ei oo olleet siellä koskaan aiemmin.” (Toija, 2014).

”Ainoa negatiivinen on, että jos yhtäkkiä tulee liikaa kaikkea ja se alkaa vaikuttaa omaan tekemiseen. Silloin siinä tarvitaan se välittävä porras, joka voi auttaa ja taiteilija voi keskittyä tekemiseen. Ei siinä ole mitään haittaa kunhan ei ruveta tehtailemaan teoksia. Et ajatellaan kyynisesti, et nyt taotaan rautaa kun se on kuuma ja rahat pois.” (Söderlund 2014).

Suomalaiset ovat tunnetusti individualisteja, joka näkyy myös suomalaisten taiteilijoiden toimintatavoissa. Taiteilijat työskentelevät monesti yksin työhuoneillaan ja pitävät paljon yksityisnäyttelyitä. Elfving kertoo tämän olevan kansainvälisesti varsinkin nuorten kohdalla harvinaista. Kansainvälisyys voi myös opettaa hyödyntämään muita taidekentän toimijoita niin taiteilijoita kuin kuraattoreja osallistumalla heidän kanssa taidekentän keskusteluun.

”Ensinnäkin se auttaa oman työn kehittymistä. Sen oman työn mielekkyyttä. Myöskin se, että sä pystyt kommunikoimaan sen muille ja pystyt aktiivisesti itse hakemaan sitä, että mitä sä haluaisit... että sun työ toimisi ja sun työskentely näkyis. Se on tietty paljon vaadittu yksilöltä ja silloin siihen tarvitaan tukirakenteita.” (Elfving, 2014).

Nämä tukirakenteet ovat erilaiset taidekentän organisaatiot, joissa taiteen alan toimijat kuten kuraattorit ja tuottajat taiteilijoiden kanssa työskentelevät. Elfvingistä olisi tärkeää, että taiteilijat saisivat enemmän tukea työlleen niin Suomessa kuin ulkomaila. Alan toimijoilla tulisi olla keskustelempampi ja kontakteja luova rooli.

Suurimmiksi haasteiksi kansainvälisissä projekteissa koetaan odotetusti rahoituksen saaminen ja arveluttavaksi taloudellisten riskien ottaminen. Verkostoitumisessa koetaan haasteellisena kansainvälisen kentän laajuus. Suomeen tarvitaan Framen lisäksi muitakin kansainvälistymisessä auttavia tahoja, joilla on hyvät kontaktit ulkomaille.

”Kaikki taloudellinen riski kaatuu yksittäisten kuvataiteilijoiden niskaan. Kuvataiteilijat on kuitenkin alimmalla viivalla tulojen suhteen (--). Sen päälle, et jokaiseen hankkeeseen sä joudut ottamaan taloudellisen riskin.” (Elfving, 2014).

”Ei ole mitään hyötyä, et ottaa lainaa ja menee tekemään siellä [ulkomaila] jotain ihan höpöä. (Lappalainen, 2014).

”Halua on [pienillä taiteilijavetoisilla organisaatioilla] paljon, mut loppujen lopuks ei oo välttämättä kauheen vahvoja verkostoja itsellään. Myöskään ei oo ihan konkreettisesti niitä resursseja. Millä niitä kansainvälisiä projekteja tehdään. ” (Elfving, 2014).

Kielitaidon tarpeellisuus yhtenä tärkeänä resurssina ja toisaalta sen riittävyys kuvataiteilijan kansainvälistyessä nostettiin esiin Karttusen tekemässä tutkimuksessa. Suurin osa Karttusen tutkimuksen haastateltavista piti kielitaitoaan riittävänä, mutta osa olisi halunnut vahvistaa kielitaitoaan. Eräs haastateltavista kertoi käyttävänsä tulkkia,

jos tiedottaminen ei muutoin onnistunut. (Karttunen 2009, 52.) Kysyessäni haastateltavilta suomalaisten taiteilijoiden kielitaidon tasosta ovat vastaukset yhteneväisiä. Englannilla pärjää, se on hyvä hallita ulkomaille suunnatessa ainakin jollain tasolla. Haastateltavien mielestä yleisesti ottaen suomalaiset kuvataiteilijat osaavat riittävästi kieliä, kysymys on enemmänkin uskalluksesta. Taiteilijan täytyy pystyä kertomaan töistään tarvittaessa.

”Taidolla ei ole merkitystä, kunhan uskaltaa puhua. (--) Enemmänkin pitää ottaa itsensä kevyemmin, ettei välitä. Mielellään kaikki [muut ihmiset] auttaa.” (Tukiainen, 2014).

”Kyl mun mielestä suomalaiset kuvataiteilijat puhuu ihan tosi hyvää englantia ja englantia on se, joka monesti riittää. Tääl monesti vähätellään kansainvälisyyttä. Koska monella taiteilijalla on henkilökohtaisestikin kansainvälisiä kontakteja, ainakin jollain tapaa. On ollut näyttelyitä ulkomailla tai ainakin ryhmänäyttelyitä.” (Onnisekä, 2014).

”Oon mä tavannut joitain, joilla ei ole englantia niin hyvä ja ei se oo tuntunu estävän. Mutta siinä on se, että niillä on niin voimakas se viesti [taiteessa itsessään]. (--) Me aina ajateltiin alusta asti, että me määritellään itse itsemme. Meille se on ollut tosi tärkeätä, se kielen käyttö. (Söderlund, 2014).

”Pääsee itse kertomaan siitä, auttaa näkemään toisella tavalla niitä [teoksia]”. (Lappalainen, 2014).

Vaikka kaikki on yleisesti ottaen mennyt ulkomailla hyvin, saa toimintaa suunnitellussa olla myös tarkkana. Varsinkin köyhemmissä maissa yhteistyötä tehtäessä tulee tietää henkilökohtaisesti kenen kanssa on yhteistyössä. Myös Euroopassa toimiessa on hyvä miettiä mihin ryhtyy. Suunnitelmallisuus ja toisaalta joustaminen oikeissa asioissa on yleisesti ottaen aina työskentelyssä hyvä asia, varsinkin ulkomaille suunnatessa. Lisäksi tulee osata ja uskaltaa pitää puolensa.

”Jos lähtee Afrikkaan niin ihan ensimmäinen on, et täytyy olla sellaiset kontaktit, jotka on oikeet kontaktit. (--). Et jos vaan lähtee innoissaan, vaikka netistä löytää, et tuolla on joku tommonen toimija... mä meen niiden kans nyt tekeen jotain. Siitä ei luultavasti tuu yhtään mitään. Täytyy olla henkilökohtaiset suhteet niihin ihmisiin.” (Lappalainen, 2014).

”Esimerkiksi Italiassa mä tiedän, että jotkut museot voi ottaa vaikka suomalaisen teoksen esille, jos taiteilijalla on niin paljon rahaa, et se maksaa vuokraa. (--) Mua on mun kollega varoittanut, et siinä on myös se, et silloin ei saa sitä kontaktiverkkoa. Jos vuokraa tilan niin se ei ota mitään

vastuuta se vastaava taho. Se ei sisällytä sitä välttämättä omaan tiedotukseen ollenkaan. Pahimmassa tapauksessa maksaa kauhean vuokran ja tieto ei kulje mihinkään.” (Tukiainen, 2014).

”Esimerkiksi kun mä olin Madridissa [ARCO] suunnitellut sen [teoksen esillepanon] tosi hyvin, mut mä tajusin paikan päällä, et tää ei toimi. (--)
Mut sit pitää vaan tajuta sanoa, et stop: voi tulla lisätöitä, mut tää vaan ei toimi ja tää pitää muuttaa.--)Pitää olla tosi tarkka joka vaiheessa. Mieluummin pikkutarkka kuin suurpiirteinen. Jos sä rupeet tekemään kompromisseja niin se toimii sun taidetta vastaan.”(Söderlund, 2014).

Tuottaja toimii kuvataiteilijan tukena kansainvälisissä projekteissa, joten hänen tulee osata myös vaatia ja tukea kuvataiteilijaa vaikeissa tilanteissa. Hyviin ihmissuhdetaitoihin kuuluu myös vaikeissa tilanteissa toimiminen. Lisää tuottajan toimintaedellytyksistä kansainvälisissä projekteissa löytyy kappaleessa 5.5 Tuottajan tuki kansainvälistymisessä.

5.5 Tuottajan tuki kansainvälistymisessä

Jokaisen haastateltavan kohdalla päädyttiinkin tuottajan verkostojen tärkeyteen niin kotimaassa kuin ulkomailla. Tuottajan tuotannollisten tietojen ja taitojen hallitsemisen lisäksi hänen tulee olla osa kenttää voidakseen toimia kuvataidealan kentällä. Tämä johtuu osittain siitä, että työ vaatii toisten toimijoiden luottamuksen ansaitsemisen.

”Ei voi tulla ulkopuolelta tuottajana kuvataiteen kentälle. Se vaatii sellaisen pohjatyön, jossa sä oikeesti paikannat itses sinne, yhdeksi toimijaksi sinne kentälle.” (Elfving 2014).

Koska kuvataidealan resurssit ovat pienet, on todennäköisesti tuottajan rooli osittain yhteneväinen kuraattorin rooliin. Tämän vuoksi taiteen tuntemus, taidekentän rakenteiden ymmärtäminen ja taidekentän keskusteluiden ja ilmiöiden seuraaminen niin Suomessa kuin ulkomailla on tärkeä osa tuottajan työtä. Kuvataidealalla tarvittaisiin enemmän kuvataiteeseen erikoistuneita tuottajia.

”Sellainen tietynlainen erottelu tuottajan ja kuraattorin välillä, et on jotenkin sisältöihminen ja käytännöihminen, se ei kuitenkaan toimi tällä kentällä täysin. Koska viime kädessä kuraattorit tekee sekä että. Ja se, että

sä pystyt parhaiten tukemaan taitailijan prosessia niin pitäis olla valmiuksia jollain tavalla sekä että.”(Elfving 2014).

Vaikka tuottajan tulee ymmärtää kuvataiteenalan erityispiirteitä, ei hänen rooliksi ai-neistoanalyysin pohjalta muodostunut Halosen (2011) taiteilijan assistentti tuottajaroolia mukailevaa tuottajaa. (Halonen 2011, 64.) Kuvataiteilijoilta kysyttäessä oli tuottajan rooli heille käytännönläheinen ja toisaalta hänen osaamistaan kaivattiin avuksi rahoituksen hankkimisessa, markkinoinnissa ja byrokratian pyörittämisessä. Lisäksi tuottajasta toivottiin henkilöä, joka auttaisi verkostoitumisessa ja kansainvälisen kentän mahdollisuuksien kartoittamisessa sekä ideaalitalanteessa auttaisi ymmärtämään vierasta kulttuuria ja tutustumaan paikallisiin ihmisiin.

”Kontaktit ulkomaille mihin ollaan menossa. Mahdollisimman laaja verkosto. Jossei nyt oo suoraa yhteyttä, mut tietää mitä kautta vois mennä. (--) Sit kuljetusten järjestäminen ja proformalaskujen tekeminen tulleille. Niihin menee itellä aikaa ja sit varmaan just tollaset rahoitusten hankkimiset. Se on oma taiteenlajinsa. Provikkapalkalla tekis hyviä hakemuksia”. (Toija 2014).

”Mä sitä [sponsorirahoitusta] ajattelin monta kertaa.(--) Mul ei oo taitoja tommoseen ikään kuin itsensä markkinoimiseen. Keksin jonkun hyvän idean, mut sit mä en osannu toteuttaa sitä. Siin ois ollu hyvä kun ois ollu joku sellanen ihminen, jollon tämmöset asiat hanskassa.” (Lappalainen 2014).

”Kaksi ryhmää mitä kaipais omaan työhön, tuottaja/manageri ja assistentti. Assistentti on rahakysymys, ne löytyy taidekoulusta. Se on käytännössä se, jota gallerian pitäis tehdä Suomessa, mutta Suomessa ei sitä tehdä kovinkaan automaattisesti. Se, et viedään messuille ei tarkoita mitään. Mitä me tarvitaan on ihminen, jolle voidaan suunnata kansainväliset kyselyt. (--)jos ois henkilöitä, jotka keskittyy vain managerina olemiseen.” (Söderlund 2014).

”(--) paikan päällä [tuottajan työskennellessä ulkomailla] hallita tila, vuokrasopimukset, kuljetukset, vakuutukset, tiettyjen teosmateriaalien hankintapaikat, jos tuottaja on pystynyt luomaan paikanpäälle kontaktiverkot paikallisiin kuvataiteilijoihin, taideopiskelijoihin ja toimijoihin, jos kuvataiteilija toivoo löytävänsä heitä ulkomailla. (--)Jos tuottaja on ollut pidempään paikan päällä niin olisi mielenkiintoista kuulla paikallisesta kulttuuriilmastosta ja poliittisesta tilanteesta.” (Tukiainen 2014).

Tuottajan työstä keskusteltaessa päädytään tuottajan työllistämiseen koettavaan suurimpaan kysymykseen, joka on hänen palkkaus. Kuvataiteilijan ansiot ovat minimaaliset, joten tuottajan palveluista ei pystytä maksamaan paljoa. Tukiainen kertoo, että-

vaikka hän saa 5-vuotisapurahaa, tulot riittävät kiperästi taiteilijan itsensä elättämiseen. Provisiomaksu on kuvataiteilijan kannalta toimiva keino, mutta tuottajalle pelkästään provisiolla eläminen on haaste. Jotta provisiolla pystyy maksamaan kaikki tuottajan työhön liittyvät kulut, niitä tarvitaan usealta taiteilijalta. Toisaalta tuottajan haaliessa itselleen liikaa asiakkaita on hän pian ylityöllistetty, jolloin tulee kysymys toisen henkilön palkkaamisesta. Tällöin palkkakulut taas lisääntyvä, tarvittaisiin lisää tuloja ja oravanpyörä on valmis. Ratkaisuna voisi olla jonkinlainen apurahan kaltainen rahoitusmalli, jota hakemalla ja saamalla tuottaja pystyisi myös maksamaan edes joitain kulujaan. Yhtenä vaihtoehtona on ehdotettu ELY – keskukselta haettavaa kansainvälistymistukea, joka olisi kohdistettu välittäjäportaalle rahoittamiseen. (Raatikainen 2013, 23.)

”(--)-voi ottaa vain tietyn määrän ihmisiä sinne [tuottaja yritykseensä] edustettavaksi. Jos se paisuu liikaa niin hän ei pysty enää palvelemaan, joskin jos niitä olisi enemmän niin hän saisi enemmän provikoita ja pystyis itse jatkamaan toimintaa.” (Söderlund 2014).

”Jos ois sellainen malli [rahoitus], jota tuottajat voisivat hakea itselleen työllistääkseen itseään ja sitten ne tuottajat tekis taiteilijoille töitä. (Tukiainen 2014).

Kuvataidealalla on tullut joitain tuottaja- ja manageritoimistoja, jotka ovat keskittyneet taiteilijoiden kontaktiverkostojen laajentamiseen ja erilaisten näyttelyiden ja taidetahtumien mahdollistamiseen. Tällaisille palveluille on tulevaisuudessa myös haastatteluiden perusteella selvästi kysyntää ja niiden toivotaan lisääntyvän. Kuvataiteilijat haluavat palvelumuodon, joka keskittyy kommunikointiin enemmän kuin galleriat.

”Musta se on niin, vaikka se on vanhakantainen ajatus, et pitäis pysyä työhuoneella ja sit ois joku, joka sanois, et tuolla on sellainen paikka, jossa on sellaista ja sellaista... Se, et pitäis aktiivisesti mennä oma portfolio kädessä... Olis hyvä, et vois keskittyä siihen omaan tekemiseen ja kaikesta muusta ei tarvitsis huolehtia. Se olis se optimaalisin tilanne ja siitä olis valmis ihan maksamaan.” (Toija 2014).

6 LOPUKSI

Suomalainen muotoilu on ottanut paikkansa kansainvälisiltä markkinoilta ja suomalaiset muusikot ovat löytäneet tiensä kansainvälisten musiikkifestivaalien päälavoille. Samaan aikaan suomalaiset kuvataiteilijat ovat jääneet vähemmälle kansainvälisyyttä edistävissä toiminnoissa. Tämä ei johdu siitä, ettei kuvataiteilijoilla olisi annettavaa kansainväliselle taidemaailmalle vaan kuvataidealan resurssien pienuudesta. Työssäni **tutkittiin kuvataiteilijoiden kansainvälistymisen prosessin alkuvaiheita** ja kartoitettu **tuottajan erilaisia mahdollisuuksia toimia apuna tässä prosessissa**. Aineiston analyysissä tuli ilmi, että kansainvälisyyttä ei yleisesti ottaen pidetä olennaisena tai tavoiteltavana osana taiteilijan työtä. Kuitenkin tuloksissa oli selkeästi havaittavissa myös kansainvälisyyden tuomat hyödyt kuvataidealalla ja kiinnostus toimia kansainvälisesti.

Ilman kansainvälistä toimintakenttää ja sen kanssa kommunikointia kuvataideala ja sen toimijat eivät kehity. On myös hyvä muistaa, ettei kansainvälisyys tarkoita ainoastaan sitä, että suomalaiset osaajat ja voimavarat vietäisiin ulkomaille. Kuvataidealan ja kuvataiteilijoiden **kansainvälistyminen alkaa Suomesta**. Kattavin hyöty suomalaiselle kuvataidealalle saadaan kutsumalla kansainväliset ammattilaiset tutustumaan Suomen kuvataidealan kenttään ja keskustelemaan suomalaisten toimijoiden kanssa. Toisaalta pelkästään suomalaiseen kenttään keskittyessä tulevat äkkiä rajat vastaan. Suomen pieni koko rajoittaa taiteilijan mahdollisuuksia edetä urallaan, koska suuremman yleisön tavoittaminen rajoittuu vain muutamien kaupunkien museoihin ja taidetapahtumiin. **Kansainväliset projektit laajentavat taiteilijan toimintakenttää** ja voivat **parhaimmillaan tarjota** taiteilijan työhön kaivattavaa **pitkäjänteisyyttä**. Lisäksi taiteen tuottamiseen tarvittavan rahoituksen saaminen omien töiden myymisen kautta tulee todennäköisemmäksi rajojen ulkopuolelta saatavien potentiaalisten asiakkaiden myötä.

Aineistoanalyysin tulokset osoittivat, että kuvataideala tarvitsee lisää henkilöitä, jotka keskittyisivät **kartoittamaan kuvataiteilijoiden mahdollisuuksia** toimia uudenvälisissä ympäristöissä **sekä edistämään ja tukemaan kentän kehitystä ja verkostoitumista** niin Suomessa kuin ulkomailla. Gallerioiden paikkasidonaisuus ja siitä aiheu-

tuvat kulut koetaan joissain määrin taiteilijan toimintakentän laajentamista rajoittavana tekijänä. Ratkaisu ei kuitenkaan ole se, että gallerioista luovuttaisiin kokonaan, koska gallerioiden toiminta on olennaista kuvataiteen kentän toiminnalle. **Rinnalle tarvitaan toisenlaisia toimijoita**, jotka keskittyvät **kommunikoimaan** erilaisista mahdollisuuksista **taiteilijan töiden esittämiseksi** sekä **luomaan ja ylläpitämään yhteistyöverkostoja**. Taidealalla on jo joitain managereja ja tuottajia, jotka tuottavat taidetapahtumia, etsivät uudenlaisia kohteita kuvataiteilijoiden töiden esittämiseen ja auttavat taiteilijoita verkostoitumisessa. Nämä toimijat ovat kuitenkin vielä vähäisiä, koska toimintamuoto on suhteellisen uusi ja rahoitusmalli toiminnalle on vasta kehitymässä. Lisäksi kuvataiteilijoita ja heidän tarpeitaan on monenlaisia, joten myös **eripainopisteisiin keskittyneitä tuottajia ja managereja tarvitaan**. Monet kuvataiteilijat koettavat tehdä tuottajan töitä itse oman työnsä ohella. Kuvataiteilijoiden osaaminen ja resurssit eivät tähän kuitenkaan aina riitä ja toisaalta on olennaisempaa, että he voisivat keskittyä omaan kompetenssiinsa. Kulttuurituottajilla (AMK) on tähän tehtävään täydet edellytykset koulutuksensa puolesta. Kulttuurituottajien opintojen tarjoaman **laaja-alaisen liiketalousosaamisen, viestintä-, organisointi- ja verkostoitumiskyvyn sekä tuotantoprosessien hallinnan** avulla voitaisiin kuvataidekentästä saada kansainvälisesti ja kansallisesti dynaamisempi toiminta-alue. Lisäksi tuottaja voi tarjota kuvataiteilijalle uuden ratkaisun **yhteistyökumppanina**, joka on kiinnostunut **tukemaan kuvataiteilijaa hänen uransa kehittämisessä**. Kuvataiteilija saa tuottajalta **toisenlaisen näkökulman**, joka tukee hänen työskentelyään, tuottajan **erilaisen koulutuksen** ansiosta.

Jotta tuottaja kykenee toimimaan kuvataidealalla, on hänen tärkeää tuntea kentän rakenne ja olennaisimmat toimijat sekä pinnalla olevat keskustelut ja ilmiöt. Tuottajaksi pääseminen mahdollistuu parhaiten aloittamalla ruohonjuuritasolla yhteistyön ja tulelemalla osaksi taidekenttää. (Elfving 2014.) Näin hän pystyy ymmärtämään ympäristönsä paremmin ja saa luotua henkilökohtaisen suhteen kenttään. Luottamuksen saavuttaminen kuvataiteilijoiden keskuudessa onkin avainasemassa, jotta tuottaja pystyy toimimaan kentällä. **Tuottajan on myös tärkeää tiedostaa kuvataidealalle ominainen ansaintalogiikka**, joka eroaa yritysten toimintamallista. Taiteilijan työt ovat pääsääntöisesti **uniikkeja**, eivätkä ole monistettavissa. Tämän vuoksi myös kuvataidealan **arvoketjuun** (miten taideteos päättyy työhuoneelta asiakkaan omistukseen) **kuuluu useampia, hyvin tapauskohtaisia vaiheita**, jotka eroavat tuotteiden

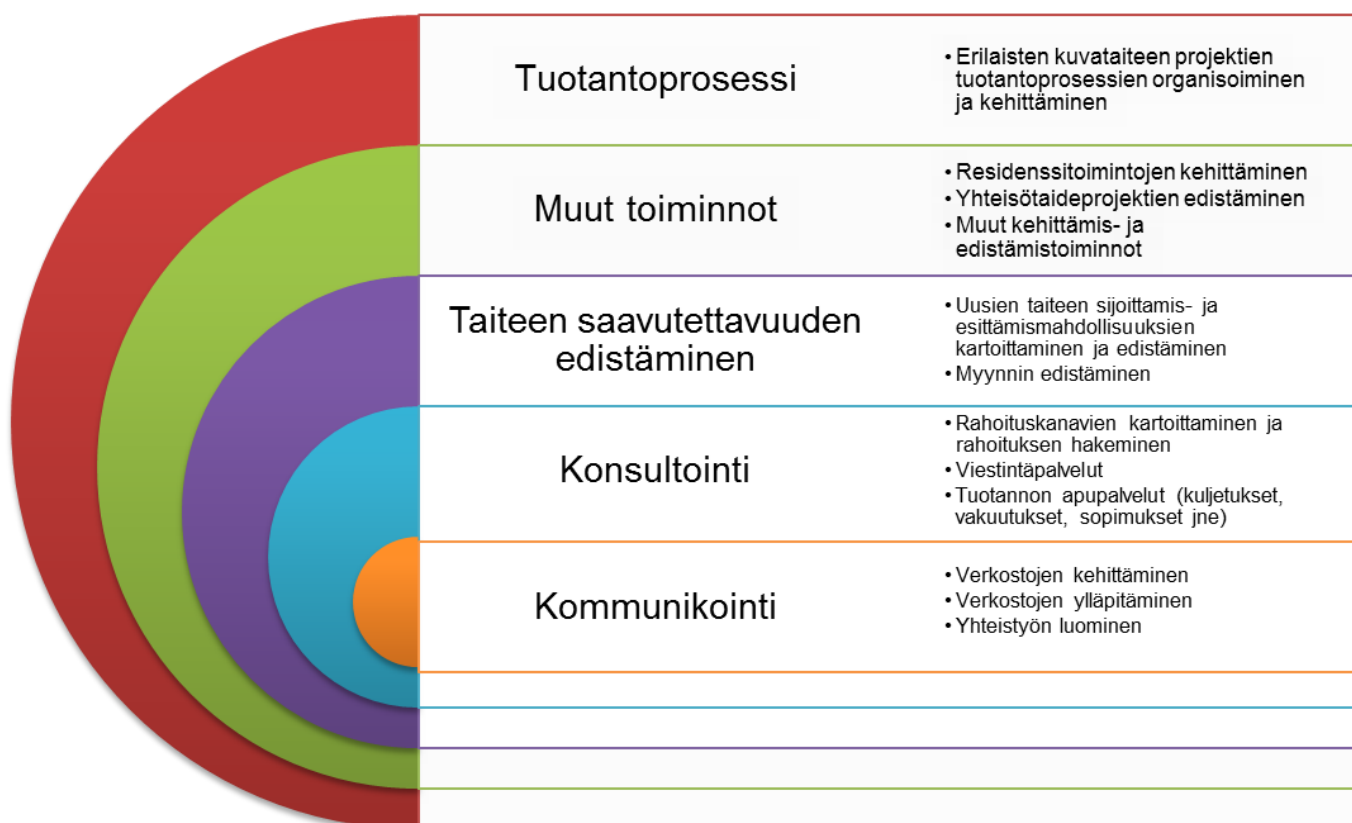
arvoketjun vaiheista. (Sjöberg 2010, 33) Taiteen hankintaan vaikuttavat tunneperäiset syyt ja toisten suositukset taiteeseen sijoittamisen kannattavuudesta kun muita hyödykkeitä voidaan ostaa järkiperustein. (Mt., 34) Huomasin haastatteluja tehtäessä myös termistön eroavan osittain kuvataiteen ja tuottajan keskusteluissa. Tutkija Markku Wilenius (2004) on esittänyt tämän olevan yksi mahdollinen syy kommunikointivaikeuksiin talouden ja kulttuurin toimijoiden keskeisyydessä. (Halonen 2011, 60.) Taiteilijan työlle on ominaista sen ei-kaupallisuus, jolloin tuottajan tulee ymmärtää se myös työskentelytavoissaan. Sen sijaan, että suunniteltaisiin tehostettuja markkinointikampanjoja, on olennaista keskittyä viestinnän eri keinoihin. Esimerkiksi hyvän kritiikin saaneesta, ansioituneesta näyttelystä saatu tuotto on mitä todennäköisimmin mieluisin tapa saada myyntiä. Tällöin **tuottaja tukee kuvataiteilijan tavoitetta päästä yleisön tietoisuuteen arvostuksen kautta eikä tehokkaan markkinointikampanjan**. Aineiston tulosten mukaan taiteen myymistä ei sinänsä koeta paheksuttavana, se ei vain ole taiteen tekemisen päämäärä. Myyntiin suhtauduttiin positii-visesti, muttei sitä haluttu tehdä esimerkiksi verkkogallerian avulla (kappale 5.3.3). Söderlund (2014) ja Toija (2014) kokivat, että **asiakkaan tulee nähdä ja kokea taideos sellaisena kuin se on, ennen kuin tekee ostopäätöksensä**. Vaikka verkkogallerian kuvat periaatteessa havainnollistavat taidetta, ei sen kautta myyminen ollut taiteilijoiden mielestä oikea ympäristö taiteelle.

Aineistossa tuli myös ilmi, että **kentälle tarvittaisiin enemmän tuottajia**, jotka ovat **erikoistuneet kuvataidealalle**. Elfving (2014) ja Tukiainen (2014) kokivat kulttuuri-tuottajan yleispätevyyden joissain määrin riittämättömänä, vaikkakin Tukiainen korosti, että hänellä oli myös todella hyviä kokemuksia kulttuurituottajien kanssa tehdystä yhteistyöstä. Yksi **ratkaisu** tähän voisi olla, että tuotaisiin kuvataiteen opiskelijat ja tuottajat aktiivisempaan yhteistyöhön jo opintojen aikana. Esimerkiksi **taiteilijaopiskelijoiden ja tuottaja-opiskelijoiden yhteistyö** erilaisissa taidetapahtumissa, seminaareissa tai workshopeissa toisi jo heidän uransa alkuun yhteistyön pohjustuksen. Tämä edesauttaisi heidän verkostoitumistaan potentiaalisten tulevaisuuden yhteistyökumppaneiden kanssa, joka vahvistaisi heidän valmiuksia toimia ammattilaisena alalla. Passiivinen luennoilla istuminen ei edesauta kanssakäymistä riittävästi, tämän vuoksi toisenlaisten yhteistyömahdollisuuksien tuominen opintoihin palvelisi paremmin. Monet tuottajat ja kuvataiteilijat tekevät yhteistyötä vapaa-ajallaan, mutta **oppilaitosten resursseja hyödyntämällä** saataisiin käyttöön **laajemmat verkostot** myös

tarvittaessa **kansainvälisellä tasolla**. Samalla saataisiin aktivoitua niitä tuottajia, joilla ei ole henkilökohtaisia verkostoja kuvataidepiiriin (tai toisinpäin), mutta ovat kiinnostuneita yhteistyöstä. Näin saataisiin kuvataiteeseen erikoituneita tuottajia ja toisaalta kuvataiteilijat voisivat aloittaa jo opiskeluaikana yhteistyön tuottajien kanssa.

Tuottajan verkostoituminen kansainvälisesti on mahdollista ja **suositeltavaa aloittaa jo opintojen aikana** esimerkiksi työharjoittelun kautta. Omalla kohdallani harjoittelu ja sen jälkeen työskenteleminen Finnagoralla tarjosi erinomaisen mahdollisuuden verkostoitua Budapestin toimijoiden kanssa. Miltei kolmen vuoden oleskelun jälkeen Budapestin muotoilualan kentän rakenne muodostui toimivaksi yhteistyökokonaisuudeksi. Finnagoralla ei ollut omaa galleriaa, joten tuotin näyttelykokonaisuuksia yhteistyössä Budapestin kentän eri toimijoiden kanssa. Tämä oli mielestäni toimiva tapa, koska pystyimme valitsemaan jokaiselle tapahtumalle sopivimman yhteistyökumppanin ja sijainnin. Lisäksi se mahdollisti tutustumisen kentän toimijoihin yhteistyön kautta. Välttyimme myös siltä, että meidän tarvinnut käyttää resurssejamme oman gallerian ylläpitoon. On helppoa ymmärtää, miksi taiteilijoiden tekemä yhteistyö gallerioiden kanssa saattaa tuntua liian rajoittavalta ja toivottaisiin monipuolisempia yhteistyövaihtoehtoja. **Tuottajan kanssa tekemällä yhteistyötä asetelmassa ei ole mukana galleriaa, josta tulee kuluja myös taiteilijalle** ja joihin hänen tulisi tuottaa omaa statustaan ylläpitäviä näyttelyitä. Tämän lisäksi tuottaja **pystyy edistämään taiteilijan uraa** enemmän, **etsimällä useampia ja erilaisia mahdollisuuksia**.

Elfving (2014) toi myös esiin aineistossa, että **tuottaja toimii useasti myös kuraattorin tehtävissä**. Jotta tuottaja pystyy tuottamaan taidesisällöllisiä kokonaisuuksia, tarvitaan toisaalta **tietoa ja ymmärrystä kuvataiteen kentällä olevista ilmiöistä ja taiteen erilaisista tekniikoista**. Tämän tietouden kautta hän pystyy myös vakuuttamaan yhteistyökumppaninsa ja ansaitsemaan ammattilaisten luottamuksen. Onnisehkä kuitenkin muistutti, että mitä lähemmäs Keski-Eurooppaa mennään sitä konservatiivisemmaksi ja hierarkkisemmaksi kuvataiteen ala muuttuu. Sooloilulle ei jää tilaa, **eikä rahalla osteta mainetta ja kunniaa**. Jos tuottaja tavoittelee pääsyä esimerkiksi arvostetuimpiin kuvataiteen alan tapahtumiin, on hänen saatava kyllin **uskottavat yhteistyökumppanit ja rakennettava suhdeverkostonsa ajan kanssa**. Vasta tämän jälkeen hän voi pyrkiä taiteilijoitten kanssa ja mahdollisesti tulla valituksi taidekentän huipputapahtumiin.



Kuva 3 Tuottajan erilaiset roolit kuvataiteen kansainvälistymisprosessissa

Toisaalta aineiston pohjalta voi todeta, että tuottajalta ei odoteta apua näihin niin sanottuihin huipputapahtumiin pääsemiseen, jotka ovat galleriasidonnaisia. Kuvassa 3 havainnollistetaan tuottajan erilaisia mahdollisuuksia toimia kuvataiteen kansainvälistymisprosessissa. Hänet halutaan ylläpitämään olemassa olevia yhteistyömahdollisuuksia ja kartoittamaan ja kehittämään uusia toimintamahdollisuuksia kansainvälisellä kentällä. Näitä ovat uudenlaiset yhteistyömahdollisuudet, sisältäen **taiteilija- ja tuottajaverkostojen luomisen kansainvälisellä tasolla** sekä yhteistyöhaluisten taidekentän toimijoiden kartoittamisen. Esimerkiksi kontaktoinnit eritaustaisiin **gallerioihin, taiteilijajärjestöihin, taideyliopistoihin sekä nykytaiteen tapahtumiin**, kuten kaupunkitaidetapahtumiin olisivat tarpeen. Lisäksi tuottajan apua kaivattiin **kansainväliseen tuotannonprosessiin**, joko kokonaisuuden **toteuttamiseen** tai eri vaiheiden **konsultointiin**. Hän voisi **tarjota palveluita** esimerkiksi kuljetusten, vakuutusten ja näyttelypaikkojen hankkimisessa sekä näyttelyiden varsinaisessa toteuttamisessa ulkomailla. Toisaalta tuottaja voi **auttaa** erilaisissa **sopimusasioissa, viestintäkanavien kehittämisessä, uusien teosmyynnin ja rahoituskanavien**

hankkimisessa. Elfving (2014) mainitsi, että rahoituskanavien kohdalla esimerkiksi Mesenaatti on tullut uutena myös kuvataiteen alalla. Tuottajat olisivat omiaan **kehittämään joukkorahoituskeinoja kuvataidealan projekteille**, koska rahoituksen hakemiseen annetaan opinnoista hyvät edellytykset.

Kartoitin tutkimuksessa myös kuvataiteilijoiden kokemuksia residensseistä, koska niiden toimintamalli sopii myös tuottajan työllistäjäksi. Näen kuvassa 3 mainitussa **residenssitoiminnassa** hyvät **mahdollisuudet lyhytaikaiseen kansainväliseen yhteistyöhön** ja toisaalta sen toiminta voi parhaimmillaan antaa edellytykset pitempään yhteistyöhön. Residenssitoimintaa kritisoitiin sen vuoksi, että se eristää monesti taiteilijat paikallisista, eikä välttämättä toimi edes sen oleskelijoiden yhdistäjänä. Toisaalta Elfving (2014) kertoi, että on olemassa residenssejä, joissa toimintaa on kehitetty aktiivisemmaksi ja kommunikoivammiksi. Residenssitoiminnan perusajatus **mahdollistaa paikallisten ja taiteilijoiden yhteistyöhön saattamisen**, toisaalta sinne voidaan myös luoda hedelmällinen yhteistyöverkostoitumistila tuomalla oikeanlaiset ihmiset samaan tilaan. Kokemuksieni mukaan residenssitoiminta kiinnostaa monia taiteilijoita, sen toiminnot eivät vain ole aina kovinkaan suunnitelmallisia. Järjestämällä esimerkiksi **asiantuntijapäiviä, taidetyöpajoja tai yhteisötaidepajoja** residenssitoiminnan rinnalle niiden toiminta ei jäisi vain ulkomailla lomailuksi.

Tuottajan työn luonne voisi olla siis edellä mainittujen **tukipalveluiden tarjoamista ja kansainvälisten taidetapahtumien tuottamista** sekä myös **teosten myyninedistämistä** provisiota vastaan. Myynnistä puhuttaessa en ajattele gallerian kaltaista myyntiä vaan esimerkiksi tuottajan tuottaman tapahtuman tai uuden yhteistyökumppanuuden kautta tullutta tuottoa. Toisaalta se voi olla myös tulosta esimerkiksi siitä, että tuottaja löytää ostajan julkiseen paikkaan sijoitettavalle teokselle. Tuottajan rooli ja hänen ansaintalogiikkansa riippuu paljon myös siitä, onko hän itsenäinen palvelun tuottaja vai toimiiko hän suuremmassa organisaatiossa.

Asetin työn alussa itselleni kaksi tutkimusongelmaa.

- Minkälaisiin seikkoihin kuvataiteilijan tulee keskittyä kansainvälisen toiminnan alkuvaiheessa?
- Mitkä ovat ne kansainvälistymisprosessin osa-alueet, joissa tuottaja pystyy edistämään kuvataiteilijan kansainvälistymistä?

Koen saaneeni asettamiini tutkimusongelmiin kattavasti vastauksia ja olen tyytyväinen siihen valtavaan määrään tietoa, jota pystyin työni aineiston kautta saamaan. Työni suunnitelmaa tehtäessä jaoin työn verkostoinnin, markkinoinnin ja rahoituksen osa-alueisiin. Uskon muotoiluprosjektitaustani vaikuttavan tähän jakoon. Kuitenkin luettuani teoriaa enemmän sain huomata, että **verkostoituminen on tärkein ja oleellisin osa-alue kuvataiteen kansainvälistymistä ajateltaessa**. Sama oli huomattavissa myös aineistoa analysoidessa. **Painopisteeni muuttui** tämän vuoksi erilaisten verkostoitumisen tukirakenteiden kartoittamiseen. Olin myös ajatellut selvittää enemmän erilaisia rahoituskanavia, mutta haastattelujen edetessä ymmärsin verkostoinnin ja tuottajan tuen taiteilijan työssä olevan olennaisempi osio alkuvaihetta tehtäessä. Rahoitus on toki olennainen osa kansainvälistymisen mahdollistamista ja moni hanke jää toteutumatta rahoituksen puuttuessa. Olemassa olevat rahoituskanavat kansainvälisiin kuvataideprojekteihin ovat kuitenkin sen verran pienet, että niiden kehittämiseen tarvitaan kokonaan uusi tutkimus. Sen sijaan **keskityin tutustumaan** muihin **tukirakenteiden toimintoihin** ja avaamaan **verkostojen kokonaisuutta** sekä **kuvataidealan suhtautumista kansainvälisyyteen** ymmärrettävämmäksi.

Jotta tuottaja voisi vastata kuvataiteen alan tarpeeseen ja työllistää itsensä sillä, olisi olennaista tehdä **tuottajan ansaintalogiikasta jatkotutkimus**. Tähän tulisi kartoittaa olemassa olevat toimijat, kuten managerit ja tuottajat sekä tarkastella heidän käytöissään olevia toimintamalleja palveluidensa veloituksesta. Jos tutkimukseen pystyttäisiin sisällyttämään myös ulkomaan toimijoita, saataisiin laajempi käsitys erilaisista mahdollisuuksista kansainvälisellä tasolla. Näitä **toimintamalleja benchmarkkaamalla** olisi helpompaa ymmärtää toimivimmat tavat toimia tuottajana kuvataidealalla. Olisi mielenkiintoista saada selville myös **minkälaisia rooleja ja kuinka erilaisia toimintaympäristöjä itsenäisillä tuottajilla** on kansainvälisissä projekteissa. Ala on varmasti todella paljon kehittyneempi ulkomailla. Haasteena tällaisessa tutkimuksessa on, että monet voivat suhtautua negatiivisesti ansaintalogiikkansa avaamiseen tuntemattomille.

Työn aineistoanalyysi osoitti, että **kuvataiteilijoiden kansainvälistymisen motiiveissa** ja sen **tavoittamiseen tarvittavissa tukikeinoissa** on **eroavaisuuksia**. Tämän vuoksi olisi hyvä luoda myös erilaisia vaihtoehtoja tuottajan toimintamalleille. On

hyvä huomioida, etteivät kaikki kuvataiteilijat ole kiinnostuneita myynnistä vaan haluavat keskittyä esimerkiksi yhteisötaideteoksiin. Tällöin tuottajan tavoite ei ole edistää myyntiä vaan tukea yhteisötaideteoksen toteutumista. Hän voi esimerkiksi etsiä samanlaista arvomaailmaa edustavia järjestöjä, jotka toteuttavat kansainvälisenä projektina yhteisötaideteoksen ja auttaa projektin toteutumisen organisointiin liittyvissä tehtävissä. Tällöin tuottajan palkkaus riippuu työn laajuudesta. Jos tuottajan palvelut ovat konsultointia, on niiden tuottaminen järkevämpää esimerkiksi **kertapalkkiota** vastaan. Toisaalta palkkio voidaan maksaa osissa, esimerkiksi kuukausittain jos projekti on laajempi. Tämän määrittäminen riippuu siitä, että puhutaanko tuntien, päivien vai jopa kuukausien mittaisesta työstä. Osa tuottajan töistä voisi hyvinkin olla **provisiopohjaista**, esimerkiksi silloin, jos tuottajan työn kautta myydään teoksia. Lisäksi erilaisten **tuottaja-apurahojen tai ELY – keskuksen kansainvälistymistukien** saamisen mahdollisuuksia osana tuottajan työllistämistä tulisi pyrkiä edistämään tulevaisuuden kuvataiteen tuotantojen rahoituksessa. (Lappalainen 2014, Raatikainen 2013, 23.)

Itsenäisenä tuottajana toimivan tulee huomioida myös oikeanlaisen sopimuksen laatiminen taiteilijan kanssa. **Sopimuksen tulee tukea molempien** etua niin, ettei se gallerian tavalla sitouta taiteilijaa liian pitkäksi aikaa yhteen toimintamalliin, muttei myöskään jätä tuottajaa ansiotta taiteilijan edetessään urallaan tuottajan avulla. Taiteilijan kannalta sopimuksen pidempiaikaisuus saattaa olla este yhteistyölle myös sen vuoksi, ettei taiteilija uskalla ottaa taloudellista riskiä ja sitoutua pidemmäksi aikaa maksulliseen tukipalveluun. Tuottajan kannalta haasteena laatiessa lyhytkestoisista sopimusta on taas se, että monet kuvataiteen projektit saattavat toteutua vasta parin vuoden päästä alkusysäyksestä. Tällöin tuottajan työn tulokset saattavat tulla esiin vasta pidemmällä aikavälillä. Malli luovien alojen agenttien ja managerien yhteistyösopimukseen löytyy Agma ry:n(2014) verkkosivuilta. Sopimuksissa on myös lueteltuna erilaiset vaihtoehdot palkkioiden maksuun. Tuottajan sopimuksia laadittaessa Agman laatima sopimus antaa hyvän esimerkin yhteistyösopimuksessa huomioitavista seikoista.

Yksityisyrittäjätuottajan sijaan voitaisiin myös miettiä ehdotettua toimintamallia, jossa kuvataidealan tuottaja toimii **freelancer tuottajana**. Tällöin tuottajat toimisivat freelance tuottajina esimerkiksi Framen kaltaiselle instituutiolle. (Sjöberg 2010, 34.) Tämä

ei kuitenkaan toimi ainoana vaihtoehtona vaan lisäksi tarvitaan täysin itsenäisiä toimijoita henkilökohtaisin kontaktein ja henkilökohtaisin intressein. Tuottajan työllistymisen kuvataidealalle on todellinen haaste tämän hetkisten vaihtoehtojen pohjalta. Julkisen rahoituksen vähentyessä on löydettävä uusia rahoituskeinoja, jotta edes tämän hetkiset toiminnot saadaan ylläpidettyä. Uusien rahoitusratkaisujen kehittyessä olisi mielestäni hyvä hetki panostaa tukirakenteiden rahoittamisen uudistamiseen. Lisäksi näen tärkeänä, että tulevaisuudessa kuvataiteen kanssa työskenteleville tuottajille kehitetään rahoitusmalleja **vakituisempiin positiioihin palkkaamiseksi**. Tämän kautta mahdollistuu myös taideprojektien pitkäjänteisempi tuottaminen. Suomalaisessa kuvataiteessa on suuri potentiaali, joka jää hyödyntämättä alan pienten resurssien vuoksi. Lyhyet projektirahoitukset ja palkkaukset tekevät kentän toimijoiden sitouttamista vaikeammaksi, koska pidempiaikaiset palkkaukset houkuttavat enemmän. Jos tehtäviä tehdään toisen työn ohella, ei sitoutuminen ole niin vankkaa varsinkaan pidempiaikaisiin projekteihin. Tuolloin se mitä todennäköisesti vaikuttaa myös alan toimintaan ja toisaalta niiden henkilöiden jaksamiseen, jotka koettavat sinnitellä alalla useamman työn voimin.

Uskon työni auttavan myös muita tuottajia ymmärtämään kuvataidealan erilaisen rakenteen ja alan toimintatavat. Toivon myös, että Creven yrityshautomoon tulisi tulevaisuudessa kuvataiteen alan tuottajia, jotka voisivat hyödyntää työni tuloksia toimintansa aloittamisessa. Koen opinnäytetyöprosessin erittäin mielenkiintoisena ja opettavaisena. Kuvataideala on ollut minulle tuntemattomampi kuin muotoilu, vaikka olen henkilökohtaisesti ollut kuvataiteesta aina kiinnostunut. Työn tekeminen avasi uudelleen mielenkiinnon työskennellä kuvataiteen kanssa. Olisi hienoa, jos pystyisin jonain päivänä toteuttamaan haaveeni toimia itsenäisenä tuottajana kuvataiteen kentällä. Sitä ennen minulla tulee kuitenkin olla vahvemmat verkot kudottuna ja hieman kerrytettynä pääomaa takataskussa.

LÄHTEET

Agma ry, 2014. Yhteistyösopimus. Viitattu 22.4.2014.

<http://agma.fi/wp-content/uploads/2011/05/Sopimus pohja.pdf>

Halonen, Katri. 2011. Kulttuurituottajat taiteen ja talouden risteyskohdassa. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Herranen, Kaisa & Karttunen Sari. Kuvataidealan osaamistarpeet tulevaisuudessa. Olemassa oleviin aineistoihin pohjautuva kuvaus sekä ehdotus laadullisen ennakoinnin kehittämiseksi, Selvitystyön loppuraportti Opetushallitukselle 15.6.2012.. Kulttuuripoliittisen tutkimuksen edistämissäätiö Cupore, Helsinki. Viitattu 11.3.2014.

http://www.cupore.fi/documents/Kuvataide_ennakointiaineistonselvitys.pdf

Kananen, Jorma. 2008. Kvali – Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja: 93.

Karttunen, Sari. 2009. ”Kun lumipallo lähtee pyörimään”: Nuorten kuvataiteilijoiden kansainvälistyminen 2000-luvun alussa. Helsinki: Taiteen keskustoimikunta. Tutkimusyksikön julkaisuja: 36.

Koitela, Jussi 2014. Taiteilija maksaa? Kuratoinnin uhka ja muut pelot. Mustekala, 16.1.2014. Viitattu 18.4.2014. <http://www.mustekala.info/node/3955>

Koivunen, Hannele. Onko kulttuurilla vientiä? Opetusministeriön julkaisuja 2004:22. Helsinki. Viitattu 4.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2004/liitteet/opm_176_opm2_2.pdf?lang=fi

Kulta, Anni. 2013. Ideaali muotoilutuottaja: kulttuurituottajana muotoilualalla. Turun Humanistinen ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö. Viitattu 2.4.2014.

http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/67045/Kulta_Anni.pdf?sequence=1

Kuvataideakatemia 2014. Praxis-maisteriohjelma. Viitattu 1.4.2014.

<http://www.kuva.fi/fi/opiskelu/koulutusohjelmat/praxis-maisteriohjelma/>

Mänttari-Buttler, Alina, Helsinki, 2010. Helsingin galleriakenttä, kentän muutokset ja positiot vuosina 1983-2009. Viitattu 25.3.2014.

<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/19563/helsinki.pdf?sequence=1>

Nikula, P. & Penttilä, A. & Kupi, O. & Urmas, J. & Kommonen, K. 2009. Sirpaleisudesta kilpailukyvyn keskiöön – Asiantuntijoiden näkemyksiä luovien alojen kansainvälistymisestä. Helsingin kauppakorkeakoulu. Viitattu 27.3.2014.

http://cemat.aalto.fi/fi/publications/2009/N-84_Julkaisun_e-versio.pdf

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2008. Kulttuurivienti / myönnöt 2008. Viitattu 26.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/Kulttuurivienti_myonnetyt/kulttuurivienti2008.pdf

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2009. Kulttuuriviennin kärkihankkeet / myönnöt 2009.

Viitattu 26.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/Kulttuurivienti_myonnetyt/Kulttuurivienti_1_2009_MINEDU_print.pdf

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2010. Kulttuuriviennin kärkihanketuki, momentit 29.80.52.26.1 ja 29.80.56. Viitattu 26.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/Kulttuurivienti_myonnetyt/Kulttuurivienti_1_myxnxt_2010.pdf

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2011. Kulttuuriviennin kärkihanketuki 2011 (mom. 29.80.52.27.1). Viitattu 26.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/Kulttuurivienti_myonnetyt/Kulttuurivienti_myxnxt_2011.pdf

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2012. Kulttuuriviennin kärkihanketuki 2012 / Mom. 29.80.52.28.1. Viitattu 26.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/Kulttuurivienti_myonnetyt/Kulttuurivienti_myonnot_2012.pdf

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2013. Kulttuuriviennin kärkihanketuki 2013. Viitattu 26.3.2014.

http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Kulttuuri/kulttuuripolitiikka/avustukset/ky_avustukset/myonnetyt_avustukset/Kulttuuriviennin_kxrkihankkeet_2013_www.pdf

Opetus- ja kulttuuriministeriö. 2007. Onko kulttuurilla vientiä? ON! Esitys Suomen kulttuuriviennin kehittämisohjelmaksi 2001–2011. Opetusministeriön julkaisuja: 2007:9. Helsinki. Viitattu 5.3.2014.

<http://www.minedu.fi/export/sites/default/OPM/Julkaisut/2007/liitteet/opm9.pdf>

Raatikainen, Outi. 2013. Taiteen välittävän portaan toimialaselvitys. Musiikin, kirjallisuuden, tanssin ja kuvataiteen välittäjäporras 2012. Music Finland Vaahto. Valtakunnallinen tuottaja- ja välittäjähanke.– Tunnuslukuja ja tutkimuksia 3. Viitattu 23.4.2014.
http://musicfinland.fi/fi/media/dokumentit/tunnuslukuja_ja_tutkimuksia3.pdf

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto [verkkójulkaisu]. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 17.4.2014. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_2.html

Salminen, Veli-Matti. 2012. Verkostot, paikallisuus ja eriarvoisuus. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Sjöberg, Kira. 2010. Nykyaikaisen markkinarakenteen, ansaintalogiikka ja uudet liiketoimintamallit . Luova Suomi /Cupore. Helsinki. Viitattu 13.4.2014.
http://www.cupore.fi/documents/Taidemarkkinat_Sjoberg_220110.pdf

Taloussanomien. 20.3.2014. Raja laski, näillä tuloilla olet nyt pienituloinen. Viitattu 8.4.2014.
<http://www.taloussanomien.fi/tyo-ja-koulutus/2014/03/20/raja-laski-nailla-tuloilla-olet-nyt-pienituloinen/20143991/139>

Tikka, Moona 2011. Tuottajana muotoilualalla – Tuottajan työn paketointi ja tuotteistaminen. Turun ammattikorkeakoulu. Ammattikorkeakoulun perustutkinnon opinnäytetyö. Viitattu 23.4.2014
<https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/28713/Opinnaytetyot%20t%20heseukseen.pdf?sequence=1>

Tuominen Saku & Kuulasmaa Risto. 2011. Matkanopas. Helsinki: Tammi.

Vahvaselkä Irmeli. 2009. Kansainvälinen liiketoiminta ja markkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Haastattelut (Kaikki haastattelut on tehnyt Niina Niemi)

Elfving, Taru. Ohjelmapääällikkö, Frame. 28.3.2014. Helsinki.

Lappalainen, Minna-Maija. Kuvataiteilija, 14.3.2014. Turku.

Onniselkä, Birgitta. AMA galleria, 27.3.2014. Helsinki.

Patrick Söderlund, Kuvataiteilija, 17.3.2014. Turku.

Toija, Tommi. Kuvataiteilija, 27.3.2014. Helsinki.

Tukiainen, Katja. Kuvataiteilija, 24.3.2014. (Puhelinhaastattelu)

LIITTEET

Liite 1.

Teemahaastattelurunko

Kansainvälistyminen/ kuvataiteilijat

Jaoin kysymykset teemoihin ja laadin itselleni joitain kysymyksiä, jotka toimivat muistilistana.

Taustakysymykset:

1. Koulutus?
2. Opiskelut muualla kuin Suomessa?
3. Kuuluiko koulutukseesi kansainvälisiä projekteja tai muuta kansainvälistä yhteistyötä?
4. Oletko työskennellyt tai asunut ulkomailla, missä?

Kansainvälinen toiminta:

1. Ensimmäiset kansainväliset projektit?
2. Miten ne alkoivat?
 - Ryhmän kanssa vai yksin ulkomaille?
3. Syyt kansainväliseen toimintaan hakeutumiselle?
4. Suurimmat haasteet kansainvälisten projektien saavuttamisessa?
5. Missä määrin sait apua koulusi kautta?
6. Onko käytössäsi ollut esimerkiksi tuottaja ja/tai galleria?
7. Tuottajan rooli kansainvälistymisprosessissa?

Rahoitus:

1. Rahoituksen hakeminen kansainvälisille projekteille?
2. Yksityiset sponsorit tai muut rahoituskeinot?

Kansainvälisellä kentällä toimiminen:

1. Kuinka tärkeäksi koet hyvän kielitaidon kansainvälisissä projekteissa?
2. Kansainvälistymisen hyödyt?
3. Haasteet tai eroavaisuudet Suomeen kansainvälisellä kentällä toimimisessa?
4. Kansainvälisten projektin aloittaminen, neuvoja?

Kansainvälinen verkostoituminen:

1. Mikä on mielestäsi toimivin tapa verkostoitua ulkomailla ja löytää oikeat yhteistyökumppanit?
2. Koetko verkostoitumisen luontevaksi? Tuottajan/gallerian apu?

Itsensä markkinoiminen:

1. Miten koet itsesi markkinoinnin?
2. Mitä tiedottamisen kanavia käytössä?
3. Sosiaalinen media?

Liite 2.
Teemahaastattelurunko
Kansainvälistyminen/ tuottajat

Jaoin kysymykset teemoihin ja laadin itselleni joitain kysymyksiä, jotka toimivat muistilistana.

Taustatiedot:

1. Koulutus ?
2. Opinnot tai pidemmät oleskelut muualla kuin Suomessa?
3. Minkälaisessa kansainvälisessä toiminnassa olet ollut mukana?

Kansainvälinen verkostoituminen:

1. Mitkä keinot koet parhaiten toimiviksi kansainvälisen verkoston luomisessa?
 - Tuottajille
 - Kuvataiteilijoille?

Kansainvälistymisen keinot ja taiteen markkinointi:

1. Olennaisimmat asiat kansainvälisyyttä miettiessä, aloituskeinot?
2. Minkälaisia seikkoja tuottajan tulee huomioon tuottaessaan kansainvälisiä kuvataideprojekteja?
3. Markkinointi kuvataiteen projekteissa?

Ulkomailla toimiminen:

1. Onko kansainvälisellä kentällä toimimisessa jotain erityistä, joka tulisi huomioida verrattuna kotimaan toimintaan?
2. Kuinka tärkeäksi koet taiteilijan kielitaidon kansainvälistymisessä?

Rahoitus:

1. Mitä mieltä olet apurahojen tai muun rahoituksen riittävydestä kansainvälisiin projekteihin pyrkiessä?
2. Sponsoritoiminta tai muut rahoituskanavat?