

**ETLA** **ELINKEINOELÄMÄN TUTKIMUSLAITOS**  
THE RESEARCH INSTITUTE OF THE FINNISH ECONOMY  
Lönnrotinkatu 4 B 00120 Helsinki Finland Tel. 358-9-609 900  
Telefax 358-9-601 753 World Wide Web: <http://www.etla.fi/>

## Keskusteluaiheita – Discussion papers

No. 945

Mathias Calonius

**LUOVAN YHTEISKUNNAN RAKENTEET,  
LUOVAT TOIMIALAT JA MUOTOILUALA**

**CALONIUS, Mathias, LUOVAN YHTEISKUNNA RAKENTEET, LUOVAT TOIMIALAT, MUOTOILUALA.** Helsinki: ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, The Research Institute of the Finnish Economy 2004, 31 s. (Keskusteluaiheita, Discussion Papers, ISSN 0781-6847; no. 945).

**TIIVISTELMÄ:** Raportissa tarkastellaan kirjallisuuskatsauksen pohjalta luovuutta ja sen suhdetta yhteiskunnan rakenteisiin. Luovuuteen perustuvan taloudellisen toiminnan merkitys on korostunut erityisesti kehittyneissä talouksissa, joissa pyritään löytämään korkeaan palkkatasoon sopivaa taloudellista toimintaa. Luovuus on lähtöisin yksilöstä ja liittyy yksilöllisiin ominaisuuksiin, mutta luovuuden edellytyksiä löytyy yleisemmin myös sosiaalisesta ja taloudellisesta ympäristöstä. Luovuuden yhteiskunnallisia edellytyksiä ovat: suvaitsevaisuus, syvälinen tietämys ja osaaminen, hyvä rahoituspohja, epätasapaino koetun tarpeen ja olemassa olevien menetelmien välillä, hyvät kontaktit, monimuotoisuus sosiaalisessa ja fyysisessä ympäristössä, sekä joustava sosiaalinen ja taloudellinen organisaatio. Luovan työn tekijät muodostavat ihmisryhmän, jolla on yhteisiä piirteitä ja jonka potentiaalinen taloudellinen merkitys on suuri. Yhteiskuntarakenteita tulisi kehittää tukemaan luovien työntekijöiden toimintaedellytyksiä ja luovien toimialojen kehitystä. Maailmalta löytyy esimerkkejä maista, jotka ovat onnistuneet kehittämään menestyksekkäitä luovia toimialoja julkisella rahoituksella ja tuella. Suomen nykyinen haaste on luoda pitkäjänteinen ja kaukonäköinen toimintatapa luovien alojen kehittämiseksi taloudellisesti merkittäviksi toimialoiksi.

**AVAINSANAT:** Luova yhteiskunta, luova ympäristö, yhteiskuntarakenteet, luovat toimialat, luovuus, muotoiluala, luova luokka

**CALONIUS, Mathias, THE SOCIAL STRUCTURES OF THE CREATIVE SOCIETY, CREATIVE INDUSTRIES, DESIGN INDUSTRY.** Helsinki: ETLA, Elinkeinoelämän Tutkimuslaitos, The Research Institute of the Finnish Economy 2004, 31 p. (Keskusteluaiheita, Discussion Papers, ISSN 0781-6847, no. 945).

**TIIVISTELMÄ:** The report looks into the relationship between creativity and the social structures based on a book review. Economic activity based on creativity has become especially important in developed economies where the issue has been to find activities that relate well with high wage level. Creativity springs from an individual and it bases on individual qualities, but the prerequisites supporting creativity can be found also from general social and economic environment. Prerequisites for creativity are tolerance, deep knowledge and competencies, good financial base, unbalance between a need and the available means, good contact base, diversity in the social and physical environment and flexible social and economic organization. Creative workers compose a class of people who possess common qualities. The economic importance of this class is important. The structures of the society should be developed to support creative work and the development of the creative industries should also be supported. There are examples of countries that have been able to develop successful creative industries based on public financing and support. The present challenge of Finland is to create a long-span and far-sighted policy to develop creative industries into important part of the economy.

**KEYWORDS:** Creative society, creative milieu, social structures, creative industries, creativity, design industry, creative class



# Sisällysluettelo

1. Johdanto .....	1
1.1. Taustatietoa .....	1
1.2. Tavoitteet .....	2
2. Luovan yhteiskunnan rakenteet .....	3
2.1. Yksilöllisen luovan prosessin suhde ympäröivään yhteiskuntaan .....	3
2.2. Luovat kaupunkialueet .....	4
2.2.1. Luovuuden monimuotoisuus, luovat ympäristöt ja niiden synty .....	5
2.2.2. Yhteiskunnalliset edellytykset luovuudelle ja luovalle miljöölle .....	7
2.3. Luova yhteiskuntaluokka .....	11
2.4. Luovien ihmisten sijoittumispäätöksiin vaikuttavat kaupunkialueen piirteet .....	13
3. Luovat toimialat ja muotoilu .....	15
3.1. Luovat toimialat .....	15
3.2. Luovia toimialoja ja muotoilua tukevat julkiset rakenteet .....	18
3.2.1. Iso-Britannia luovien toimialojen ja muotoilun kärkimaa .....	18
3.2.2. Etelä-Koreassa luovat toimialat ja muotoilu nousussa .....	21
4. Suosituksia yhteiskunnalliseen päätöksentekoon .....	23
Liite 1 .....	27
Liite 2 .....	28
Liite 3 .....	31



# 1. Johdanto

## 1.1. Taustatietoa

Luovuus on länsimaisen käsityksen mukaan kyky tuottaa töitä, jotka ovat uusia eli omaperäisiä ja odottamattomia sekä tarkoituksenmukaisia eli käytännöllisiä tietyn tehtävänannon puitteissa. Luovuus on aihe, joka ulottuu laajalle ja joka on tärkeä sekä yksilötasolla että yhteiskunnan tasolla lukuisissa yhteyksissä. Yksilötasolla luovuus on merkittävää esimerkiksi työhön tai jokapäiväiseen elämään liittyvissä ongelmanratkaisuisissa. Yhteiskunnan tasolla luovuus voi johtaa tieteellisiin läpimurtoihin ja uusiin taidesuuntauksiin, innovaatioihin tai sosiaalisiin ohjelmiin. Luovuuden taloudellinen merkitys on selvä, sillä kaupallisesti onnistuneet uudet tai parannetut tuotteet ja palvelut luovat lisäarvoa ja työtä. Yksilöiden, organisaatioiden ja yhteiskuntien täytyy myös mukauttaa olemassa olevat resurssit muuttuviin vaatimuksiin pysyäkseen kilpailukykyisinä. (Sternberg ja Lubart 1999, s. 1.)

Suurin osa kehittyneistä teollisuusvaltioista on luonut strategian luovien toimialojen, erityisesti muotoilun tukemiseen. Syitä tälle voidaan löytää useampia. Yhtenä niistä on suhteellisen edun liittyminen läheisesti luotuihin tuotantotehtäviin. Innovatiiviseen toimintaan perustuva suhteellinen etu sopii hyvin yhteen korkeiden työvoimakustannusten kanssa. Toisena syynä voi mainita kyseisten alojen merkityksen korostumisen yltäkylläisillä markkinoilla, jossa kuluttajat hakevat tuotteita, joilla rakentavat omaa identiteettiään (Lewis ja Bridger 2001). Kuluttaja valitsee runsaasta tarjonnasta tuotteet, jotka parhaiten tukevat kuluttajan käsitystä itsestään tai siitä minkälainen hän haluaisi olla.

Luovat toiminnot ovat tyypillisesti vahvasti paikkasidonnaisia, sillä luovuuteen liittyvä hiljainen tieto siirtyy heikosti maantieteellisten välimatkojen yli (Von Hippel 1994, Saxenian 1990, 1994). Maantieteellisen läheisyyden merkityksen korostuminen globalisaation aikakaudella onkin yksi talouden paradokseista.

Uuden tiedon luonnilla ja olemassa olevan tiedon leviämällä on läheinen yhteys toisiinsa. Kaupungit, jotka eivät ole osa olemassa olevan tiedon virtaa, eivät todennäköisesti myöskään ole ensisijaisia paikkoja, joissa luodaan hyödyllistä uutta tietoa. Ilman innovaatiota – uutta tietämystä – kaupungin sisällä ja kaupunkien välillä virtaava tieto nopeasti pysähtyisi ja sen vaikutukset alueella tehdyn työn tuottavuuden kasvuun todennäköisesti katoaisivat. (Simon ja Nardinelli 1996, s. 393.)

Tietyt suurkaupunkialueet ovat kehittyneet talouden ydinverkostoksi informaatiotekniikan vallankumouksen ja globalisaation kautta. Muut kaupungit ja alueet ovat alisteisia tälle verkostolle taloudellisessa päätöksenteossa ollen yhteydessä ydinverkostoon lähimpien ydinalueiden välityksellä. Verkostossa liikkuu oleellinen taloudellisen menestyksen määrittävä informaatio. Siinä välittyy uusien ja keskeisten teknologiaan, organisatorisiin kysymyksiin ja rahoitukseen liittyvä informaatio. Informaatio, joka on tarpeellista erityisesti korkean arvonlisän tuotannossa. Ydinverkostossa olevat alueet samanaikaisesti sekä kilpailevat keskenään että tekevät toistensa kanssa yhteistyötä. Verkostosta pois joutuminen voi tarkoittaa kyseisen alueen keskeisten taloudellisten toimintaedellytysten heikentymistä. Samalla vähenevät tälle alueelle alisteisten muiden alueiden keskeiset taloudellisen toiminnan edellytykset. (Castells 2000)

## **1.2. Tavoitteet**

Tämän raportin tarkoituksena on esitellä luovuutta tukevia yhteiskuntarakenteita, luovia toimialoja sekä julkisia rakenteita, erityisesti muotoilutoimialaa. Raportissa pyritään nostamaan esille asioita, joihin tulisi kiinnittää huomiota luotaessa toimintakehyksiä luovuuden perustuvalla taloudellisella toiminnalla. Luovuuden merkitys kansantaloudessa tulee oletettavasti korostumaan sekä suoraan luovien toimialojen kasvun kautta että välillisesti muussa taloudellisessa toiminnassa. Tässä raportissa keskitytään luovista toimialoista erityisesti muotoilualaan johtuen sen tunnistetusta yhteydestä yritysten menestykseen ja potentiaaliin luoda hyvinvointia.

Keskeisiä raportissa tarkasteltavia kysymyksiä ovat:

- Mikä on yksilöllisen luovan prosessin suhde ympäröivään yhteiskuntaan?
- Minkälaiset yhteiskuntarakenteet tukevat luovuutta?
- Mitä ovat luovat kaupunkialueet?
- Keitä ovat luovan yhteiskuntaluokan jäsenet ja kuinka heidät tulisi ottaa huomioon?
- Mitä ovat luovat toimialat?
- Minkälaisia ovat luovia toimialoja ja erityisesti muotoilua tukevat julkiset rakenteet muissa maissa?
- Mitä meidän tulisi tehdä, jotta menestyisimme luovuutta korostavassa taloudessa?

## 2. Luovan yhteiskunnan rakenteet

Yhteiskuntaa eteenpäin vievät teknologiset ja sosiaaliset innovaatiot syntyvät prosessissa, johon monet luovat ihmiset antavat tärkeän panoksensa (Zaccai 2004). Luovuutta ilmiönä voidaan pääpiirteissään tarkastella yksilö-, organisaatio ja yhteiskuntatasolla. Tässä luvussa keskitytään kuvaamaan yhteiskuntarakenteita, jotka tukevat yksilöstä lähtevää luovaa prosessia sekä luovien alueiden syntymistä. Luvussa tarkastellaan lyhyesti myös ns. luovia ammatteja sekä luovien ihmisten maantieteellistä sijoittumista.

### 2.1. *Yksilöllisen luovan prosessin suhde ympäröivään yhteiskuntaan*

Viimeaikaiset tutkimukset ovat esittäneet hypoteesin, että useiden yksilö- ja organisaatiotasoon sekä yhteiskuntaan liittyvien tekijöiden täytyy yhtyä, jotta luovuutta syntyisi. Näin ollen on tärkeitä huomioida henkilö- ja motivaatiotekijät sekä sosiokulttuurillinen ympäristö luovuuden lähteinä. (Sternberg ja Lubart 1999, s. 7, 9, 10.)

Eri tieteenalat käyttävät luovuudesta eri termejä ja keskittyvät ilmiön eri puoliin. Taloustieteellisessä tutkimuksessa käytetään termiä innovaatio ja ilmiötä tarkastellaan organisaatiotasolla. Psykologit puolestaan tarkastelevat luovuutta yksilön tasolla. (Wehner, Csikszentmihalyi ja Magyari-Beck 1991; ref. Sternberg ja Lubart 1999 s. 9.) Sternberg ja Lubart (1999, s. 9) uskovat, että luovuuden ymmärtäminen vaatii poikkitieteellistä lähestymistapaa. Perinteisesti luovuutta on tarkasteltu tietyn tieteenalalan lähtökohdista ja oletettu, että tarkastelun kohteena on ollut koko ilmiö. Kokonaistarkastelun vaikeus liittyy kuitenkin tarpeeseen tarkastella ilmiötä samanaikaisesti yksilö-, organisaatio- ja yhteiskuntatasolla.

Luovaan prosessiin vaikuttavia tekijöitä on useita ja ne ovat vaikeasti hallittavissa. (Ruco ja Sakamoto 1999, s. 62.) Tästä huolimatta voidaan kuitenkin esittää yleisiä edellytyksiä, jotka tukevat luovaa prosessia.

Luovuutta on tutkittu paljon yksilön ominaisuuksien ja taustojen kautta. On muun muassa todettu, että hyvät tiedot alasta ovat tarpeellisia, jotta yksilö voisi osoittaa sillä luovuutta. (Csikszentmihalyi 1999.) Samoin luovina ihmisinä pidettyjä tutkittaessa on huomattu, että heidän taustansa ovat usein poikkeavia tai he jostain syystä erottuvat muusta joukosta kasvu-



ympäristössään (Csikszentmihalyi 1999, s. 328). Luovuus suosii älykköjä, jotka omaavat rikkaan kokemuspohjan ja jotka osaavat katsoa asioita monesta näkökulmasta. Lukuisat kiinnostuksen kohteet ja monimuotoinen osaaminen edesauttavat luovuutta. (Florida 2004, s.33).

Yksilön sisäinen motivaatio on luovuuden kannalta olennaista. Puuttuminen luovaan prosessiin ulkopuolelta saattaa olla prosessille haitallista, mutta toisaalta luovan prosessin ulkopuolelta annettu informaatio ja prosessia tukevat toiminnot ovat usein myös hyödyllisiä jos luovan prosessin lähtötilanteessa sisäinen motivaatio on ollut korkea. (Collins ja Amabile 1999, s. 304.) Havaintoihin sekä ongelmanratkaisuun ja -muodostamiseen liittyvät kokeet ovat näyttäneet, että luova prosessi vaatii aikaa ja että tulokset eivät tule tasaisesti, vaan jaksoittain ja odottamatta. Luova prosessi vaatii tiettyä leikkimielisyyttä yhdistettynä kurinalaisuuteen, tietämykseen ja kompetenssiin. Ulkoiset ärsykkeet kuten projektit, aikataulut, määrärahat tai kannustimet ohjaavat prosessia melko vähän. Ulkoiset ärsykkeet kuten palkat vaikuttavat kuitenkin ammatin, alueen ja työnantajan valintaan. (Andersson 1985, s. 110.)

Yksilöön liittyvien ominaispiirteiden lisäksi on kuitenkin tärkeää huomioida yksilöä ympäröivä yhteiskunta ja kulttuuri luovuuteen vaikuttavina tekijöinä. Kulttuuri ja sosiaalinen tausta viime kädessä määrittelevät mitä mahdollisuuksia luovuudelle on ja mitkä ideat katsotaan hyväksyttäväksi tai uusiksi. Luova henkilö on jatkuvassa vuorovaikutuksessa ympäristönsä kanssa saaden sieltä virikkeitä ja peilaten omaa toimintaansa yhteiskunnan asettamaan sosiaaliseen tilaan. On myös henkilöstä ja ympäröivän yhteiskunnan vastaanottavuudesta kiinni, saako hän ääntään kuuluviin uusine ideoineen. (Csikszentmihalyi 1999.) Luovuutta yhteiskuntatasolla tukevia tekijöitä esitellään tarkemmin seuraavissa kappaleissa.

## **2.2. Luovat kaupunkialueet**

Tässä luvussa käsitellään luovuuden monimuotoisuutta sekä luovia ympäristöjä ja niiden syntyä. Tällaisissa ympäristöissä luovuus toteutuu laajalla rintamalla eri alojen ruokkiessa toisiaan uusilla ideoilla ja kannustaen uuden etsimiseen. Lisäksi esitellään joitakin historiallisia luovia kaupunkialueita, jotta saadaan käsitys minkälainen tila luova ympäristö voi

olla. Luvussa esitellään myös välttämättömät edellytykset luovuudelle ja luovalle ympäristölle.

### **2.2.1. Luovuuden monimuotoisuus, luovat ympäristöt ja niiden synty**

Luovuus on moniulotteista ja ilmenee useilla toisiaan tukevilla tavoilla. Teknologinen ja taloudellinen luovuus tukevat ja ovat vuorovaikutuksessa taiteellisen ja kulttuurillisen luovuuden kanssa. Luovuus vaatii sosiaalista ja taloudellista ympäristöä, joka voi tukea sen monia muotoja. Laaja luova ympäristö on oleellista teknologisen luovuuden ja kaupallisten innovaatioiden syntymisen kannalta ja edellytys niistä kumpuavaan vaurauden synnylle. Luovuuden muodot eritellään seuraavasti: teknologinen luovuus, taloudellinen luovuus kuten yrittäjyys sekä taiteellinen ja kulttuurillinen luovuus. Ne ovat todellisuudessa pitkälti yhteydessä toisiinsa, koska ne eivät ainoastaan jaa samoja ajatusprosesseja, vaan ne myös vahvistavat toisiaan alojen yli menevän ideoiden vaihdon avulla. (Florida 2004, 5-7, 22, 33.)

Aluetta, jossa moniulotteinen luovuus toteutuu laajasti, kutsutaan luovaksi ympäristöksi. Taloustieteilijä Andersson (1985, s. 332) katsoo, että luovien ympäristöjen syntyminen on kokonaisuudessaan yllättävää, vaikka tietäisimme niiden vaatimat edellytykset. Castells (2000) jakaa Anderssonin näkemyksen luovien ympäristöjen synnyttämisen ennakoimattomuudesta antaen esimerkkejä yksittäisten historiallisten sattumien merkityksestä nykyisten luovien toimialojen keskittymiseen tietyille alueille Yhdysvalloissa. Luovan ympäristön muodostuttua se näyttää synnyttävän oman dynamiikkansa, kun se houkuttelee osaamista, investointeja ja lahjakkuuksia ympäri maailmaa. Näin on käynyt muun muassa Kalifornian piilaaksossa.

Luovan alueen syntyprosessi voidaan nähdä eräänlaisena dynaamisena yhteisvaikutuksena. Jotta prosessi käynnistyisi, täytyy monen tekijän samanaikaisesti pystyä vuorovaikuttamaan toisiinsa. Luovat ympäristöt ovat olleet kooltaan suhteellisen laajoja, kulttuurillisesti monipuolisia, tietämyksessä ja osaamisessa etulinjassa ja ne ovat tarjonneet myös hyvät mahdollisuudet tiedonvälitykselle sekä alueen sisällä että sieltä ulospäin. Fyysisellä läheisyydellä näyttää olevan myös suuri vaikutus alueen sisäiselle kommunikaatiolle. Sektorit eivät laajene yksittäisten kokonaisuuksien kvantitatiivisen kasvun kautta, vaan jakautumalla useaan uuteen pieneen kokonaisuuteen. Sen sijaan samanlaisuus, yhdenmukaisuus ja

homogeenisuus eivät näytä synnyttävän suosiollista kasvualustaa luoville prosesseille. (Andersson 1985, s. 136.)

Alueen koko tai koon kasvattaminen eivät kuitenkaan ole itseisarvoja. Oleellista koon mukanaan tuomassa hyödyssä ovat kontaktien ja ideoiden määrän kasvu. Yksioikoinen suuren kokoon tähtääminen ei kuitenkaan saa olla ensisijaista, vaan kaupunkialueista tulisi kehittää sellaisia, jossa ideat, osaaminen ja tieto syntyvät ja leviävät mahdollisimman hyvin.

Tietyllä alalla menestyviä luovia alueita on mahdollista osoittaa nykyisistä kaupunkialueista, mutta havainnollisia esimerkkejä löytyy myös yleisestä historiasta: antiikin Ateena, renessanssiajan Firenze, Wien 1800-1900 luvun taitteessa, New York toisen maailmansodan jälkeen ja San Francisco 1970-luvulla. (Andersson 1985, s. 110-111; Florida 2004.) Antiikin Ateenassa tapahtunut älyllinen, poliittinen ja taloudellinen vallankumous oli niin merkittävä, että sillä on ollut vaikutusta nykypäivään saakka. Firenze oli vuosien 1250-1500 välillä Italian ja Euroopan johtava luovuuden keskus. Siellä kaupankäynnistä syntyvä valta ja yhteiskunnallinen päätöksenteko kulkivat käsi kädessä tieteen ja taiteen kanssa. Kaupungilla oli hyvät kontaktit ympäröivään maailmaan ja kaupunkia johtavat suvut tukivat tutkimusta ja taidetta eri muodoissa. Wienissä 1800-1900 taitteessa tehtiin uusia läpimurtoja useilla eri aloilla. Wienissä oli tätä varten tarvittavaa taito- että tietoperinnettä. Wienillä oli myös keskeinen ihmis- ja tavaravirtojen solmukohta ennen ensimmäistä maailmansotaa. Tiheään asutussa Wienissä kukoisti kahvilakulttuuri, jonka kautta ajatusten vaihtoa tapahtui vilkkaasti yli tieteen ja taiteen alojen rajojen. New York muotoutui 1950-1960 luvuilla aluksi pienteollisuuden keskuksiksi ja siitä edelleen kulttuurin keskuksiksi. New Yorkissa oli tarjolla monipuolista työvoimaa ja hyvät kommunikaatioyhteydet. Sinne oli sodan jaloista Euroopasta siirtynyt taiteen ja tieteen huippunimiä, joiden kyvyt tulivat hyödynnettyä suuren ostovoiman, sosiaalisen kuohunnan, suurien kontaktipintojen ja etnisen ja kulttuurillisen monipuolisuuden tukemana.

Castells (2000, s. 69) katsoo pääosin 1970-luvulla alkaneen, mutta jo aikaisempien vuosikymmenien keksintöjen pohjalle rakentuvan teknologisen vallankumouksen pohjautuvan Yhdysvaltojen valtion tarjoamaan rahoitukseen sekä innovatiivisten yrittäjien toimintaan. Yksittäisten yrittäjien ja keksijöiden toiminta liittyi puolestaan Yhdysvaltojen yliopistojen kampuksilla vallinneeseen vapauden ilmapiiriin ja yrittäjähengen (Castells 2000, s. 5). Floridan (2004) mielestä nykyisen luovuutta korostavan talouden ja yhteiskunnan synnyssä

1970-luvun San Franciscon vapaa kulttuurillinen ja ideologinen ilmapiiri on ollut keskeisessä asemassa. Ilmapiiristä syntyneiden yritysten taloudellinen menestys varmisti, että vapaa ilmapiiri levisi laajemmalle yritysmaailmassa sekä yhteiskunnassa.

Maaailman keskeisiä tieteellisiä ja teknologisia keskuksia tutkimalla Castells (2000, s. 65) on tullut johtopäätökseen, että luovilla ympäristöillä<sup>1</sup> on ollut kriittinen merkitys informaatioteknologian vallankumouksessa. Tieteellisen ja teknisen tiedon keskittymät, instituutiot, yritykset ja osaava työvoima ovat keskeisiä innovaation mahdollistajia. Kulttuuri- ja sosiaaliset tekijät ovat tärkeitä luovien ympäristöjen kannalta. Yhdysvalloissa useat innovaatiokeskukset sijaitsevat muualla kuin vanhoilla metropolialueilla. Muualla maailmassa tieteellisten tai teknologisten keskusten ei kuitenkaan Castellsin mielestä tarvitse toistaa Yhdysvaltojen innovaatiokeskusten kulttuurillisia, institutionaalisia ja tilan käyttöön liittyviä piirteitä tai teollisia rakenteita ollakseen menestyviä. Yksi huomiota herättävä löydös Castellsin (2000, s. 66) tutkimuksista oli, että Yhdysvaltojen ulkopuolella teollistuneen maailman suurimmat vanhat metropolialueet ovat keskeisimmät innovaation ja informaatioteknologian tuotannon keskukset. Vanhojen metropolialueiden menestys ilmeisesti liittyy niiden keskeiseen asemaan tiedon ja pääoman välityksessä.

### **2.2.2. Yhteiskunnalliset edellytykset luovuudelle ja luovalle miljölle**

Anderssonin (1985) mielestä keskeinen luovien ympäristöjen toteutumista tukeva tekijä on ollut merkittävä kehitys tuotanto-, tiedonsiirto- ja kuljetusjärjestelmissä. Florida (2004, s. 48) puolestaan katsoo, että luovasta taloudesta on kasvanut Yhdysvalloissa merkittävä ja läpätunkeutuva, koska sitä tukee merkittävä infrastruktuuri. Florida (2004, s. 48) kutsuu näitä luovuuden sosiaalisiksi rakenteiksi käsittäen 1) uusia järjestelmiä teknologiselle luovuudelle ja yrittäjyydelle, 2) uusia ja tehokkaampia tapoja tuottaa tuotteita ja palveluita, 3) laajan sosiaalisen, kulttuurillisen ja maantieteellisen kaiken tyyppistä luovuutta edistävän ympäristön.

Floridan ajatukset vastaavat pitkälti Anderssonin ajatuksia sillä erotuksella, että Florida huomioi tarkemmin teknologista luovuutta ja yrittäjyyttä tukevien riskirahoitusjärjestelmien merkityksen. Andersson (1985, s. 13-14) on tehnyt listan välttämättömistä edellytyksis-

---

<sup>1</sup> Castells puhuu innovaatiomiljoista eli ”the milieux of innovation”

tä luovalle ympäristölle, jotka pitkälti vastaavat tekijöitä, joiden myös luovuustutkija ja psykologi Csikszentmihalyin (1999) katsoo tukevan luovuutta. Jotkut edellytykset ovat sellaisia, että ne voidaan toteuttaa yrityksen sisällä. Toiset edellytykset liittyvät alueelliseen ja kansalliseen politiikkaan. Anderssonin esittämät välttämättömät edellytykset ovat:

- Suvaitsevainen asenne leikkiin ja kokeiluihin
- Syvälinen ja omalaatuinen tietämys ja osaaminen
- Hyvä ja jossain määrin säännöstelemätön rahoituspohja luoville toiminnoille
- Epätasapaino koetun tarpeen ja olemassa olevien menetelmien välillä
- Hyvät paikalliset, alueelliset ja kansainväliset mahdollisuudet spontaaneihin ja säännöllisiin kontakteihin
- Monipuolisuus sosiaalisessa ja fyysisessä ympäristössä
- Joustava sosiaalinen ja taloudellinen organisaatio, joka toisinaan päättyy rakenteelliseen epätasapainoon

### **Suvaitsevainen asenne leikkiin ja kokeiluihin**

Andersson (1985, s. 332) katsoo, että luovuutta tuskin voi parantaa organisatorisen tai byrokraattisen kontrollin ja peukalosääntöjen avulla. Perustavanlaatuisen epävarmuus on luonteenomaista tutkimukselle ja muulle luovuudelle. Tällainen epävarmuus nähdään usein esteenä tai heikkoutena tutkimukselle, mutta on kuitenkin toisinaan edellytys luovalle potentiaalille organisaatiossa. Usein poliitikot, virkamiehet ja yritysjohtajat pyrkivät poistamaan rakenteellisen epävarmuuden nostaakseen järkipärisyyttä organisaatiossa tai yrityksessä. Tällä voidaan saavuttaa lyhyellä tähtäyksellä tehokkuutta, mutta samalla menetetään pidemmällä aikavälillä realisoitua luovuus. Sekä yritystoiminnassa että julkisella puolella tulisi tasapainottaa tehokkuus suhteessa luovuuden vaatimiin edellytyksiin. Luovuuteen liittyvä epävarmuus vahvistaa tarvetta yhteiskunnan tuelle. Yksittäiselle toimijalle kuten yksilölle tai yritykselle luovuuden edellyttämien panostuksien tuottavuuteen liittyy suurempaa epävarmuutta kuin yhteiskunnan tasolla tarkasteltuna.

Luovan alueen kehittäminen tarkoittaa erityisesti: luovuuden tukemista rahoituksellisesti ja muiden resurssien avulla, siellä missä se tulee esille, ja silloin kun se tulee esille. Yhteiskunnan rakenteiden tulisi olla riittävän joustavia, jotta luonteeltaan ennakoimatonta luovuutta pystytään oikea-aikaisesti tukemaan. Perimmäisestä epävarmuudesta johtuen, pit-

källe meneviä ennusteita tietämyksen kehityksestä ei voida tehdä. (Andersson 1985, s. 184.) Mokyriin (1990) mukaan yksi yhteiskuntien teknologista luovuutta tukeva tekijä on niiden riskinsietokyky.

### **Syvällinen ja omalaatuinen tietämys ja osaaminen**

Analyysit luovuuden motiiveista ja yhteyksistä persoonallisuuteen viittaavat siihen, että luova potentiaali ei lähtökohtaisesti ole harvinainen ominaisuus ihmisellä. Kasvatus, kouluopetus ja sosiaalinen sekä institutionaalinen kontrolli rajoittavat kuitenkin monien mahdollisuuksia leikillisyyteen, vaihtelun iloon ja rakentavasti hyödyntää tietämystä ja osaamista. Usein luovuus tieteessä ja yritys-elämässä nähdään kysymyksenä sopivasta kannustinjärjestelmästä. Tutkimus luovuuden alueelta ei tue tätä hypoteesia. Palkat ja muut edut määrittelevät, mihin osiin yhteiskuntaa luova potentiaali tulee hakeutumaan. Se, hyödynnetäänkö potentiaali todellisuudessa, riippuu älyllisistä ja organisatorisista ympäristöistä kyseisillä työpaikoilla. (Andersson 1985, s. 185.)

Kunnianhimoisella koulutuspolitiikalla voidaan tukea luovuuden edellytyksiä. Älykkyys, jolla tarkoitetaan kykyä käsitellä ja prosessoida suurta määrää informaatiota, luo edellytyksiä luovuudelle, mutta se ei ole synonyymi luovuuden kanssa. Luovuus sisältää kyvyn yhdistellä asioita. Se tarkoittaa informaation, havaintojen ja aineiston läpi käyntiä siten, että niistä saadaan esille uutta ja hyödyllistä tietoa. (Florida 2004, s. 31). Monissa maissa on kattavat koulutusjärjestelmät, jotka eivät johda uusien tieteellisten, kulttuuriin liittyvien ideoiden tai teknisten ideoiden syntyyn. Näihin maihin kuuluvat erityisesti maat, joilla on monoliittiset ja hierarkkiset kulttuurit. (Andersson 1985.) Perusvalmiuksien lisäksi on koulutusjärjestelmässä keskeisessä asemassa korkeakoulutusta antavat instituutiot, sekä näiden ympärillä tapahtuva tutkimustoiminta. (Castells 2000, s. 65.)

### **Hyvät paikalliset, alueelliset ja kansainväliset mahdollisuudet spontaaneihin ja säännöllisiin kontakteihin**

Andersson (1985) katsoo, että luovat alueet tarvitsevat selvästi kattavia ja monipuolisia kontaktipintoja, jotka saattavat toteutua kaupankäynnin kasvaessa tai suurten poliittisten muutosten nostaessa esille uusia ja odottamattomia kontaktimalleja. Csikszentmihalyin (1999) mielestä luoville alueille on samoin ollut keskeistä, että alue on maantieteellisen

sijainnin tai kaupankäynnin kautta ollut kosketuksissa uusiin ideoihin tai uskomuksiin. Kontaktipintojen syntymistä edesauttavat muun muassa hyvät liikenne- ja tietoliikenneyhteydet sekä alueen sisällä että alueelta muille alueille.

### **Hyvä ja jossain määrin säännöstelemätön rahoituspohja luoville toiminnoille**

Yhteiskunnan tuki kulttuuriin liittyviin kokeiluihin sekä tieteelliseen perustutkimukseen ja soveltavaan tutkimukseen määrittelee osaltaan yksityisen tuen ohella uusiin ideoihin ja tuotteisiin kohdennettavat investoinnit. Luovuuden yhteiskunnallinen tuottavuus on kuitenkin huomattavasti suurempaa kuin panoksista saatu yksityinen tuottavuus on. Kustannukset uudesta osaamisesta jäävät uuden osaamisen kehittelijälle, mutta hyödyn keräävät usein muut. (Andersson 1985.) T&K-panostusten yksityisistä ja kokonaistaloudellisista tuotoista on tehty myös empiirisiä tutkimuksia, jotka tukevat ajatusta siitä, että t&k-investointien kokonaistaloudelliset tuotot ovat huomattavasti yksityisiä tuottoja suurempia (Griliches 1991). Yksi keskeinen luovuutta tukeva järjestelmä on Yhdysvalloissa syntynyt ja muihinkin kehittyneisiin maihin viime aikoina levinnyt riskirahoitusjärjestelmä, joka ohjaa resursseja uusien ideoiden ja tuotteiden toteuttamiseen (Florida 2004, Castells 2000).

### **Monipuolisuus sosiaalisessa ja fyysisessä miljöössä**

Sosiaalinen monimuotoisuus on tekijä, joka on vuosien varrella saanut jonkin verran huomiota edellytyksenä menestyvälle kaupunkialueelle. Jacobs (1961, 1969) puhuu monimuotoisuudesta tarkoittaen sekä sosiaalisen ympäristön monimuotoisuutta että toimialarakenteen monimuotoisuutta. Jacobs huomioi, että kaupungeissa tulisi olla tilaa uusille ideoille ja kaupungin keskittyminen ainoastaan yhden tuotantojärjestelmän tehokkuuden optimointiin, saattaa myöhemmin johtaa ongelmiin. Taloustieteilijät ovat pitkään esittäneet, että monimuotoisuus on tärkeätä taloudelliselle menestykselle tarkoittaen yritysten ja teollisuudenalojen monimuotoisuutta (katso Audretsch ja Feldman 1996). On kohtuullista olettaa, että yhteisvaikutus kasvaa, kun useita luovia ihmisiä eri osaamis pohjalla ja tietämyksillä ovat yhteistyössä.

### **Joustava sosiaalinen ja taloudellinen organisaatio, joka toisinaan päätyy rakenteelliseen epätasapainoon**

Andersson mainitsee luovuutta synnyttävänä tekijänä myös taloudellisen ja sosiaalisen rakenteellisen epätasapainon, joka syntyy normaalien kehitysaktiiviteettien rakenteellisista puutteista. (Andersson 1985, s. 110-111.) Mokyr (1990) huomioi, että teknologisella luovuudella on ollut tapana nousta ja hiipua dramaattisesti eri aikoina eri kulttuureissa, kun sosiaaliset ja taloudelliset instituutiot muuttuvat jäykiksi ja kääntyvät sitä vastaan. Näin ollen luovuuden jatkumista ei voi eikä pitäisi pitää itsestäänselvytenä. Luovuuden ylläpitäminen pitkiä aikoja ei ole helppoa, vaan vaatii jatkuvaa huomiota ja taloudellisia investointeja sekä luovuutta tukevia sosiaalisia rakenteita.

### **2.3. Luova yhteiskuntaluokka**

Florida (2004) on kehittänyt uuden yhteiskuntaluokkamääritelmän. Määritelmän tarkoituksena on nostaa esille ihmisjoukko, jonka merkitys on korostunut taloudessa ja yhteiskunnassa tapahtuneiden muutosten myötä. Alla esitellään luovan luokan määritelmä. Lisäksi käsitellään luokkaan kuuluvien ihmisten arvoja, jotka vaikuttavat heidän sijoittumispäätöksiinsä ja sitä kautta alueiden taloudelliseen menestykseen.

Luovuutta taloudellisena toimintana voidaan tarkastella joko yksilöiden tai yritysten ja toimialojen kannalta. Florida (2004) katsoo, että nyky-yhteiskunnan menestyksen määrittelyssä korostuu yksittäisten ihmisten, ja erityisesti luovia töitä tekevien ihmisten, valinnat työpaikan ja sijoittumispäätösten suhteen. Floridan mielestä luovan talouden nousulla on merkittävä vaikutus ihmisten jakoon sosiaalisiin ryhmiin ja luokkiin. Hän määrittelee perinteisten yhteiskuntaluokkien rinnalle ja osittain vanhoja yhteiskuntaluokkia korvaamaan uuden luovien ihmisten luokan. Luokka on joukko ihmisiä, joilla on yhteisiä intressejä, ja jotka ajattelevat, tuntevat ja käyttäytyvät samalla tavalla. Floridan tutkimusten mukaan on selvää, että vaikka luovan luokan edustajat eivät näe muodostavansa erityistä sosiaalista ryhmää, niin heillä on samanlainen maku sekä samanlaisia haluja, toiveita ja mieltymyksiä. Heidän sosiaalisissa ja kulttuurillisissa preferensseissään ja kulutus- sekä ostotavoissaan on tunnistettavissa samankaltaisia piirteitä. Luovan luokan tärkein omaisuus on heidän inhimillinen pääomansa. (Florida 2004, 8-11, 67-68)



Luovan luokan muista ryhmistä erottava piirre on, että sen jäsenten työn tarkoituksena on luoda merkityksellisiä uusia muotoja. Toisin kuin työläisille tai peruspalveluammateissa työskenteleville, maksetaan tälle ryhmälle pääasiassa uuden luomisesta, ja heillä on huomattavasti enemmän itsenäisyyttä sekä joustavuutta työssään. Luova luokka koostuu kahdesta osasta. Luokan ”superluova ydin” (SuperCreative Core) sisältää tiedemiehet ja insinöörit, yliopistoprofessorit, runoilijat ja kirjailijat, taiteilijat, viihdyttäjät, designerit ja arkkitehdit sekä myös modernin yhteiskunnan ajatusjohtajat (thought leaders): tietokirjailijat, toimittajat, kulttuuripersonat, ”think-tank” tutkijat, analyytikot ja muut mielipiteen muokkaajat. Ytimen taloudellisena funktiona on kehittää uusia ideoita, uusia teknologioita tai luovaa sisältöä. Olivatpa he sitten ohjelmistosuunnittelijoita, insinöörejä, arkkitehtejä tai elokuvantekijöitä, liittyy heidän työnsä täysipainoisesti luovaan prosessiin. Ongelmanratkaisun lisäksi heidän työhönsä saattaa kuulua ongelman keksiminen tai löytäminen. (Florida 2004, s. 67-68.)

Tämän ydinryhmän lisäksi luova luokka sisältää luovia ammattilaisia, jotka työskentelevät laajassa kirjossa tietointensiivisiä teollisuudenaloja, joita ovat muun muassa korkean teknologian alat, rahoituspalvelut, laki- ja terveydenhuollon ammatit sekä liikkeenjohdon tehtävät. Nämä ihmiset painottuvat työssään ongelmanratkaisuun, ja joutuvat käsittelemään suuria määriä monimutkaista tietoa ratkaistakseen ongelmia. Työ edellyttää yleensä korkeaa koulutustasoa ja näin ollen korkeaa inhimillisen pääoman määrää. Nämä ihmiset toisinaan keksivät menetelmiä tai tuotteita, joita voidaan laajasti hyödyntää, mutta keksiminen ei suoraan kuulu heidän määriteltyyn työkuvaansa. Heidän työnsä on ajatella itsenäisesti. He käyttävät ja yhdistelevät tunnettuja lähestymistapoja erilaisiin tilanteisiin, harjoittavat suurta määrää päätäntävaltaa ja toisinaan kokeilevat jotain radikaalia. Työnsä kautta he saattavat ottaa osaa uusien tekniikoiden, uusien hoitomuotojen tai uusien johtamistapojen testaukseen sekä paranteluun. Henkilön painottuessa tekemään tätä luovempaa työtä mahdollisesti uramuutoksen tai ylennyksen kautta, siirtyy hän luovan luokan ytimeen. Siirrettävien, laajasti hyödynnettävien muotojen tuottamisesta tulee hänen päätyönsä. (Florida 2004, s. 69.)

Florida vertaa omaa luokkamääritelmäänsä kuulemiinsa aikaisempiin määritelmiin tietötyöläisistä, symbolien analyytikoista sekä teknisistä ammattilaisista ja katsoo luovan luokan määritelmän olevan informatiivisempi. Luova luokka tekee luovasta työstä tällä hetkellä ehdottomasti suurimman osan. Luovuutta löytyy enenevässä määrin myös työläis- ja

palveluammateista. Luova luokka määrittelee kuitenkin tämän päivän normit johtuen luokan suuresta taloudellisesta merkityksestä. Luokan normeja ovat yksilöllisyys, itsensä ilmaisu sekä avoimuus erilaisuudelle. Normit poikkeavat aikaisemmin arvostetuista homogeenisuudesta, mukautumisesta ja yhteneväisyydestä. Normit ja arvot sekä tukevat luovuutta että vahvistavat sen roolia yhteiskunnassamme. Yhdysvalloissa kaikista työllisistä 30% kuuluu luovaan luokkaan ja heidän tulonsa ovat kaksinkertaiset suhteessa tulojen keskiarvoon. (Florida 2004, s. 8-11, 22.) Melko tarkasti saman verran ihmisiä kuuluu luokkaan myös Suomessa, Belgiassa ja Alankomaissa (Florida ja Tinagli 2004).

Luovien töiden kasvun lisäksi kasvaa myös muiden töiden luova sisältö. Raja työntekijäluokkien välillä hämärtyy. Käsiteltävän monimutkaisen tietomäärän kasvaessa erityisesti teknikoiden työnkuva vastaa pitkälti luovan luokan työnkuvia. Teknikot tekevät usein itsenäisiä päätöksiä oman päättelynsä pohjalta. Samoin muiden työläisten ja palveluammattien työnkuviin saattaa liittyä enenevässä määrin monimutkaisen informaation käsittelyä. Yritykset ja organisaatiot arvostavat luovuutta siitä syntyvien tulosten johdosta. Yksilöt arvostavat sitä puolestaan keinona itsensä ilmaisuun ja työtyytyväisyyteen. Samanaikaisesti työntekijöistä kuitenkin erottuu oma ryhmänsä, jonka kohdalla kehitys menee toiseen suuntaan. Joistakin palveluammateista kaikki luova sisältö on katoamassa ja on ihmisiä, joille ei löydy työtä, koska heillä ei ole sopivaa pohjaa tai koulutusta ollakseen osana yhteiskuntaa, jossa työn sisältö ja organisointi ovat muuttuneet. (Florida 2004, s. 71.)

#### **2.4. Luovien ihmisten sijoittumispäätöksiin vaikuttavat kaupunkialueen piirteet**

Floridan päätelmien mukaan luovat ihmiset ovat keskeisiä alueiden taloudelliselle kasvulle. Tästä syystä on olennaista selvittää tekijöitä, joiden perusteella luovat ihmiset valitsevat alueen, johon he sijoittuvat. Florida (2004) on selvittänyt tätä Yhdysvalloissa. Selvitysten pohjalta Florida on määritellyt kuusi tärkeintä tekijää, joiden pohjalta kyseiset ihmiset tekevät päätöksensä, mille kaupunkialueelle he sijoittuvat. Nämä tekijät ovat työmarkkinat, kaupungin tarjoama elämäntyyli, sosiaalinen kanssakäyminen, monimuotoisuus ja autenttisuus sekä identiteetti. Luovan luokan jäsenet ovat yksilöinä ja elämäntavoiltaan hyvin erilaisia. Floridan (2004, s. 233-234) mukaan kaupunkien ja alueiden tulee pystyä vastaamaan näihin moniin erilaisiin tarpeisiin ollakseen menestyviä. Sijoittumispäätöksiin vaikuttavat

tekijät sopivat yhteen aikaisemmin kuivailtujen luovien ihmisten arvojen sekä luovuutta tukevan ympäristön kanssa. Luovat ihmiset toisin sanoen toteuttavat arvojaan sijoittumispäätöksissään ja hakevat ympäristöä, joka tukisi heidän työtään ja elämäntapaansa.

Luovan luokan sijoittumispäätöksiin vaikuttavat tekijät luovat yhdessä ilmiön, jota Florida (2004) nimittää termillä kaupunkialueen laatu (quality of place). Erona perinteisempään elämänlaatuun sisältää tämä termi kaikki alueen ainutlaatuiset piirteet, jotka määrittelevät alueen ja tekevät siitä houkuttelevan. Yleisesti ottaen voidaan alueen laatu jakaa kolmeen ulottuvuuteen:

- Mitä siellä on: yhdistelmä rakennettua ja luonnollista ympäristöä; ympäristö luovan elämän toteuttamiseen.
- Keitä siellä on: monimuotoisia ihmisiä interaktiossa ja tarjoten vihjeitä, että kuka tahansa voi tulla yhteisöön sisään ja luoda yhteisössä elämänsä.
- Mitä siellä tapahtuu: katuelämän eloisuus, kahvilakulttuuri, taiteet, musiikki ja ihmiset ulkoilmaharrastuksissaan – kaiken kaikkiaan paljon aktiivisia, jännittäviä ja ajatuksia herättäviä asioita.

(Florida 2004, s. 231-232.)

Floridan sijoittumispäätöksiin liittyvien päätelmien uutuusarvo ja perusteet ovat ehtineet saada jo kritiikkiäkin osakseen. Floridan käsittelemät kysymykset siitä, miksi ihmiset muuttavat tiettyihin kaupunkeihin, mikä heitä houkuttelee ja saa jäämään sekä minkälaiset yhteisöt ja kokemukset vetävät ihmisiä puoleensa, ovat kysymyksiä, jotka Milliganin (2003) mukaan on perinteisesti katsottu kuuluvan sosiaalipsykologiaan kuuluvan urbaanin sosiologian piiriin. Ihmisten sijoittumispäätöksiä on toisin sanoen jo käsitelty muualla, jonka tutkimuksen tunteminen edesauttaisi aiheesta tehtävää tarkastelua taloustieteiden puolella.

Milligan (2003) kommentoi Floridan tutkimuksia todeten, että luovat ihmiset näyttäisivät haluavan sitä mitä kaupunkielämän on klassisesti ajateltu tarjoavan: anonymiteettiä ja yhteisöä sekä mahdollisuutta määritellä oma henkilökohtainen tasapaino näiden välillä. Floridan mukaan luovat ihmiset haluavat muuttaa alueille, joissa toteutuvat asiantilat, jotka traditionaalisesti ja historiallisesti on yhdistetty urbaaniin elämään: sivistys, monimuotoisuus, suvaitsevaisuus ja anonymiteetti. Milligan arvelee ihmisten monimuotoisuuden kaipuun olevan rajallista.

### **3. Luovat toimialat ja muotoilu**

Luvussa 3 käsitellään luovien toimialojen merkitystä kansantaloudessa sekä esitellään muotoilua ja luovia toimialoja yleisesti tukevia julkisia rakenteita muutamissa esimerkki-maissa. Muotoilu on luovista toimialoista poikkeava siinä mielessä, että se tukee vahvasti muiden kansantalouden toimialojen menestystä. Muotoilun yhteyttä yritysten menestykseen on myös tutkittu, ja yhteydestä on saatu vahvoja viitteitä. Yhtenä uusimpana osoitukse-  
sena tästä yhteydestä on Design Councilin (2004a) tutkimus, jossa todettiin tehokkaasti muotoilua hyödyntävien yritysten menestyneen huomattavasti keskimääräistä paremmin Britannian osakemarkkinoilla. Vanhempien tutkimusten tuloksiin voi tutustua muun muassa Caloniuksen (2002) selvityksen kautta. Muillakin luovilla toimialoilla on todennäköisesti vastaavia välillisiä vaikutuksia toimialojen tai yritysten menestykseen, mutta vaikutus näyttäisi olevan erityisen vahva muotoilussa. Osasyynä tähän on todennäköisesti se, että muotoilu toimii tuotteissa linkkinä teknologian ja inhimillisten tarpeiden välillä.

Suurista kansantalouksista saattaa löytyä menestyviä luovia toimialoja laajalta rintamalta. Pienen kansantalouden ollessa kyseessä, on aiheellista miettiä, kuinka moneen alaan pystytään panostamaan, jotta aloista tulisi riittävän vahvoja menestyäkseen kansainvälisillä markkinoilla. Muotoilun välillisestä merkityksestä sekä suomalaisen muotoilun hyvästä tasosta johtuen, alalla olisi hyvät mahdollisuudet edistää kansantalouden menestystä. Luovat toimialat tukevat toisiaan ideoiden vaihdolla ja antamalla toisilleen inspiraatiota. Luovilla toimialoilla työskentelevillä on myös taitojensa puolesta mahdollisuus toimia useammalla luovalla toimialalla. Luovien toimialojen yleinen arvostus ja menestys tukevat näin ollen myös muotoilun menestystä, kuten luovaa ympäristöä käsittelevässä luvussa esitetyt asiat osoittavat. Tässä luvussa tarkastellaan luovuutta luovien toimialojen näkökulmasta.

#### **3.1. Luovat toimialat**

Luovat toimialat on termi, jonka Britannian hallituksen ”Luovien toimialojen työryhmä” (Creative Industries Task Force) lanseerasi vasta vuonna 1997. Työryhmä määritteli toimialat seuraavalla tavalla: ”Luovat toimialat ovat toimialoja, joiden lähde on yksilöllisessä luovuudessa, taidossa ja lahjakkuudessa ja joilla on potentiaalia vaurauden ja työpaikkojen

synnyttämiseen luomalla ja hyödyntämällä immateriaalioikeuksien alaisia tuotteita (intellectual property).” (DCMS 2004) Määritelmä on pysynyt yllättävän lähellä alkuperäistä, samalla kun idea on kehittynyt ja levinnyt maailmalla (Cunningham 2003).

Määritelmä on kunnianhimoinen, mutta sen sisältämät toimialat saattavat vaikuttaa hajanaisilta. Määritelmän tarkoituksena oli alunperin luoda kansallinen mielikuva kiinnostavasta Britanniasta ja sen jo olemassa olevasta maailman kärkipäähän kuuluvasta luovasta taloudesta. Maissa, jotka ovat omaksuneet termin, on sitä puolestaan käytetty pääasiassa kehittämisen välineenä kasvatettaessa nousevia toimialoja niiden matalalta lähtötasolta. Työryhmän paperin mukaan, jonka pohjalta Britannian julkiset elimet ovat lähteneet viemään asiaa eteenpäin, toimialoja on 13. (Cunningham 2003.) Howkins (2001) katsoo puutteeksi sen, että Britannian hallituksen luovien alojen määrittelystä puuttuvat t&k-yksiköt ja muut tieteelliseen luovuuteen liittyvät toiminnot.

Määritelmä onnistuu nostamaan luovuuden talouden valtavirtaan ja luomaan yhteyden eikaupallisista taiteista hyvin kaupalliseen ohjelmistoteollisuuteen. Samalla se onnistuu yhdistämään toimialoja, joilla ei yleensä näytä olevan yhteistä useimpien toimintaohjelmien viitekehyksissä. Taloustieteilijät ovat syyttäneet määritelmän olevan sekava, koska se yhdistää panoksia ja tuotoksia sekä tuotteita ja palveluita. Kiistanalaisempaa poliittisesta näkökulmasta kuitenkin on ollut se, mitä toimialoja määritelmän alle ei ole sisällytetty ja joiden kenties tulisi sinne kuulua. Luovien toimialojen idea on nopeasta leviämisestään johtuen ehtinyt saada myös kritiikkiä osakseen. Se on kohdistunut paineeseen luoda jokaisella hallinnon tasolla oma luovien toimialojen strategia, ottamatta huomioon, halutaanko kyseistä strategiaa vai ei. (Cunningham 2003.)

Luovien toimialojen kokoa on vaikeata määrittellä (DCMS 2003). Alla olevassa taulukossa esitellään Howkinsin (2001) arvioita kyseisten toimialojen markkinoiden koosta. Howkins määrittelee viisitoista toimialaa, joiden tuotteiden tärkeimpänä panoksena on luovuus ja tärkeimpänä tuotoksena luova idea tai toteutus. Nämä toimialat ovat mainosteollisuus, arkkitehtuuri, taide, käsityöala, muotoiluala, muotiteollisuus, elokuvateollisuus, musiikkiteollisuus, esittävät taiteet, julkaisuteollisuus, tutkimus- ja kehitystoiminta, ohjelmistoteollisuus, lelut ja pelit, tv- ja radiotoimiala ja videopelit.

Markkinoiden koko on saatu laskemalla luovien tuotteiden tai palveluiden määrät ja arvot. Kriteerinä on pidetty sitä, että tuote tai palvelu on syntynyt luovuudesta ja sillä on taloudellista arvoa. Tuotteen ja tuotantoprosessin kehittämiseen laitettut panostukset ovat toisin sanoen laskettu mukaan, mutta ei tuotteen tuotantoa. Usein tuotteisiin liittyy immateriaalioikeuksia (intellectual property rights), joiden perusteella taloudellisia transaktioita suoritetaan.

Luovan talouden kokonaismarkkinat muodostivat vuonna 2001 noin 7,3 % maailmantaloudesta ja vuosikasvu vuodelle 2000 kertyi noin 5 %. Suurimman markkinan muodostaa Yhdysvallat, jossa kasvu on liittynyt sekä patenteihin että tekijänoikeuksiin. Britannian luova talous on myös vahva levittäytyn kaikille edellä mainituille luoville aloille. Britanniassa luovan talouden kasvu on ollut nopeinta tekijänoikeuksiin pohjautuvien tuotteiden toimialoilla. Britanniaa suurempi luovan talouden sektori löytyy kuitenkin Japanista ja Saksasta. Japani on vahva t&k-toiminnassa, sanomalehdissä, sarjakuvissa sekä sähköisessä viitteessä. Saksa on samoin vahva t&k-toiminnassa, mutta myös massamediassa. (Howkins 2001.)

**Taulukko. Luovan talouden koko (Howkins 2001, s. 116)**

Luova talous – Markkinoiden koko vuonna 1999 – miljardia dollaria			
Toimiala	Kokonaismarkkinat	Yhdysvallat	Iso-Britannia
Arkkitehtuuri	40	17	2
Elokuvateollisuus	57	17	3
Esittävät taiteet	40	7	2
Julkaisuteollisuus	506	137	16
Käsityöalat	20	2	1
Lelut ja pelit	55	21	2
Mainosteollisuus	45	20	8
Muotiteollisuus	12	5	1
Muotoiluala	140	50	27
Musiikkiteollisuus	70	25	6
Ohjelmistoteollisuus	489	325	56
Taiteet	9	4	3
T&K-toiminta	545	243	21
Tv- ja radioala	195	82	8
Videopelit	17	5	1
<b>Yhteensä</b>	<b>2240</b>	<b>960</b>	<b>157</b>

### **3.2. Luovia toimialoja ja muotoilua tukevat julkiset rakenteet**

Muotoilua tukevia rakenteita ja poliittisia aloitteita on löydettävissä lukuisista kehittyneistä teollisuusvaltioista kuten Hytönen ym. (2003) toteavat. Muotoilualoiteita toteutetaan ja johdetaan joko maatasolla kuten Pohjoismaissa tai alueellisesti tietyn maan sisällä olevista alueellista tarpeista lähtien kuten Italiassa ja Australiassa. Muotoilu yhtenä luovana toimialana liittyy myös yleisesti luovia toimialoja tukeviin ohjelmiin. Luovat toimialat tukevat toisiaan ideoiden vaihdolla ja luovien toimialojen yleinen arvostus ja menestys tukee myös muotoilun menestystä kuten luvussa 2 esitetyt asiat osoittavat. Muotoilu on noussut erityis- asemaan kansallisessa strategiassa muun muassa Koreassa, jossa panostukset muotoiluun ovat olleet suuria. Tämä liittyy oletettavasti siihen, että muotoilun kiinteä yhteys yritysten menestykseen on tiedostettu. Seuraavaksi esitellään tarkemmin kahden vahvan muotoilu- maan, Iso-Britannian ja Korean, muotoilua ja luovia toimialoja tukevaa politiikkaa ja ra- kenteita.<sup>2</sup>

Iso-Britannia on todennäköisesti maailman johtavin muotoiluvaltio. Britannian hallituksen raportissa todetaan kuitenkin muiden valtioiden saavuttaneen Britannian etumatkaa kiinni (DTI 2003). Britannian luovat toimialat ovat kuitenkin erittäin monipuolisia, mikä luo hy- vän pohjan muotoilun pitkän aikavälin menestykselle. Korea puolestaan on suurilla panos- tuksilla muotoiluun nostanut maan muotoiluosaamisen korkealle tasolle. Korea pyrkii toi- mimaan muotoilualalla suunnannäyttäjänä Itä-Aasiassa rakentaen yhteistoimintaa muiden Itä-Aasian maiden välille. Alueella tapahtuvaa kehitystä on tähdellistä seurata Itä-Aasian osuuden kasvaessa maailmantaloudesta. Samalla kun Korean muotoiluala on kehittynyt vahvasti, on alueen perinteisen talousmahdin Japanin muotoiluala kärsinyt maan pitkitty- neestä taloudellisesta taantumasta, kun kansainväliset kontaktit ja liiketoimintamallit ovat kehittyneet melko hitaasti. (Koshida 2003)

#### **3.2.1. Iso-Britannia luovien toimialojen ja muotoilun kärkimaa**

##### **Luovista aloista yleisesti**

Britannian julkisessa hallinnossa luovien alojen katsotaan kuuluvan Kulttuuri-, media- ja urheiluministeriön (Department for Culture, Media and Sports) alaisuuteen jakaen vastuuta

---

<sup>2</sup> Lisää asiasta Hytönen etc. (2003).

joidenkin alojen osalta Kauppa- ja teollisuusministeriön (Department of Trade and Industry) kanssa. Luovista aloista muun muassa muotoilu vaikuttaa saavan vahvaa tukea myös Kauppa- ja teollisuusministeriöltä. Ministeriön innovaatiostrategiaa määrittelevässä raportissa mainittiin luovista aloista ainoastaan muotoilu. Luovia toimialoja on pyritty julkisen hallinnon puolelta vahvasti edistämään Britanniassa ainakin vuodesta 1997 lähtien, jolloin hallitus perusti ”Luovien toimialojen työryhmän” (Creative Industries Task Force). (Howkins 2001) .

Britannian luovista aloista puhuttaessa tarkoitetaan ainoastaan pitkälti kulttuuriin liittyviä aloja. Luovia toimialoja ovat Britannian hallituksen määritelmän mukaan: mainostaminen, arkkitehtuuri, taide- ja antiikkimarkkinat, käsityö, muotoilu, muoti, elokuva ja video, interaktiiviset vapaa-ajan ohjelmistot, musiikki, esittävät taiteet, julkaisutoiminta, ohjelmisto- ja tietokonepelit sekä televisio ja radio (DCMS 2004). Luovat toimialat Britannian hallituksen määritelmän mukaan muodostivat kansantaloudessa muodostetusta lisäarvosta (Gross Value Added) 8,2 %. Luovien toimialojen vuosikasvu oli Britanniassa 8 % vuodesta 1997 vuoteen 2001. Luovien toimialojen vienti vuonna 2001 muodosti 4,2 % Britannian kokonaisviennistä. Alojen nykyinen kasvuvauhti on noin 4 % vuodessa. (DCMS 2003)

Hallituksen uusimmassa innovaatiokatsauksessa todetaan Britannian luovien alojen olevan omalla alallaan maailman kärkeä. Innovaatioraportissa keskitytäänkin pitkälti teknologiseen innovaatioon, sekä kulttuurikeskeisistä luovista aloista ainoastaan muotoiluun (DTI 2003). Britanniasta löytyy luovien alojen kehittämistoimistoja, joita julkinen valta rahoittaa. Toimistot auttavat muun muassa työntekijöiden löytämisessä, ammatillisen osaamisen kehittämisessä, verkostoitumisessa, antavat mentorointia, tukevat valtaväestöstä poikkeavan kulttuuritaustan omaavia alalla toimimisessa sekä tarjoavat konsultointipalveluita. (CIDA 2004.) Britanniassa tuetaan luovia aloja usealla julkisen hallinnon tasolla. Yhteen vetona voidaan todeta, että luovien alojen käsite on lähtöisin Britanniasta ja maa on suunnannäyttävä luovien toimialojen kehittämisessä.

### **Muotoilualasta**

Britanniassa muotoilualalla on pitkät perinteet ja tästä syystä myös omat alaa tukevat julkiset rakenteet. Iso-Britanniassa Design Council (DC) on keskeisin muotoilun edistämisestä tekevä organisaatio. Sen tehtävänä on auttaa ihmisiä ja organisaatioita liike-elämässä, koulutuksessa, julkisella sektorilla sekä hallituksessa ymmärtämään muotoilua ja käyttämään



sitä tehokkaasti. DC pyrkii työskentelemään suorassa yhteistyössä liike-elämän kanssa. DC nostaa muotoilutietoisuutta myös tapahtumien, julkaisujen, muotoilua ja innovaatiota korostavien case-selvitysten sekä verkon välityksellä tapahtuvan informaation välityksen kautta. Yhteistyöpartnerit ovat usein samanmielisiä liike-elämän organisaatioita, julkisen vallan osastoja sekä toimistoja ja koulutuslaitoksia. DC:n toiminta perustuu Iso-Britannian Kauppa- ja teollisuusministeriöltä saataviin varoihin.

Hallinnon tasolla Isossa-Britanniassa muotoilu kuitenkin kuuluu vielä kulttuuri-, media- ja urheiluministeriön alaisuuteen (DTI 2003, s. 84). DC:n organisaatiossa työskentelee 50 henkeä, jonka lisäksi sillä on toiminnallisen työn ulkopuolinen 17 hengen neuvosto. Kauppa- ja teollisuusministeriön kanssa käydyissä neuvotteluissa DC on vuonna 2003 pystynyt tuomaan esille muotoilun tärkeyden innovaatio toiminnassa. DC toteuttaa toimintaansa kolmen vuoden mittaisten suunnitelmien kautta, joista nykyistä ”Corporate Plan 2004-07” alettiin toteuttaa vuoden alusta.

DC:n toiminta muotoilun hyödyntämisen laajentamiseksi saa vahvaa tukea Iso-Britannian uusimmassa vuoden 2003 joulukuussa julkaistussa innovaatiokatsauksessa ”Innovation Review”. Tarkoituksena on toteuttaa kauppa- ja teollisuusministeriön ja DC:n yhteistyöllä huhtikuusta 2004 maaliskuuhun 2006 mennessä kolme laajaa kampanjaa, joilla näytetään, kuinka innovaatiota voidaan edistää muotoilulla teollisuudessa uusissa teknologioissa sekä palveluissa. Kampanjoihin pyritään ottamaan mukaan 10 teollisuuden alaa ja kampanjoiden opetukset pyritään jakamaan 5000 yrityksen kanssa. Tarkoituksena on myös edesauttaa muotoilun toteutumisesta alueellisesti Lontoon ulkopuolella. Tarkempia tietoja suunnitelmasta löytyy liitteestä 1. (DTI 2003.)

Toisena toiminta-alueena on yhteistyön tekeminen yliopistojen kanssa, jolloin eri tieteenalojen opiskelijoille annetaan muotoiluopetusta. Muotoilua tukevia aktiviteetteja on tarkoitus perustaa myös sellaisten valtion virastojen alaisuuteen, jotka ovat tekemisissä teknologian siirron ja kaupallistamisen kanssa (Technology Transfer Office). Raportissa todetaan, että muotoilu voi edesauttaa teknologian siirtymistä, mutta sitä käytetään yliopistoissa harvoin eikä koskaan systemaattisesti. Insinööri-, tiede- ja MBA-opiskelijat ymmärtävät muotoilun liiketaloudellista hyötyä puutteellisesti. DC:llä on ollut uuden tyyppisiä käytännön aktiviteetteja tuotantoteollisuuden ja aloittelevien teknologiayritysten kanssa, joiden myötä muotoilupanostus on noussut ja yritykset ovat palkanneet muotoilijoita. Yritykset ovat myös suuntautuneet asiakaskeskeisemmiksi. Tekijänoikeuksien tärkeydestä johtuen Bri-

tannian patenttitoimisto pyrkii edistämään Euroopan laajuista muotoilun suojaa. (DTI 2003)

Britannian muotoilutoimistoille vuodet 2001 ja 2002 olivat vaikeita muotoilutoimistojen keskeisten asiakasalojen, kuten julkaisuteollisuuden sekä teknologia- ja uusmediayritysten, kärsiessä taantumasta. Liikevaihto ja suurten toimistojen määrä laskivat, mutta pienten toimistojen määrä ja toimistojen kokonaismäärä nousivat. Vuoden 2003 alkupuolella Britannia oli DC:n tietojen mukaan 4500 muotoilutoimistoa. Toimistojen vienti nousi 1,4 miljardiin puntaan vuonna 2002 vuodesta 2001, mutta näytti puolestaan vahvasti laskeneen vuonna 2003. Alan laskusta huolimatta Britannia on säilyttänyt taantumana aikana maineensa muotoilun keskuksena. (Design Council 2004b.)

### **3.2.2. Etelä-Koreassa luovat toimialat ja muotoilu nousussa**

#### **Luovista aloista yleisesti**

Etelä-Korean talous on perustunut hallituksen ja suurten yritysten väliseen yhteistyöhön. Maan lähestymistapa luoviin toimialoihin on ollut keskittyä merkittäviin infrastruktuuri-investointeihin. Soulissa on pyritty kehittämään luovaa kaupunkia hallituksen ja suurten yritysten yhteistyössä toteuttamalla erittäin laajoilla kehittämishankkeilla. Tällä on ollut tavoitteena saada aikaan laaja toisiinsa liittyvien luovien toimialojen klusteri. Korean lähestymistapa on poikkeuksellinen isojen yritysten suuren roolin johdosta. (Cunningham 2003.)

Etelä-Koreasta on tunnistettavissa muutamia vahvoja luovia toimialoja. Etelä-Korea on ollut edelläkävijä laajakaistayhteyksissä. Tähän liittyen Koreassa tehdään suuressa mittakaavassa multi-pelaaja pelien kehitystyötä. Toisena nousevana toimialana voidaan pitää elokuvateollisuutta ja erityisesti animaatioteollisuutta. Alunperin Hollywoodin halpatuotantolaitoksiksi perustetut animaatioyritykset ovat luomassa omaa sisältöään ja elokuvia. Korealaista filmintuotantoa tukee kotimaisille filmeille määritellyt määrälliset esityskiintiöt. (Cunningham 2003.) Muotoiluala on myös ollut vahvassa kasvussa ja Etelä-Korealaista muotoilua hyödyntävät tuotteet ovat menestyneet hyvin kansainvälisillä markkinoilla.

## **Muotoilualasta**

Etelä-Korean muotoilunedistämistä toteuttaa vuonna 1970 perustettu Korea Institute of Design Promotion, joka erityisesti 10 viime vuoden aikana on vienyt muotoilua eteenpäin vahvasti. Instituutti näyttäisi pitkälti toteuttavan valtion muotoilupolitiikkaa, vaikka valtiolla on yhden ministeriön alaisuudessaakin muotoiluun liittyvä yksikkö.

Etelä-Koreassa teollista muotoilua on pyritty järjestelmällisesti rakentamaan kilpailutekijäksi vuodesta 1993 lähtien, jolloin ensimmäinen kattava viiden vuoden suunnitelma vuosille 1993-1997 teollisen muotoilun tukemiseksi laadittiin, ja jonka kautta muotoilijoiden ja muotoiluyritysten määrä on noussut rajusti. Samoin PK-yritysten investoinnit muotoilun kehitykseen ovat erittäin nopeasti kasvaneet. Toisen viisivuotissuunnitelman tarkoituksena oli innostaa muotoilijoita laajentamaan heidän luovuuttaan ja parantaa korealaisen muotoilun laatua. Vuonna 2003 viimeisimmän viisivuotissuunnitelman julkistuksen aikaan hallitus oli tietoinen muotoilun merkityksestä maan kilpailukyvyille. Meneillään olevan suunnitelman tarkoituksena on järjestelmällisesti edistää muotoilualaa, jotta Koreasta tulisi alan keskus Itä-Aasiassa. Tarkoituksena on toteuttaa käyttäjäkeskeistä muotoilunedistämistä. Viimeisimmän viisivuotissuunnitelman tarkemmat tavoitteet löytyvät liitteestä 2. (KIDA 2004.)

Hallitus on myös muodostanut osaston (Design & Brand Policy Division) kauppaa-, teollisuus- ja energiaministeriön alaisuuteen, jonka tarkoituksena on luoda ja toteuttaa muotoilua edistäviä ohjelmia. Yksikön perimmäisenä tavoitteena on auttaa teollisuutta hyödyntämään muotoilua parhaimmalla tavalla oman kilpailukykyensä parantamiseksi.

Korean muotoilua tukevan infrastruktuurin keskus on hiljattain valmistunut 12-kerroksinen Korea Design Center, joka sisältää muun muassa informaatiokeskuksen sekä kirjaston, rahoituksen saamista tukevan yksikön, innovaatiokeskuksen, tiloja alaan liittyville riskirahoitusyrityksille ja tiloja muotoiluyrityksille sekä -järjestöille. Tämän lisäksi Koreassa oli vuonna 2000 viisi alueellista muotoiluinnovaatiokeskusta, joiden määrää on ollut tarkoitus nostaa ainakin kymmeneen. Keskukset on varustettu uusimmilla laitteilla ja työvälineillä ja ne ovat avoimia yliopisto-opiskelijoiden, pienten yritysten ja muotoiluyritysten yhteiskäyttöön. Keskukset on perustettu edistämään tasapainoista muotoilualan kehitystä maan eri alueilla. (KIDA 2004)

Korea pyrkii luomaan muotoilualasta yhden maan strategisista toimialoista sekä nostamaan muotoilun avulla vientituotteisiin luotua lisäarvoa. Muotoilun ympärille luodaan sekä keskipitkän että pitkän aikavälin strategioita. Muotoilun merkitys yritysten t&k:ssa on hyvin tiedostettu. Korea pyrkii olemaan aktiivisesti mukana Itä-Aasiassa aiheen ympäriltä järjestettävien seminaarien organisoinnissa. Korea nostaa itsensä alan keskiöön olemalla yhteistyöverkoston rakentaja.

#### **4. Suosituksia yhteiskunnalliseen päätöksentekoon**

Voimakas panostus muotoiluun maailmalla johtaa tarpeeseen tehdä suosituksia yhteiskunnalliseen päätöksentekoon myös Suomessa. Tavoitteena on, että yhteiskunnan rakenteita voitaisiin muuttaa paremmin luovuutta hyödyntäväksi.

Wilenius (2004) katsoo, että pääkaupunkiseutu saattaa olla mahdollisesti ainoa alue, jonne pystytään luomaan tarvittavat edellytykset kilpailuun luovuuteen ja innovaatioihin perustavassa taloudessa. Vaikka tilanne ei olisikaan näin kärjistynyt, on Suomessa ainoastaan erittäin rajallinen määrä alueita, jotka voivat suhteellisen itsenäisesti menestyä innovaatiokilpailussa globaalissa taloudessa. Muiden Suomen innovatiivisten alueiden kilpailukyky perustuu mitä todennäköisimmin pääkaupunkiseudun menestykseen. Pääkaupunkiseutu toimii Suomen innovatiivisten alueiden kontaktipintana ulkomailla sijaitseviin keskeisiin taloudellisiin alueisiin.

Teknologiapolitiikkaa on Suomessa onnistuttu harjoittamaan pitkäjänteisesti menneinä vuosikymmeninä. Nykyinen haaste on luoda vastaava pitkäjänteinen ja kaukonäköinen toimintatapa myös luovien alojen kehittämiseksi merkittäviksi toimialoiksi. Ainoastaan pitkäjänteisen kehittämisen avulla voidaan luoda pohja, jolla aloille saadaan houkutelua riittävästi lahjakkaita ihmisiä, jotka vievät aloja eteenpäin. Pienen maan rajallisista resursseista johtuen tarvitaan kaukonäköisyyttä, jotta panostukset osataan laittaa oikeisiin kohteisiin. Iso-Britannian ja Etelä-Korean esimerkit osoittavat, että julkisen vallan mielenkiinto ja panostukset voivat tuottaa tulosta ja ovat toisinaan myös välttämättömiä, jotta luovat toimialat menevät eteenpäin. Iso-Britannia on saanut hyvältä pohjalta kehitettyä luovista aloistaan merkittävän taloudellisen sektorin. Muotoiluala on hyötynyt tästä muiden alojen

joukossa. Etelä-Korea puolestaan on järjestelmällisellä lähestymistavalla ja merkittävillä panostuksilla luonut muotoilualastaan merkittävän tekijän, joka edesauttaa laajasti Korean teollisuutta.

Muotoiluala on viime aikoina saanut Suomessa merkittävää rahallista tukea valtioneuvoston hyväksymän muotoilupoliittisen ohjelman pohjalta. Kaikkia tuloksia panostuksista ei ole vielä kuitenkaan nähty. Suomalainen teollisuus tarvitsee rinnalleen vahvan muotoiluosaamisen kun muotoilu ja tuotedifferoinnin muodostama lisäarvo on yksi tekijöistä, jotka määrittelevät kansainvälisillä markkinoilla toimivien teollisuusyritystemme menestyksen. Muotoilu 2005-ohjelma on luonut ja on edelleen luomassa pohjaa, jonka päälle voidaan rakentaa kestävä pitkäjänteinen muotoilupolitiikka hyvinvoinnin parantamiseksi. Seuraava askel olisi luoda pitkän aikavälin muotoilupolitiikka.

## Lähteet:

- Andersson, Å., E. (1985), *Kreativitet – StorStadens Framtid*. Bokförlaget Prisma/Regionplane-kontoret.
- Audretsch, D.B., ja Feldman, M. P.(1996) R&D spillovers and the geography of innovation and production, *American Economic Review*. 86, 630-640.
- Audretsch, D. B. (1998), Agglomeration and the location of innovative activity, *Oxford Review of Economic Policy*. Vol. 14, no. 2 eli 14(2).
- Calonius, M. (2002), Findings about Design and the Economy. *Discussion paper n:o 785*, ETLA, Helsinki.
- Castells, M. (2000) *The Information Age: Economy, Society and Culture Volume 1 – The Rise of the Network Society* (2. pianos). Blackwell Publishers Ltd., UK.
- Collins, M., A., ja Amabile, T., M. (1999), Motivation and Creativity, kirjassa *Handbook of Creativity* (toim.) Sternberg, R., J. Cambridge: Cambridge University Press.
- Csikszentmihalyi, M. (1999), Implications of a Systems Perspective for the Study of Creativity, teoksessa *Handbook of Creativity* (toim.) Sternberg, R., J. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cunningham, S. (2003), *The Evolving Creative Industries – from original assumption to contemporary interpretations*. Seminaaripaperi Queensland University of Technology, Brisbane. Ladattu 19.6.2004 sivulta
- DCMS (2004), Creative industries main page, 18.6.2004 sivulta
- Design Council (2002), *Competitive Advantage through Design*. Ladattu 3.6.2004 sivulta  
<http://www.designcouncil.org.uk/resources/assets/assets/pdf/Publications/Competitive%20Advantage%20Through%20Design.pdf>
- Design Council (2003), *Design in Britain 2003-04*. Ladattu 3.6.2004 sivulta  
<http://www.designcouncil.org.uk/resources/assets/assets/pdf/Publications/Design%20in%20Britain%202003-04.pdf>
- Design Council (2004a), *The Impact of Design on Stock Market Performance – An Analysis of UK Quoted Companies 1994-2003*. Ladattu 4.6.2004 sivulta  
<http://www.designcouncil.org.uk/resources/assets/assets/pdf/Research/Impact%20of%20Design%20on%20Stock%20Market%20Performance%20February%202004.pdf>
- Design Council (2004b), *The UK design industry – facts and figures*, ladattu 3.7.2004 sivulta  
[http://www.designcouncil.org.uk/webdav/servlet/XRM?Page/@id=6003&Session/@id=D\\_zWokNT6k939svV07fcbg&Document/@id=705](http://www.designcouncil.org.uk/webdav/servlet/XRM?Page/@id=6003&Session/@id=D_zWokNT6k939svV07fcbg&Document/@id=705)
- Design Council (2002), *Stand Still – Stand Out?*. Ladattu 3.6.2004 sivulta  
<http://www.designcouncil.org.uk/resources/assets/assets/pdf/Publications/Stand%20Still%20Stand%20Out.pdf>
- DTI, Department of Trade and Industry (2003), *Innovation Review – Competing in the global economy: the innovation challenge*. Ladattu 8.6.2004 sivulta  
<http://www.dti.gov.uk/innovationreport/innovation-report-full.pdf>
- Florida, R. (2004), *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, paperback edition.

- Florida, R., ja Tinagli, I. (2004), *Europe in the Creative Age*. Carnegie-Mellon – Demos, ladattu 12.3.2004 sivulta [http://www.demos.co.uk/catalogue/creativeeurope\\_page370.aspx](http://www.demos.co.uk/catalogue/creativeeurope_page370.aspx)
- Griliches, Z. (1991), The Search for R&D Spillovers, *Scandinavian Journal of Economics*. 94, 29-47.
- Howkins, J. (2001), *The Creative Economy – How People Make Money from Ideas*. Penguin Books, England.
- Hytönen, J. ja Heikkinen, H. (2003), *Design Policy and Promotion Programmes in Selected Countries and Regions*. Designium, ladattu 5.6.2004 sivulta [http://www.uiah.fi/page\\_exhibition.asp?path=1,1457,2160,7450,7451,7498](http://www.uiah.fi/page_exhibition.asp?path=1,1457,2160,7450,7451,7498)
- Japan (2003), Ladattu 9.6.2004 sivulta <http://www.creativexport.co.uk/Opportunities/?id=83>
- KIDA (2004), *Korea Design Policy – The Third Comprehensive Plan for Industrial Design Promotion*. 3.6.2004 sivulta <http://www.designdb.com/english/kidp/third.html>
- Koshida, H. (2003), *Winds of Design Business Blowing from East Asia*. Ladattu 3.6.2004 sivulta <http://www.jdf.or.jp/eng/index.php3?Mode=article&id=482>
- Lewis ja Bridger (2001), *The Soul of the New Consumer: Authenticity - What We Buy and Why in the New Economy*; Nicholas Brealey, Yhdysvallat.
- Lorenz, C. (1994), Harnessing Design as a Strategic Resource. *Long Range Planning*, 27:5, ss. 73-84.
- Mokyr, J. (1990), *The lever of riches: technological creativity and economic progress*. New York, Oxford University Press.
- Runco, M., A. ja Sakamoto, S., O. (1999), Experimental Studies of Creativity, teoksessa *Handbook of Creativity* (toim.) Sternberg, R., J., s. 3-15. Cambridge: Cambridge University Press.
- Saxenian, A. (1990), Regional Networks and the Resurgence of Silicon Valley, *California Management Review*. 33, 89-111. (ladattuna R-levyllä)
- Saxenian, A. (1994), Lessons from Silicon Valley, *Technology Review*. 97, 5 (Jul), s. 42-51.
- Simon, C. ja Nardinelli, C. (1996) The talk of the town: Human capital, information, and the growth of English cities, 1861 to 1961, *Explorations in Economic History*. 33(3), 384-413.
- Simonton, D., K. (1999), Creativity from Historimetric Perspective, teoksessa *Handbook of Creativity* (toim.) Sternberg, R., J., s. 116-133. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sternberg, R., J., ja Lubart, T., I., (1999) The Concept of Creativity: Prospects and Paradigms, teoksessa *Handbook of Creativity* (toim.) Sternberg, R., J., s. 3-15. Cambridge: Cambridge University Press.
- Von Hippel (1994), Sticky Information and the Locus of Problem Solving: Implications for Innovation, *Management Science*. 40, 429-439.
- Wehner, L., Csikszentmihalyi, M., ja Magyari-Beck, I. (1991), Current approaches used in studying creativity: An exploratory investigation, *Creativity Research Journal*. 4(3), s. 261-271.
- Wilenius, M. (2004), *Luovaan talouteen – Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana*. Edita Publishing, Helsinki.
- Zaccai, G. (2004), *Designing the what*. Danish Design Centre, ladattu 2.6.2004 sivulta <http://www.ddc.dk/UK/publications/kompendier/ledelses/zaccai.html>

## Liite 1.

### Iso-Britannian Design Councilin ja Kauppa- ja teollisuusministeriön muotoilukampanjoiden vaiheet (DTI 2003)

#### Tavoitteet ja suunta

Yhdessä Kauppa- ja teollisuusministeriön ja teollisuuden kanssa, Design Council toteuttaa kolme innovaatioiden edistämiskampanjaa parantaakseen muotoilun hyödyntämistä teknologiateollisuudessa ja palvelualoilla. Kampanjoissa on mukana korkeintaan 10 toimialaa seuraavien kahden vuoden aikana. Toimialasektoreiden osaamisneuvostot ovat mukana ohjaamassa työtä, jossa pohditaan sitä, miten osaamiseen investoimalla voidaan hyödyntää muotoilun mahdollisuuksia tuottaa lisäarvoa.

Kunkin kampanjan ensimmäinen vaiheessa toteutetaan muotoiludemonstraatio (Design Demonstration), joka tuo muotoiluammattilaisia valittuihin yrityksiin toimialaorganisaatioiden välityksellä. Ammatilliset toteuttavat korkealaatuisen muotoiludiagnoosin yhdessä ylemmän johdon, muotoilijoiden ja suunnittelijoiden kanssa. Yrityksissä pyritään näin tunnistamaan mahdollisuuksia muotoilun avulla kehittää lisäarvoa ja innovaatioita sekä uusia toimintatapoja.

Toisessa vaiheessa demonstraatioiden tulokset ja niistä saatu ymmärrys siirretään 500 muuhun yritykseen ja avaintulokset viestitään aina 5000 yritykseen saakka. Kampanjat toteutetaan erilaisten yrityselämän etujärjestöjen ja kehitysorganisaatioiden avulla. Näin varmistetaan kampanjoille paras mahdollinen peitto elinkeinoelämässä. Kunkin kampanjan tavoite on kehittää itsensä ylläpitävää muutosta kohti muotoilun tehokkaampaa ja strategisempaa hyödyntämistä yrityksissä seuraavien kolmen vuoden aikana.

Esimerkiksi Design Councilin demonstraatiopilottiprojekti University College London Venturesin kanssa on osoittanut hyötyjä, joita muotoilu voi tuoda liittyen teknologian siirtoon yliopistoista teollisuuteen, joko lisensoinnin tai spin-out yritysten kautta. Tätä aloitetta pyritään edelleen kehittämään muissa Technology Transfer Officeissa (TTO) eli julkisissa teknologian siirtoon ja kaupallistamiseen liittyvissä toimistoissa.

Design Council työskentelee yhdessä toimialajärjestöjen ja Britannian yliopistojen sekä ”FE” (Further Education) korkeakoulujen kanssa. Siten voidaan luoda muotoiluopetusta tiede-, insinööritiede- ja kaupallisten aineiden opiskelijoille. Tämä mahdollistaa puolestaan muotoilun roolin paremman ymmärtämisen tieteen ja teknologian siirrossa. Muotoiluopetukseen liittyvät toiminnot tulevat olemaan kurssikohtaisia ja voivat pitää sisällään: yritykseen liittyvät panostukset, yrittäjyyden haasteiden tukemisen, poikkitieteelliset projektit, muotoilumentoroinnin ja tohtorikoulutuksen. Hanke alkaa pilottidemonstraatioprojektilla kahden yliopiston kanssa, mutta laajenee myöhemmin käsittämään kymmenen yliopistoa. Tämän jälkeen muotoiludemonstraatiointoja kehitetään edelleen muiden johtavien akateemisten tutkimuskeskusten TTO:issa. Tätä lähdetään toteuttamaan pilottina neljän TTO:n kanssa, joista kukin toteuttaa viisi projektia ja jotka siirretään muihin tutkimuskeskeisiin yliopistoihin, kun ne on todistettu toimiviksi.



## Liite 2.

### Korean teollisen muotoilun edistämisen viisivuotissuunnitelma vuosille 2003-2007 (KIDA2004)

#### Tavoitteet ja suunta

Kolmas viisivuotissuunnitelma pyrkii edistämään muotoilutoimialaa systemaattisesti teh-däkseen Koreasta alan keskuksen Itä-Aasiassa. Tavoitteena on käyttäjälähtöinen muotoi-lunedistäminen.

Kauppa-, teollisuus- ja energiainisteriö (The Ministry of Commerce, Industry & Energy) tähtää siihen, että vuoteen 2007 mennessä Korean muotoiluala on samalla tasolle kehitty-neiden valtioiden muotoilualojen kanssa. Tämän hetkinen arvio on, että ala on 70-80% ta-solla maailman muotoilukeskusten tasosta. Suunnitelman kautta yritysten määrä, joissa on muotoilijoita palkkalistoillaan nousee nykyisestä 20 000:sta 100 000 ja muotoilutoimialan markkina-arvo nousee nykyisestä 7 triljoonasta wonista (1,2% BKT:stä) 20 triljoonaan woniin (3% BKT:stä).

#### Muotoilun edistämisen vaiheet:

##### 1. Muotoilutoimialan perustan laajentaminen

Maailmanluokan tuotteita valmistavien yritysten muotoiluinnovaatioiden tukeminen:

- Edistetään Good Design (GD) palkinnon saaneiden tuotteiden jakelua (esim. GD tuotteiden huomioiminen julkisen sektorin ostoissa).
- GD riskirahoitusyrityksien vaaliminen: annetaan tukea GD tuotteiden valmistajille, arvioidaan ja rahoitetaan riskirahoitusyrityksiä ja siemenyrityksiä.
- Muotoiluyritysten ulkomaisen toiminnan tukeminen: ulkomaisten muotoilustudioiden houkuttelu Koreaan, liiketoimintayhteistyön vahvistaminen ulkomaisten ja kotimaisten muotoilustudioiden välillä, globaalin verkottumisen tukeminen muotoiluyritysten kes-ken.
- Kannustetaan yrityksiä pitämään ainakin yhtä in-house muotoilijaa: nostetaan yritysten määrä, joilla on in-house muotoilijoita nykyisestä 20 000:sta 100 000 vuoteen 2007 mennessä, ja muutetaan siten yritykset korkean tuottavuuden yrityksiksi.
- PK-yritykset, joilla on muotoiluun omistautunut osasto, määrää nostetaan 39,6%:sta (2002) 60%:een vuonna 2007
- Kampanjoidaan muotoilun ja brändäyksen edistämiseksi: pidetään promootiotilai-suuksia design johtamisen ja brändijohtamisen levittämiseksi.

##### 2. Muotoilijoiden koulutus

Muotoilukoulutuksen aloitusikää madaltamalla ja ulkomaisten muotoiluinstituuttien kans-sa tehtävällä yhteistyöllä tarkoituksena on huippumuotoilijoiden lisääminen ja ammatti-laismuotoilijoiden taitojen parantaminen.

- Muotoilukoulutuksen aloitusikää madalletaan ja pyritään luomaan otollinen ympäris-tö nuorille ja lahjakkaille opiskelijoille Korea Design Centeriin.
- Kannustetaan muotoiluopiskelijoita ottamaan maisteri- tai tohtoritutkinnon kursseja arvostetuissa ulkomaisissa yliopistoissa.
- Kannustetaan ”Design Real Name System” -järjestelmän käyttöönottoa, jonka avulla tunnistetaan muotoilija tai muotoiluyritys tuotteen merkinnöissä ja vahvistetaan siten muotoilijoiden roolia.
- Otetaan käyttöön muotoilukorkeakoulujen sertifikaatit ja luodaan kunkin toimialan muotoilukoulutusinstituutti: Näiden avulla luodaan standardit muotoilukorkeakoulu-jen ja niiden koulutusohjelmien sertifiointiin sekä arviointiin; kannustetaan tärkeiden toimialojen yrityksiä käynnistämään maisteritason muotoilukursseja.

- Vahvistetaan muotoiluammattilaisten osaamista: käynnistetään kursseja liittyen perusmateriaaleihin, väreihin ja ergonomiaan sekä ohjelmia virtuaalitodellisuuden liittyvien tekniikoiden kouluttamiseen.
- Koulutetaan muotoilujohtamisen ammattilaisia: tarjotaan monialaista insinööri ja liikkeenjohdon koulutusta muotoiluopiskelijoille (sisältäen Capstone Design:ia<sup>3</sup>).

### 3. Paikallisen muotoiluinnovointiosaamisen vahvistaminen

Tasapainoisen kehityksen luomiseksi alueiden välille, pyritään laajentamaan muotoiluun tarvittavia tiloja ja laitteita paikallisesti sekä luomaan yhteistoimintajärjestelmän muotoiluinfrastruktuurin eri osien kesken.

- Muotoiluklustereiden muodostaminen alueellisten muotoilukeskusten ja muotoiluinnovaatiokeskuksen ympärille: alueellisten muotoilukeskusten luominen Gwangju:un, Busan:iin ja Daegu City:in; muotoiluinnovaatiokeskuksen laajentaminen ja muotoilukulttuurin levittäminen.
- Maanlaajuisen muotoiluinfrastruktuurin operointi: infrastruktuurin ”Hub & Spoke”-operointia, jossa muotoiluinnovaatiokeskus toimii keskuksena (hub).
- Alueellisen muotoilupiirteiden karakterisointi paikallisen hallinnon toimesta: paikallisen teollisuuden, kulttuurin ja turismin karakterisointi ja kaupallistaminen.
- Paikallishallinnon tuki julkisen ympäristösuunnittelun parantamiseksi: kokonaisuunnitelmien luominen kaupunkisuunnitteluun, muotoiluun liittyvien mallikatujen ja teemapuistojen perustaminen.

### 4. T&K:n vahvistaminen

Korean muuttaminen johtavaksi maaksi muotoilussa lisäämällä t&k -toimintaa sellaisilla keskeisillä alueilla kuten materiaalit, värit, trendit sekä ergonomia. Tämä onnistuu luomalla verkostoja maailmankuulujen muotoiluinstituuttien kanssa.

- Luodaan ”Comprehensive Design Research Center” kehittämään muotoilun perustechnologiaa: keskitytään johtaviin muotoiluteknologioihin kuten virtuaalitodellisuuden ja kolmiulotteiseen mallintamiseen: tutkitaan perusmuotoilutechnologiaa sellaisilta osin kun se ei sovi yksityiselle sektorille.
- Vahvistetaan kehittyneiden maiden parhaiden toimintatapojen tutkimusta ja opetusta: tutkitaan muotoilun edistämisen parhaita toimintatapoja, muotoilutrendejä sekä informaatiota liittyen kuuluisiin muotoilijoihin.
- Luodaan tiekartta muotoiluteknologialle: luodaan tiekartat kuhunkin tekijään ja toimialaan esittämällä muotoiluteknologian hyödyntämistapoja.
- Monipuolistetaan Muotoilupankin (Design Bank) sisältöä ja luodaan kattava informaatiotukijärjestelmä: Luodaan ja kehitetään inhimillisten resurssien tietopankkia yhteistyössä taloushallinnon, oikeustieteen ja teknologian eksperttien kanssa. Pankki sisältää informaatiota trendeistä, uusista tuotteista, materiaaleista, muotoiluteknologioista ja muotoilujohtamisesta.
- Kohotetaan digitaalisen muotoilun osaamista ja perustetaan Digital Visual Design Technology Center.

### 5. Kansallisen imagon kohottaminen

Korean kansallisen imagon kohottaminen innovoinnin avulla. Nostetaan Korean vientituotteiden lisäarvoa ja niiden tuottajien brändiarvoja.

<sup>3</sup> Capstone design = pidempikestoinen suunnitteluprojekti, jossa suunnitellaan jollekin oikealle tai kuvitteelliselle asiakkaalle jokin kokonaisuus

Tavoitteena on:

- Korean kansallinen imagon eheyttäminen ja vahvistaminen innovoinnin, muotoilun ja ”CI”-ohjelmien avulla.
- Karakterisoidaan Korean uniikkeja muotoilupiirteitä: tarjoamalla kannustimia kehityksessä ja jakeluprosesseissa hyvin muotoilluille alueellisille tuotteille.
- Etsitään tapoja edistää Korean imagoa kansallisena brändinä: luomalla strategiat eri sektoreille; Opiskelemalla muiden valtioiden kansallisia brändäysstrategioita; sekä toteuttamalla brändi- kampanjoita ja kehittämällä kokemusohjelmia ulkomaalaisille.

#### 6. Kansainvälisen muotoiluvaihdon laajentaminen ja vahvistaminen Koillis-Aasiassa

Järjestetään kansainvälisiä tapahtumia ja luodaan verkostoja, jotta Korea saavuttaa johtavan roolin globaalissa muotoiluyhteisössä.

- Osallistutaan globaalin muotoiluyhteisöjen pyrkimyksiin julkaisemalla World Design Reportia, joka tarjoaa viimeisintä informaatiota maailman muotoilutoimialasta.
- Vahvistetaan muotoilukumppanuutta Koillis-Aasiassa ottamalla johtava rooli ”Northeast Asia Design Forum”:in luomisessa ja ylläpitämisessä (Korea, Kiina ja Japani).
- Pyritään luomaan verkostoja muotoiluinstiututtien ja tutkimusprojektien välille luomalla yhteisprojekteja.
- Pyritään Koreoiden väliseen muotoilukumppanuuteen tukemalla Pohjois-Korean muotoilutoimialaa ja tukemalla Koreoiden välistä vaihtoa yksityisellä sektorilla.

## Liite 3.

### Memphisin manifesti<sup>4</sup>

Ideoiden yhteisön rakentaminen

Luovuus on fundamentaalista ihmisenä ololle ja kriittinen resurssi yksilöille, yhteisölle sekä taloudelle. Luovat yhteisöt ovat eloisia, inhimillisiä paikkoja, jotka vaalivat henkilökohtaista kasvua, synnyttävät kulttuurillisia ja teknologisia läpimurtoja, luovat työpaikkoja ja vaurautta ja hyväksyvät elämäntyylien ja kulttuurien kirjon.

Periaatteet:

1. Kasvata ja palkitse luovuutta. Kaikki ovat osa luovuuden arvoketjua. Luovuutta voi tapahtua milloin tahansa, missä tahansa ja sitä tapahtuu par'aikaa sinun yhteisössäsi. Ole tarkkaavainen.
2. Investoi luovuuden ekosysteemiin. Luovuuden ekosysteemi voi pitää sisällään taidetta ja kulttuuria, yöelämää, musiikkia, ravintoloita, taiteilijoita ja muotoilijoita, keksijöitä, yrittäjiä, kohutuuhintaisia tiloja, eloisia kaupunginosia, henkisyttä, koulutusta, tiheyttä, julkisia tiloja sekä kolmansia paikkoja<sup>5</sup>.
3. Vaali monimuotoisuutta. Se synnyttää luovuutta, innovaatiota ja positiivisia taloudellisia vaikutuksia. Ihmiset eri taustoilla ja kokemuksilla edesauttavat ideoiden, ilmaisutapojen, lahjakkuuden ja näkökulmien monimuotoisuutta, mikä rikastuttaa yhteisöjä. Näin ideat menestyvät ja luovat tärkeitä yhteisöjä.
4. Vaali luovia ihmisiä. Tue ihmisiä, jotka toimivat yhdistäjinä. Tee yhteistoimintaa kilpailaksesi uudella tavalla ja ota kaikki mukaan samaan peliin.
5. Arvosta riskinottoa. Muuta ”ei” ilmasto ”kyllä” ilmastoksi. Investoi mahdollisuuksien tekoon, ei ainoastaan ongelmien ratkaisuun. Hyödynnä luovaa lahjakkuutta, teknologiaa ja energiaa yhteisösi hyödyksi. Haastaa perinteisiä uskomuksia.
6. Ole autenttinen. Tunnista lisäarvo, jota tuotat ja keskity niihin avuihin, joissa voit olla uniikki. Uskalla olla erilainen, eikä ainoastaan toisen yhteisön kopio. Vastuuta, monikulttuurisuutta ja homogeenisuutta. Jokainen yhteisö voi olla se oikea yhteisö.
7. Investoi ja rakenna paikan laatua. Perityt piirteet kuten ilmasto, olemassa oleva luonto ja asukkaat ovat tärkeitä niin muita kriittisiä piirteitä kuten taiteita ja kulttuuria, avoimia ja vihreitä tiloja, eloisaa keskikaupunkia sekä oppimiskeskuksia voi rakentaa ja vahvistaa. Tämä tekee yhteisöistä aikaisempaa kilpailukykyisempiä, sillä se luo enemmän mahdollisuuksia vaikuttaa ideoilla.
8. Poista luovuuden esteitä joita ovat muun muassa keskinkertaisuus, suvaitsemattomuus, eristyneisyys tai yhteydetttömyys, lörviminen, köyhyys, huonot koulut, etuoikeudet sekä sosiaalinen ja ympäristön rappio.
9. Ota vastuuta yhteisösi muutoksesta. Improvisoi. Laita asiat tapahtumaan. Kehitys on ”tee se itse” -pohjaista yritteliäisyyttä.
10. Varmista, että kaikilla ihmisillä ja erityisesti lapsilla on oikeus olla luovia. Korkeinta laatua oleva elämän pituinen koulutus on kriittistä, että luovien ihmisten kehittämiseksi ja pitämiseksi yhteisön resurssina.

Hyväksymme vastuumme luovuuden hoitajina ja valvojina yhteisöissämme. Ymmärrämme, että tämän dokumentin ideoita ja periaatteita voi muokata vastaamaan yhteisön uniikkeja tarpeita ja avuja.

Lähde: Florida 2004, s. 381-382.

<sup>4</sup> Memphis manifestiin johtanut tapaaminen oli ensimmäinen luovan luokan yhteen kerääntyminen. Se pidettiin Memphisissä, Tennesseessä, vuonna 2003 huhtikuun 30. ja toukokuun 2. päivän välisenä aikana. Luova 100 – valitut henkilöt ympäri Pohjois-Amerikkaa – sekä heidän Memphisin isännät edustivat luovaa luokkaa sen koko monimuotoisuudessa ja paljoudessaan. Henkilöt tulivat 48 eri kaupungista Yhdysvalloista, Kanadasta ja Puerto Ricosta. Luova 100 kirjoitti tämän manifestin omille yhteisöilleen ja kaikille muille yhteisöille, jotka pyrkivät kilpailemaan tämän päivän taloudessa.

<sup>5</sup> Koti ja työpaikka ovat kaksi ensimmäistä paikkaa. Kolmansia kohtaamispaikkoja ovat muun muassa kahvilat ja vastaavat paikat, jotka sopivat ei-formaaleille kontakteille.

**ELINKEINOELÄMÄN TUTKIMUSLAITOS (ETLA)**  
THE RESEARCH INSTITUTE OF THE FINNISH ECONOMY  
LÖNNROTINKATU 4 B, FIN-00120 HELSINKI

---

Puh./Tel. (09) 609 900  
Int. 358-9-609 900  
<http://www.etla.fi>

Telefax (09) 601753  
Int. 358-9-601 753

**KESKUSTELUAIHEITA - DISCUSSION PAPERS ISSN 0781-6847**

Julkaisut ovat saatavissa elektronisessa muodossa internet-osoitteessa:  
<http://www.etla.fi/finnish/research/publications/searchengine>

- No 917 MAARIT LINDSTRÖM, Ulkomaiset yritykset Suomessa: Investointimotiivit ja näkemykset toimintaympäristöstä. 16.06.2004. 38 s.
- No 918 LAURA PAIJA, Allocation of Control Rights to Customised Products: Empirical Analysis of Finnish SMEs. 10.08.2004. 38 p.
- No 919 MIKA MALIRANTA – PETRI ROUVINEN, Informational Mobility and Productivity – Finnish Evidence. (Tiedollisen liikkuvuuden tuottavuusvaikutukset Suomessa). 22.07.2004. 14 p.
- No 920 MIKA MALIRANTA – SATU NURMI, Analyzing entrepreneurship with the Finnish linked employer-employee data (FLEED). Matching and qualitative properties of the data. 29.07.2004. 20 p.
- No 921 EDVARD JOHANSSON – HANNU AHO – URPO KIISKINEN – KARI POIKOLAINEN, The association of alcohol dependency with employment probability: Evidence from the population survey “Health 2000 in Finland”. Alkoholiriippuvuus ja todennäköisyys olla kokopäivätyössä: Tuloksia “Terveys 2000” aineistosta. 02.08.2004. 28 p.
- No 922 ANNIKA EVÄLÄ, Koulutuksen panokset ja tuotokset – Suomi kansainvälisessä vertailussa. 24.06.2004. 93 s.
- No 923 ARI HYYTINEN – MIKA PAJARINEN, Opacity of Young Firms: Faith or Fact? 06.08.2004. 24 p.
- No 924 PAAVO SUNI, Kiina maailmantaloudessa – Globaalitalouden kasvu ja teollisen työnjaon muutos, Taustaraportti (China in The World Economy – Global Economic Growth and the Changing International Division of Labour, A Background Report). 23.08.2004. 24 s.
- No 925 VILLE KAITILA, The Factor Intensity of Accession and EU15 Countries’ Comparative Advantage in the Internal Market. 25.08.2004. 23 p.
- No 926 ANTTI-JUSSI TAHVANAINEN – RAINE HERMANS, Financial Pecking Order and the Value Platform of Intellectual Capital. Observing the Finnish Biotechnology Industry. 25.08.2004. 34 p.
- No 927 JYRKI ALI-YRKKÖ – MAARIT LINDSTRÖM – MIKA PAJARINEN – PEKKA YLÄ-ANTTILA, Suomen asema globaalissa kilpailussa – yritysten sijaintipäätöksiin vaikuttavat tekijät. 30.08.2004. 83 s.
- No 928 PETRI BÖCKERMAN – EDVARD JOHANSSON – SATU HELAKORPI – RITVA PRÄTTÄLÄ – ERKKI VARTIAINEN – ANTTI UUTELA, Does a Slump Really Make You Thinner? Finnish Micro-level evidence 1978-2002. 01.09.2004. 20 p.

- No 929 ANTTI KAUKHANEN – HANNU PIEKKOLA, What Makes Performance-Related Pay Schemes Work? Finnish Evidence. 13.09.2004. 22 p.
- No 930 KARI E.O. ALHO, Palkankorotusten vaihtoehdot ja talouden kasvu – toimialatarkasteluja Suomen teollisuudella. 04.10.2004. 17 s.
- No 931 EDVARD JOHANSSON – HANNU ALHO – URPO KIISKINEN – KARI POIKOLAINEN, Abstaining from Alcohol and Labour Market Underperformance – Have we forgotten the "dry" alcoholics? 23.09.2004. 12 p.
- No 932 MATTHIAS DESCHRYVERE, Health and Retirement Decisions: An Update of the Literature. 24.09.2004. 35 p.
- No 933 MATTHIAS DESCHRYVERE, Labour Force Behaviour of Elderly Two Adult Households: Evidence from EU-countries. 24.09.2004. 50 p.
- No 934 JARI HYVÄRINEN, EU Outsourcing to the East, Governance and Innovation Systems in the Baltic Countries – A Three-Stage Approach. 27.09.2004. 70 p.
- No 935 VILLE KAITILA, Integration and Conditional Convergence in the Enlarged EU Area. 07.10.2004. 17 p.
- No 936 MIKA PAJARINEN – PEKKA YLÄ-ANTTILA, Miksi yritykset investoivat ulkomaille? Yrityskyselyyn perustuva analyysi. 08.10.2004. 23 s.
- No 937 OTTO TOIVANEN, Choosing Standards. 11.10.2004. 31 p.
- No 938 TERTTU LUUKKONEN, Patentointi biotekniikka-alalla. 15.10.2004. 14 s.
- No 939 ESSI EEROLA – NIKU MÄÄTTÄNEN – PANU POUTVAARA, Citizens Should Vote on Secession. 20.10.2004. 15 p.
- No 940 MIKA WIDGRÉN – PEKKA SULAMAA, Aasian regionalismi vs. globaali vapaakauppa: Simulointitutkimus taloudellisista vaikutuksista. 21.10.2004. 23 s.
- No 941 MIKA WIDGRÉN, Suomen, Aasian ja uusien EU-maiden suhteellinen etu ja kilpailuasetelmien muutos. 21.10.2004. 28 s.
- No 942 MIKA MALIRANTA – SATU NURMI, Do Foreign Players Change the Nature of the Game among Local Entrepreneurs? 26.10.2004. 22 p.
- No 943 JYRKI ALI-YRKKÖ, Impact of Public R&D Financing on Private R&D – Does Financial Constraint Matter? 29.10.2004. 22 p.
- No 944 STEFAN NAPEL – MIKA WIDGRÉN, The Inter-Institutional Distribution of Power in EU Codecision. 05.11.2004. 26 p.
- No 945 MATHIAS CALONIUS, Luovan yhteiskunnan rakenteet, luovat toimialat ja muotoiluala. 08.11.2004. 31 s.
- No 946 ARI HYYTINEN – MIKA PAJARINEN, Is the Cost of Debt Capital Higher for Younger Firms? 11.11.2004. 17 p.
- No 947 MARKKU STENBORG, Explaining Open Source. 11.11.2004. 34 p.

Elinkeinoelämän Tutkimuslaitoksen julkaisemat "Keskusteluaiheet" ovat raportteja alustavista tutkimustuloksista ja väliraportteja tekeillä olevista tutkimuksista. Tässä sarjassa julkaistuja monisteita on mahdollista ostaa Taloustieto Oy:stä kopiointi- ja toimituskuluja vastaavaan hintaan.

Papers in this series are reports on preliminary research results and on studies in progress. They are sold by Taloustieto Oy for a nominal fee covering copying and postage costs.