

*"Pohjoinen luova hulluus ja osaaminen Kalottialueen voimavarana ja tulevaisuuden rakentajana."
Julius Oförsagd*

Hyvät naiset ja herrat, arvon kuulijat.

Wikipedia kertoo että,

Luovuus on vapautteen ja älykkyyteen liittyvä kyky nähdä uusia asiayhteyksiä (assosiaatioita), kehittää epätavallisia ideoita, käsitteitä, tekniikoita ja intuitiota sekä etäännyttävä tavanomaisista ajatusradoista.

Käsite **hullu** puolestaan on vanha nimitys ihmisille, joiden käytös poikkeaa huomattavasti yhteisön normeista, usein mielenterveyden järkkymisen vuoksi. Termi hullu, on melko epäkorrekti, joten sanan hullu tilalle mielenterveysongelmaisen nimitykseksi onkin useampaan kertaan keksitty muita sanoja, kuten mielipuoli, mielenvikainen, mielisairas ja mielenterveysongelmainen.

Brittipsykiatri Felix Post selvitti 1994 tunnettujen taiteilijoiden mielenterveyttä elämäkertojen ja kirjeiden pohjalta. Hänen mukaansa 38 prosentilla kuvataiteilijoista ja 46 prosentilla kirjailijoista oli vakava [depressio](#) tai muu psyykinen häiriö. Lähes kaikilla muillakin oli mielenterveyden ongelmia, mutta lievempinä.^[3] Luovuus on siis myös kyetty yhdistämään hulluuteen.^[4]

Tämän puheenvuoron aikana pyrin parhaani mukaan avaamaan keskustelua luovuudesta ja sen merkityksestä talouteen, politiikkaan, yhteiskunnan ja yritysten kehittämiseen ja sekä yleiseen hyvinvointiin. Kyllä, melko monta aihetta läpikäytäväksi. Olen kuitenkin hyvin vakuuttunut siitä että luovuus läpileikkaa näitä ja myös hyvin monia muita aiheita.

Elämme tällä hetkellä globaalissa maailmassa, jossa rahalla on valtaa ja jossa poliitikot länsimaisen demokratian mukaan päättävät asioista. Elämme hyvin jännittäviä ja mielenkiintoisia aikoja ennen kaikkea täällä Euroopassa. EU:n ja EMU:n tulevaisuus puhututtaa ja aiheuttaa myös huolta. Valtiot yhdessä ja erikseen yrittävät löytää mahdollisimman kauaskantoisia ratkaisuja selvitä talouden taantumasta, joka tuntuu tulevan aina vain uudestaan ja aina vain pahempaan. Olemme riippuvaisia maailman taloudellisesta tilanteesta, olemme riippuvaisia toisistamme. On aika olla rohkea.

Siinä missä yritykset kilpailevat maksavista asiakkaista, kilpailevat kunnat asukkaista. Molempia yhdistää se että selviytymisen kannalta asiakkaat ja asukkaat ovat elintärkeitä. Millä asiakkaita tai asukkaita sitten saadaan? Tässä vaiheessa mukaan tulee luovuus, debressiolla tai ilman. Sillä asiakkaat haluavat vastinetta sijoittamalleen panokselle. Se mihin he sijoittavat, riippuu tuotteen ja palvelun laadusta, sen imagosta ja sen hinnasta. Yhteinen laaja nimitys näille termeille on brändi. Brändillä tarkoitetaan niitä tekijöitä, jotka nostavat tuotteen tai palvelun arvoa, sitä mikä saa tuotteen tai palvelun erottumaan muista.

En puhu teille sen enempää termistä brändi vaan puhun teille siitä miten te pystytte kasvattamaan sitä. Kuinka te saatte oman instituutionne, oli se sitten yritys, yhdistys, kunta tai maakunta, näyttämään ja tuntumaan vetovoimaiselta. Nyt mukaan tulevat nuo sanat luovuus ja hulluus.

Meidän täytyy uskaltaa olla rohkeita ja meidän täytyy uskaltaa erottua massasta. Meidän täytyy panostaa tuotteidemme ja palveluidemme muotoiluun, siihen miltä ne tuntuvat, näyttävät ja minkälaisen tunteen ne käyttäjässään herättävät. Lähdetään kuitenkin siitä mitä muotoilu on. Ihan vain, jotta meillä kaikilla on sama mielikuva siitä mistä puhumme. Wikipedia kertoo että **Muotoilu** eli **design** [disain] ([ital. disegno](#)) tarkoittaa esineen tai muun kohteen käytettävyyden ja muodon suunnittelua tai sen valmistusta. Ja koska tuo, ei välttämättä kertonut teille yhtään mitään niin mennäänpä konkretiaan. Jokainen teistä on käynyt joskus vessassa, eikö vain. Jokainen teistä on myös asioinnin jälkeen pessyt kätensä ja huomannut että sellaiset hanat, jotka toimivat automaattisesti kun kädet laittaa hanan alle ovat kätevämpiä kuin sellaiset hanat, joissa hana täytyy laittaa päälle manuaalisesti, saati vielä englantilaisittain kahdesta eri vivusta. Tämä on tuotemuotoilua. Palvelumuotoilua puolestaan on se, että kun te olette julkisessa vessassa, ettekä halua kuulla lorinaa naapurikopista niin vessassa soi kaiuttimesta joko linnunlaulu tai rock'n roll. Oletteko nyt kärryillä siitä mitä hyötyä muotoilusta voi olla? Hyvä.

Kaikki teistä tietävät Nokian. Te jotka pidätte Nokiasta ja ajattelette sen olevan vetovoimainen, suosittu ja hohdoka brändi, nostakaa kätenne ylös. Kiitos, ja sama testi Appellelle. Kiitos.

Tässä näimme hyvin tyypillisen esimerkin luovuuden merkityksestä liiketoiminnassa. Nokian osakkeen arvo 10.8. oli 2 euroa 32 senttiä kappaleelta. Samaan aikaan Applen osakkeen arvo oli 621.70 dollaria kappaleelta, euroissahan se tekee noin 508 euroa. Miksi Apple on tässä asemassa? Luovan hulluuden. Apple lanseerasi IPhonensa vuonna 2007. Ulkomuodoltaan täysin massasta poikkeava tuote. Ja mikä erottaa jo lähtökohtaisesti Applen ja Nokian toisistaan. Applella on yksi matkapuhelinmalli jota se päivittää enemmän tai vähemmän säännöllisesti. Nokialla matkapuhelinmalleja on aikojensa alusta lähtien ollut noin 500 erilaista ja tälläkin hetkellä myynnissä on parikymmentä erilaista. Ja kun te menette tänäpäivänä matkapuhelinliikkeeseen vertailemaan puhelimia, niin siellä tarvitsee insinööriskoulutuksen että tajuaa mitä ominaisuuksia niissä on ja kun ne kaikki vielä näyttävätkin samalta. Ennen sentään pystyi hieman edes ulkonäön perusteella valitsemaan minkälaisen puhelimen itselleen halusi. No, se Nokiasta. Se, mitä yritän tässä kertoa, on se, että kopioimalla ja toisten vanhojen ideoiden uudelleenhyödyntämisellä on aivan turha ratsastaa. Siinä ei tule kuin paha mieli.

Mitä luova hulluus siis voi tarkoittaa meillä täällä Kalottialueella?

Meidän täytyy luoda tänne jotain sellaista mitä ei muualla maailmassa ole. Suomalaiset ainakin ovat jo pitkän aikaa olleet hyvässä alussa. Kansa joka käy vähintään joka lauantai kuumassa huoneessa heittämässä vettä kuumille kiville ja juovat enemmän kirkasta lientä kuin missään muualla. Niin ja talvella hyppäävät sieltä kuumasta huoneesta kylmään hankeen, pulahtavat jätten sekaan järveen helmikuussa ja kun kesä koittaa niin itseä ja kaveria hakataan saunassa koivun oksilla. Ja veikkaan että ihan yhtä hulluja te ruotsalaiset ja norjalaisetkin olette, omalla tavallanne. Nämä erilaisuuden hienoudet ja omalaatuisuus meidän tulee osata hyödyntää. Matkailusesonkina talvella japanilaiset tulevat revontulten alle parittelemaan kun silloin saa kuulemma poikalapsen. Minkä muun takia luulette että Saariselällä on Igluja lasikatoilla? Flatlight Filmsin tekemä revontulivideo on puolestaan kiertänyt sosiaalisessa mediassa pitkin maailmaan tavoittaen miljoonia katsojia. Miksi, koska revontulet ovat jotain pohjoisille alueille ominaista ja eksoottista. Myös Joulupukkikin aletaan pikkuhiljaa tunnustamaan suomalaiseksi hahmoksi.

Pohjois-Ruotsissa kuvataan jatkuvasti isoja elokuvatuotantoja ja Kiirunasta aletaan kohta lentämään avaruuteen ja takaisin. Juuri sellaista asennetta me tarvitsemme: ”Tehdään itse ja hullumpaa eikä vain aina itketä kun valtio kiristää viimeisetkin ja kukaan ei täällä käy”. Itsepä olemme tämän ankaran ja niin hienon pohjoisen itsellemme asuinpaikaksi valinneet. Pohjoiset alueet keskellä kauneinta, puhtainta ja rauhallisinta luontoa, antavat aivan uskomattomat puitteet tulevaisuudelle. Nyt se on enää meistä kiinni miten me siitä hyödyimme ja millä ehdoilla. Käytetään siis mielikuvitusta ja ollaan rohkeita.

New York tunnetaan keltaisista takseistaan, Lontoo punaisista busseistaan, mistä Rovaniemi tai Luleå tai Tromssa tunnetaan? Ei mistään.

Yritystä saattaa olla mutta jos ei yritykset muuhun kaadu niin ne kaatuvat byrokraatiaan, siihen että kaiken pitää olla niin tavattoman vaikeaa ja monimutkaista. Byrokratiolla jos millä tapetaan se viimeinenkin luovuus. Pitäkää työpaikoillanne kerran viikossa brainstorming-kahvihetki, hullutelkaa ja antakaa mielikuvituksen lentää sen suhteen mikä firmassa voisi olla paremmin. Vaatikaa uudistuksia. Sitoutukaa niihin. Olkaa esimerkillisiä, kyllä ne muut tulevat perässä ja ottavat mallia.

Miksi työpaikalla ei voi olla liukumäkiä tai vanhoja linja-autoja kokoustiloina? Miksi työpaikalla ei voi mennä koivunrunkoja lattiasta kattoon, ihan niin kuin metsässä kävelisi? Miksi nämä pystyttiin toteuttamaan Googlen Zurichin toimistolla mutta ei muualla? Miksi joka työpaikalla ei voi olla yhteistä saunahetkeä perjantai-iltapäivisin? Miksi työt eivät voi loppua puoli kolmelta, jonka jälkeen kaikki yhdessä viettävät tunnin tai kaksi yhteistä aikaa ja lähtevät siitä viikonlopun viettoon? Miksi jokaisessa firmassa ei ole muotoilijaa, joka yhdessä muiden kanssa suunnittelisi ja kehittäisi tuotteita ja palveluita houkuttelevimmiksi ja massasta poikkeavimmiksi? Tiedän, että useimman teistä mielessä pyörii sana *raha*. Niinpä, kaikki maksaa. Mutta oletteko miettineet minkä lisäarvon, myös taloudellisen, se tuo teille? Muotoiltu tuote lisää aivan varmasti tuotteenne arvoa. Kun tuote on sekä materiaaliselta että immateriaalisilta ominaisuuksiltaan hyvin suunniteltua, voitte pyytää siitä suuremman hinnan, jonka kuluttaja maksaa kun tietää saavansa vastinetta satsaukselleen. Yhtälailla työpaikan yhteiset hetken saunanlauteilla tai liukumäessä, auttavat työntekijöitä jaksamaan. Tutkittua kun on, että jos työntekijällä on hyvä mieli, jaksaa hän töissään paremmin ja tätä kautta tekee mielellään töitä, myös tehokkaammin.

Raha on myös laajempi kysymys. Valtioiden tulisi tukea tehokkaammin luovaa taloutta. Ongelmana usein on halu olla ”yhteisen linjan Euroopassa” ja pelko erottautumiseen on suuri. Muutostahti on nykyisin kuitenkin huikea. Trendit tulevat ja menevät ja ihmisten ajatuksen ovat hetken samassa ja kohta jo seuraavassa. Ennakointi on täten hyvin vaikeaa. Ennakointi on kuitenkin hyvin tärkeä taito. Täytyy yrittää pysyä ajan mukana ja kiinni vallitsevissa trendeissä. Tässä kohdassa oma luova hulluus ja kyky olla erilainen tulevat kehiin. Sillä luomalla jotain täysin massasta poikkeavaa olet luomassa trendejä. Kun pystyt luomaan yhden uuden innovaation, on sinulla hyvät lähtöasetelmat luoda seuraava. Tämä kuitenkin edellyttää jatkuvaa valppautta ja avoimuutta uusille ajatuksille ja ideoille. Nokia kaatui tähän, kyvyttömyyteen ja uskalluksen puutteeseen luoda täysin uudenlaisia tuotteita. Ennustaminen ei ole sinällään mahdollista, mutta avoimuus tulevia trendejä ja suuntauksia kohtaan on. Mikäli asenne ei ole halu olla koiravaljakon ensimmäinen koira, on aivan sama olla olematta mitään. Jos haluat vain tuoda leivän omaan pöytään ja tulla vähällä toimeen, on se aivan hyväksyttävää. Mutta jos haluat olla kärjessä ja saada enemmän, on asenteen oltava sen mukainen. Olkaa kiinnostuneita asioista, ottakaa selvää, seuratkaa mediaa ja olkaa kiinnostuneita.

Yhteiskunnan tulee tukea innovoijia ja ideanikkareita, heitä jotka kehittävät uusia tapoja toimia ja toteuttaa. Heidän lisäksi yhteiskunnan tulee tukea myös sitä, että syntyneet ajatukset ja ideat pääsevät käytännön tasolle. Me tarvitsemme valmiita, myytäviä tuotteita ja palveluita. Kehitystyö on kuitenkin useimmiten hidasta ja se on yksi suuri ongelma. Me kehitämme, kehitämme, kehitämme, ideoimme ja kehitämme. Puoli vuotta meni että hujahti mutta edelleen me vain kehitämme. Tahti pitäisi olla paljon nopeampi. Kehitystyötä ja siitä mahdollisimman nopeasti testausvaiheeseen ja jos on vähänkään potentiaalia niin sitten tuotantoon. Jos jokin asia ei toimi, niin sitten otetaan askel taaksepäin, parannetaan ja hiotaan ja kokeillaan uudestaan. Epäonnistumisen pelko on meillä pohjoisissa maissa aivan valtava. Mitä sitten jos epäonnistumme, elämä ei siihen kaadu. Uusi vaihde päälle ja kokeillaan uudestaan. Niin kauan kuin projektinhallinta ja talous pysyy järkevissä muodoissaan ei meillä ole mitään ongelmaa. Kukaan ei halua ostaa ideoita vaan niistä johdettuja toimivia toteutuksia. Luova hulluus, yritysvetoinen osaaminen ja yhteiskunnan vahva tuki. Tässä on tarvittavat taikasanat.

Mitä erityistä meillä täällä pohjoisessa sitten on mitä etelässä ei ole. Järki ja rauha. Ihmiset ovat empaattisia, jalat maassa käveleviä yksilöitä, joita ympäröi rauhallinen mutta ankara ja samalla inspiroiva luonto. Jos keski-eurooppalainen muotoilija saisi päättää työskentelisikö hän kuukauden mieluummin Helsingissä vai Lapissa, samoilla puitteilla, luulen että hän valitsisi Lapin. Mikä on hienompaa kuin elää kehittyneessä sivistysvaltiossa, mutta kuitenkin omassa rauhassa, huikeassa ympäristössä.

Me tarvitsemme täällä yhteistyötä. Osaamista, tietotaitoa ja infraa on, mutta niiden jouheva yhteistyöfoorumi puuttuu. Insinöörien pitää kyetä yhteistyöhön muotoilijoiden kanssa, korutaiteilijoiden sarjavalmistajien kanssa, rahtiliikenteen pientuottajien kanssa. Kalottialueella on valtava potentiaali olla luovan talouden keskus yhdessä kaivosteollisuuden ja matkailun kanssa. Näiden on pystyttävä elämään rintarinnan, yhteistyössä. Kaikki näistä tarvitsevat luovaa hulluutta menestyäkseen, toiset enemmän ja toiset vähemmän. Menestyäkseen luova idea vaatii tietyn uutuusarvon, toimivan ansaintalogiikan, hyvän osaamisen ja valmiuden kehitystyöhön sekä tietenkin asiakkaan. Aivan kuten kaikki, myös luovan hulluuden hyödyntäminen vaatii satsauksia ja investointeja, siksi julkisen sektorin tuki on tärkeää, niin taloudellisesti kuin esimerkillisestikin.

Myös julkinen hallinto voi hyödyntää luovaa hulluutta ja muotoilua. Britanniassa on Design Council, jonka tehtävänä on etsiä muotoilun avulla ratkaisuja julkisiin ongelmiin. Esimerkkinä Britanniassa yleiset pubitappelut, joissa toista osapuolta lyödään tuopilla, jolloin tulee isoja haavoja lasinsiruista. Design Council kehitti tuoppeja siten että ne olivat edelleen lasia, mutta hajotessaan ne muuttuivat pienempiä palasiksi jotka eivät aiheuttaneet samalla tavalla haavoja ja täten terveystuotteen kuluihin tuli selvä säästö kun tappelujen uhreja ei tarvitse enää samoissa määrin paikata.

Nyky maailmassa vallitsevia arvoja ovat luontoystävällisyys, ekologisuus, trendikkyys ja laatutietoisuus. Ihmiset ovat yhä kiinnostuneempia siitä mistä tuotteet tulevat, kuka ne tehnyt, mistä ne on tehty ja kuka muu niitä ostaa. tarinat kiehtovat. Pohjoisen toimijat voivat luoda oman tarinan Kalottialueille. Se alkaa luovuudesta. Se alkaa hulluudesta. Se jatkuu pitkäjänteisyydellä ja kauaskantoisuudella. Se päättyy onnelliseen loppuun. Ja matkan varrella se inspiroi satoja muita kehittämään omaa tarinaansa, jotka yhdessä luovat Kalottialueen tulevaisuuden.