

Sámekultuvrra mearkkašumit duoji brándahuksemis

SIGGA-MARJA MAGGA

Oulu universitehta

Artihkal guorahallá, mo duodjefitnodagat huksejit bránddaideaset ja mo bránddat oassálastet sámekultuvrralaš ságastallamiidda. Kultuvrralaš dovdamuš hukse bistevaš fitnodatdoaimma, mainna jođiha gálvvu buorebut sihke ruđalaččat ja ehtalaččat. Vuolggasadjin lea kultuvrralaš brándateoriija. Dán guorahallama vuodđun leat golbma duodjefitnodaga jearahallama. Jearahallamat leat brándagenealogiija metoda mielde analyserejuvvon, nugo fitnodaga historjá, sosiála ja kultuvrralaš birrasat, mat leat brándahuksema vuodut. Dutkamušas boahtá ovdan, ahte kultuvrralaš duodjebránddat leat aktiiva doaibmit sámeservodagas. Dat speadjalastet gávppálašvuoda bokte duoji árvvuid, nugo duddjondáiddu ja luondduoktavuoda árvvuid, muhto maiddái oktagaslašvuoda ja dásseárvvu ideologaid. Dát brándadutkamuš váldá maiddái vuhtii sámekultuvrra rašes beliid, maidda bránddat eai njuolga háliit čujuhit.

Fáddásáni: bránda, brándahuksen, brándagenealogiija, duodji, duodjegávppit, kultuvrralaš duodjebránda, sámekultuvra

1. Álggahus

Dán artihkkalis dutkkan sápmelaš duodjegávppiid *bránddaid* ja *brándahuksemaid*, maiguin dat vigget jođihit duoji buorebut. Bránda lea fitnodaga váldojurdda dahje guovddáš árvu, mii lasihuvvo konkrehta vuovdingálvvuide brándahuksenproseassas. Bránda sáhtá leat vuovdingálvvu namma dahje dat oidno gálvomearkkas ja interneahhtasiidduid hábmemis.

Duođji lea álo leamašan gávpegálvu, muhto dán áigge sápmelaččat ja earátge suitet oastit eambo dujiid ja duodjeávdnasiid go dolin. Duođji maid oidno eambo daningo birra Sámi leat iešguđetlágan sámedáhpáhusat lassánan ja sosiála mediat jođánit viiddidit dieđu duoji birra. Dálá duodjegilvohallamis duojárat ja duodjegávppit háliidit báitit joavkkus ja leat sierraláganat. Danin dat vigget hukset bránddaid alcceaset. Bránda lea fitnodaga reaidu vuovdalit gálvvuid. Dat addá gálvvuide lasseárvvu ja oastái ákka oastit juste dihto bránddaid iige daid gilvaleaddji gálvvuid. Dasa lassin dat maid čatná fitnodaga ja ostiid oktii, daningo

bránda symbolisere fitnodaga kulturipmárdusa ja -máhtu vuovdingálvvu hárrái. (Askegaard 2006; Kapferer 2012; Schroeder 2009.)

Brándadutkamát, mat gusket eamiálbmogiid dujiide, leat dahkkon oalle unán. Eamiálbmogiid giehtadujiid (eang. *arts and crafts*) vuovdin turisttaide lea goit veháš dutkojuvvon. Earret eará Wethey (2005) ja Sullivan (2013) leaba čállán eamiálbmotnissoniid mátkemuitoduddjoma birra. Sudno goappašagaid mielas turisttaide duddjojuvvon duojit leat earálárganat go árbevirolaš duojit, maid eamiálbmoga lahtut ieža geavahit. Dainna lágiin searvvuš ja ovttaskas duojárat sáhttet kontrolleret dan maid sii háliidit kultuvrrasteaset vuovdit. Nubbi sivva sirret turistagálvvu ja iežas atnui oaivvilduvvon duoji lea ekonomalaš. Árbevirolaš duojit sáhttet leat ila divrasat turisttaide: Dat eai jođe, eaige dat dalle buvttedoarváid dietnasa duojáriidda. (Coronado 2014: 14; Sullivan 2013: 117; Wethey 2005: 22–23.)

Pietikäinen ja Kelly-Holmes (2011) ja Dlaske (2014) leat čállán giellasosiologalaš dutkamušaid Anára mátkemuito- ja sámeduodjegávppiid duodjegilkorastimiid ja daid giellaválljejamiid birra. Gilkor lea unna gálvomearkkaš, mii giddejuvvo duodjái. Das lea dávjá haddi, duojára namma ja moadde sáni su birra. Pietikäinen ja Kelly-Holmes (2011) ja Dlaske (2014) čájehit ahte gilkorastin hukse dujiide sierralárgan eaktivuoda dásiid. Mađe eambo «auteanttalaš» duodji lea báikkálaš dásis, dađe dehálit lea mitalit duoji birra ostiide, geat bohtet servoša olggobealde. Báikkálaš olbmuid ii dárbaš dutkiid mielde duodaštit duoji eaktivuoda seamma ládje go turisttaide, geat eai dovdda dujiid.

Wethey (2005) ja Sullivana (2013) dutkamušat sirrejit eamiálbmoga lahtuid árgabeaivvi ja dujiid vuovdima sierra máilbmin. Seamma váttisvuolta lea maid Pietikäinena ja Kelly-Holmesa (2011) ja Dlaske (2014) čállosiin. Dat čatnet oktii duoji brándahuksema ja servodatlaš giellapolitihka, muhto eai váldde vuhtii eará sámeservodatlaš proseassaid eaige sápmelaččaid iežaset dárbbuid. Dála kultuvrralaš brándadutkamušat goittotge čájehit, ahte gávppálaš bránda ja ealli kultuvra gulahallet ja ožžot inspirašuvnna nuppit nuppiin. Kultuvrralaš brándadutkan oaidná brándda sosiála ja kultuvrralaš konstrukšuvdnan: Bránda doaibmá olbmuid, gálvvuid ja sosiála birrasa vuorrováikkuhusas ja hukse symbola dásis mearkkašumiid dan vuorrováikkuhussii. (Banet-Weiser 2012; Hartmann & Ostberg 2013; Holt 2004; 2006; Kapferer 2012; Mukherjee & Banet-Weiser 2012.)

Kultuvrralaš brándadutkan veahkeha čalmmustahttit fitnodaga geahčanguovllu kultuvrii, daningo bránda oassálastá kultuvrralaš diskurssaide.

Lean beroštuvvan das, mo duodjefitnodagat vuovdalit sápmelaččaid oktasaš duodjekulturárbbi, mii lea šaddan dehálaš kultuvrralaš symbolan. (Magga 2014.) Dát artihkal ohcá vástádusa gažaldagaide: Makkár bránddaid duodjefitnodagat huksejit ja mo fitnodagat bránddaideasetguin oassálastet sámekultuvrralaš ságastallamiidda? Dutkkan maid mo brándadutkan heive sámekultuvrralaš proseassaid guorahallamii. Lean dutkan golmma sámi fitnodaga brándahuksemaid: Samekki Anáris, InKa duodji -gávppi Kárášjogas ja Stoorstálka-gávppi Johkamohkis.

Dán dutkamušas dujiin oaivvilduvvo árbevirolaš ipmárdusa mielde luonddumateriálas ráhkaduvvon atnugálvu, muhto maiddá gálvu mii lea duddjojuvvon smávvaindustriija vugiin mehtergálvun. Duodji ipmirduvvo das maiddá viidát proseassan masa gullet ávnnasteapmi, duddjon ja gárvodeapmi. Duodji ipmirduvvo maiddá sosiála institušuvdnan, mii doaibmá kollektiiva duodjenorpmaid vuodul. Sosiála institušuvdna stivre, ráddje ja ovddida duoji geavaheami olbmuid gaskasaš gulahallamis. (Magga 2014.) Duodjefitnodagain fas oaivvilduvvo dakkár doaibma, mas duodjedáidu ja -máhttu leat ovdánan gávppálaš máhttun, namalassii gánnáhahti duodjebuvttadeapmin, vuovdimin ja duoji odđasit hábmemin (gč. Beltrán & Miguel 2014: 41). Duodjegávppit vuvdet dujiid lassin duodjeávdnasiid ja eará gálvvuid ostiid dárbbuid mielde.

Lean huksen artihkkala nu, ahte vuos suokkardalan, mii lea kultuvrralaš brándadutkan. Dan maŋŋil analyseren brándagenealogiija metoda mielde fitnodagaid brándahuksemaid. Duodjebránddat leat juhkkajuovvon golmma fitnodaga mielde daningo juohke brándahuksen vástida iežaslágan gávppálaš ja kultuvrralaš dárbbuide ja danin gáibida sierra fuomášumi. Loahpas geahčan kultuvrralaš mearkkašumiid brándahuksemaid.

2. Kultuvrralaš bránda teoriijan ja metodon

Brándahuksen lea proseassa, mas fitnodahkii huksejuvvo dihtolágan beaggin, identitehta ja muiťalus das, makkár árvvuid gálvvut ovddastit. Go fitnodagas lea čielga identitehta dahje oaidnu das, mat leat dan árvvut ja ulbmilat, de dat bastá buorebut vuovdalit ja plánet boahhteáiggi vuovdalanstrategiijaid. Bránda lea lohpadus oastái, ahte go son oastá gálvvu, de gálvui laktojuvvon muiťalus doarju su identitehta. Oasti goittotge vállje, maid bránda sutnje persovnnalaččat mearkkaša. Danin bránda lea dynámalaš, iige fitnodat sáhte dievaslaččat stivret

bránda symbolalaš sisdoalu. Brándahukse- mii gullet earret eará gálvomearkka ráhkadeapmi, gávppiid visuála atmosfeara, áviisačállosat fitnodagaid birra ja márkastinkampánjjet sosiála medias. (Banet-Weiser 2012: 4–7; Holt 2004: 3; Kapferer 2012: 4.)

Douglas Holt (2006: 358) lea čájehan stuorra ikonalaš bránddaid – *Nike, Coca Cola, Jack Daniels* – guoskevaš dutkamušainis, ahte dat leat dárbbášan olles oarjemáilmmi gávppálaš kultuvrra, nugo máidnosiid, filmmaid, media ja vuollekultuvrraid veahki vai leat šaddan stuorra ja viidát dovddus brándan. Bránda oažžu sisdoalu das, mii kultuvrras dáhpáhuvvá, mat leat olbmuide dehálaččat ja makkár áššiid olbmot atnet árvvus. Danin bránda lea kultuvrralaččat ja sosiála- laččat huksejuvnon konstrukšuvdna, mii ovddasta kultuvrra sierra diliid ja mii mielddisbuktá, ahte go dutká bránda, de dutká maid kultuvrra. (Askegaard 2006; Holt 2004.)

Go lea sáhka duodjebránddain, de galggašii dutkat mo sámeservodat ja dan kultuvrralaš proseassat oidnojit bránddain, nappo makkár muitalusaid bránda muitala duoji birra. Duodjái leat huksejuvnon gávppálaš sivaid dihte *Sámi duodji* -mearka ja dasa gullevaš njuolggadusat jo 1950-logu rájes. Duodji ieš leage oalle nana bránda, mii ovddasta ja symbolisere sámiid árbevirolaš kollektiiva árvvuid. Duodjái leat maid laktojuvnon ođđa árvvut – kultuvrralaš ja sosiála konstrukšuvnnat – mat leat šaddan ealáskahttinproseassaid áigge ja diđolaš brándahuksema oktavuodas. (Gč. Guttorm 2010; Hyltén-Cavallius 2014; Magga 2012.)

Bránda lea konstrukšuvdna, mii oažžu sisdoalu eará kultuvrralaš buktagiin. Danin bránddaid galggašii dutkat ovttas eará kultuvrralaš ja gávppálaš doaimmaiguin. Ovdamearkka dihte fitnodaga visuála hámit, buktagat ja vuovdalanmateriálat leat semiotihkalaš geavadat, mat muitalit juoidá kultuvrra birra. Dat leat dasto vuodđun brándahukse- mis. (Hartmann & Ostberg 2013: 889; Holt 2006: 359; Machin & Thornborrow 2003: 454.)

Dán dutkamuša vuodđun lea kvalitatiivvalaš materiála, mii lea čohkkejuvnon mánggabealat etnográfalaš metodain: jearahallamiin, áicamiin ja interneahhtasiidduid dutkamiin. Lean jearahallan loahppajagis 2013 Samekki oamasteaddji Petteri Laiti dahje Mihku Biehtára, InKa duoji oamasteaddji Inga Porsangera dahje Ivvár Máret Inggá ja Stoorstálka eaiggát guoktá Lotta Willborg Stoorra ja Per Niila Stálka. Lean dutkan sin vuovdingálvvuid, vuovdalanmateriálaid, interneahhtasiidduid, duodjegávppiid ja daid birrasiid.

Lean heivehallan brándadutki Douglas Holta brándadutkanmetoda, man son gohčoda brándagenealogiijan (eang. *brand genealogy*) (Holt 2004; 2006). Brándagenealogiijain Holt oaivvilda analysa das, mo ja makkár konteavsttas bránda šad dá (Holt 2006: 359). Brándda symbolihkka analyserejuvvo bálddalagaid fitnodaga historjjálaš duogážiiguin ja eará dáhpáhusaiguin mat huksejit mearkkašumiid brándii. Nugo Holt (2004: 224) lohká, buot bránddat eai leat seamma fámoláččat, daningo dat eai guotte seamma fámoláš mitalusaid. Leange das dorvvastan iežan duodjegietti dovdamuššii ja válljen fitnodagaid, mat mu oainnu mielde huksejit čielga brándamitalusaid. Dutkamuš ii vikkage mitalit buot duodjebránddaid birra, muhto golmmain ovdamearkkain čájehan, mo kultuvrralaš bránda doaimá.

Duodjefitnodaga vuovdingálvvut ja oamasteaddji jearahallamat huksejit dihto gaskavuodaid eará gávppálaš bránddaide ja kultuvrralaš dáhpáhusaide. Lean geavahan diskursaanalysametoda go lean jearahallamiin ohcan sitáhtaid, main leat sámekultuvrralaš dahje -servodatlaš konteavstta mearkkašumit. Das maŋŋá lean namuhan bránddaid dakkár gávppálaš terminologijja vuodul, mat mu dulkojumi mielde govvidit daid gaskavuodaid ja konteavsttaid. Lea fuomášan veara ahte lean dutkin okta doaimmi, gii lea mielde hukseme fitnodaga brándda. Mus lea goittotge ovddasvástádus dahkat dan nu, ahte dat ii vahágahte fitnodagaid beag-gima dahje ruđalaš doaimma, iige duojáriid sajádagaid iežaset sámeservodagaid lahttun. (Kuokkanen 2009.) Dán brándadutkamuša ulbmilin ii leatge vuovdalit fitnodagaid, muhto kritihkalaččat buktit ovdan sámeservodaga mearkkašumiid brándahuksemis. Buot fitnodateaiggádat leat ožžon vejolašvuoda lohkat artihkka-la vuosttaš veršuvnna ja kommenteret dan. Ii oktage fitnodat leat kommenteren dutkanproseassa.

3. Samekki luxusbránda

Samekki lei Suoma bealde vuosttaš priváhta sámeduodjegávpi, mii dušše vuovdii sámedujiid. Mihku Biehtár dahje Petteri Laiti vuodđudii Samekki jagi 1984 ja doallagođii gávppi Anára gili boarráseamos hirsadálus. Son bázi ealáhahkii 2015 geasi ja su bárdni Mihku Biehtár Sami Ásllat dahje Sami Aslak Laiti jođihis-gođii fitnodaga. Samekki váldoduojit leat leamašan silbasoljjut, -roahkit ja -čijat, čoarvedohppaniibbit, vuodjaskáhpud, guvssit, gárit ja eará báhkke duojit. Lean

válljen gohčodit Samekki brándda *luxusbrándan*. Manin Samekki lea luxusbránda? Dat analysa guoská Samekki doibmii dalle go Mihku Biehtár ieš jođihii gávppi.

Luxus-doahpaga geavaheapmi duoji oktavuodas ii leat dábálaš, daningo luxus ipmirduvvo dávjá dárbbasmeahttumin ja badjelmearálažžan árgabeaieallima birgema ektui (Dubois ja earát 2001: 15). Árbevirolaš sámeduodjái čadnojuvvojit fas dávjá dárbbu ja geavatlašvuoda árvvut. Nugo Linda Turunen (2015: 55–61) čájeha, bránda šaddá luxusin dihto sosiála ja kultuvrralaš konteavsttas, gos vuovdingálvu symbolalaš árvu, auteanttalašvuoha ja individuála vásáhusat deaivvadit. (Gč. maddái Dubois ja earát 2001; Kapferer & Bastien 2009.)

Samekki brándahuksen vuolgá johtui Mihku Biehtára persovnnalaš duojárduogážiis ja áigodagas goas son álggahii duodjefitnodaga. Son lea golle- ja silbarávdi, duodjepolitihkkár, -oahpaheadji ja -aktivista. Mihku Biehtár lea bálkkašuvvon mángii duoji ovddideami dihte. Earret eará Lappi oahpposoahpamušguovddáš juolludii sutnje *Jagi 2013 bargosadjeskuvlejeaddji* -bálkkašumi, daningo son lea olu skuvlen iežas fitnodagas nuorra duojáriid ja oahpahan iežas bártni duojárin. Son oaččui maid Suoma stáhta hábmenbálkkašumi *Vuoden kotiteollisuuspalkinto*, dálá *Design state award*, jagi 1989 alla kvalitehta duoji dihte. (Hyrsky 2012: 196; YLE Sápmi 8.5.2015.)

Mihku Biehtár lei mielde vuodđudeame dálá Sámi duodji -searvvi jagi 1975 ja Suoma Sámi Dáiddasearvvi jagi 1992. Son barggai guhká duodjesearvvi sátnajođiheaddjin ja ovttas eará lahtuiguin doalai duodjekurssaid, ordnii duodječájáhusaid ja gozihii duoji kvalitehta. Son čohkkái maid guokte válgabaji Suoma sámedikki kulturlávdegottis. (Hyrsky 2012: 104–106; Magga 2012: 220.) Etnopolitihkalaš aktivisma 1970-logu rájes, masa Mihku Biehtárge oassálasttii duoji oktavuodas, lasihii sápmelaččaid gávtti, silbačijnaid ja eará dujiid geavaheami. Turismma lassáneapmi Davvi-Suomas váikkuhii bealistis mátkemuitovuovdimii, go turisttat oastigohte hálbbes mátkemuittuid lassin maddái árbevirolaš dujiide. 1970- ja 1980-logut ledje Suomas sihke sámiid etnalaš didolašvuoda ja olles Suoma servodaga ekonomalaš šattadeami áiggit. Mihku Biehtár oinnii, ahte vaikko mánggat sámit vázze duodjekurssaid, de duojit johte eambo go maid duojárat gerge duddjot:

Mun oidnen, ahte ii dat veahket. Mun ferten ovdamearkka dihte čájehit, ahte dainna duddjomiin sáhtta maddái ealihit iežas. [...] Mus lei dan mađe diehtu ja háliidin dasto nanosmahttit ja dakko bokte vuolgat gállit dan obbasa mii lei

ovdan. [...] Ohcen olles fárttain dakkár vistti, ahte dat jo olgguldas jo addá ráma daidda bargguide. Nugo távvalis leat rámat, nu dat biras jo muitala makkár duojit leat. (Mihku Biehtár 2013.)

Mihku Biehtára ostiid, mat ledje sihke sápmelaččat ja turisttat, dárbbut bohte konkretalaččat oidnosii duodjekurssaid ja duodječájáhusaid bokte. Mihku Biehtárii šattai duojár- ja oahpaheaddjiduogáža dihte čielga oaidnu das, makkár dujiid sápmelaččat ja turisttat dárbbashedje ja makkár birrasis gávppálaš dujiid gánnáhii vuovdit. Su fitnodat Samekki šattaige *ateljén* dahje báikin gos olbmot sáhtte oaidnit duojára duddjoma ja oahpásnuvvat dujiide, mat ledje gávppis oidnosis. Samekki biras lea Anáris hui earenoamáš. Hirsastobu lassin šiljus leat áiti, fanassuodji ja goahti, ja daid birra lea čáppa gieddi. Seammalágan auteanttalaš ja lunddolaš birrasa eai gili eará duodje- ja suveniiragávppit leat bastán hukset. Samekki auteanttalaš biras hukse vássánáiggi nostalgiija, daningo árbevirolaš ja lundui čatnasan eallimis lea nana symbolalaš árvu sámekultuvrras.

Etnopolitihkalaš aktivisma čanai sápmelaččaid árbevirolaš eallinvuogi ealáskahttima sakka sámiid kollektiiva identitehtii (Eidheim 1997: 41). Mihku Biehtárii dát eallinvuohki lei oahpis jo mánnávuoda rájes, ja čeahpes gávpeolmájin son čanai dan árvvu Samekki brándii. Nostalgiija lea luxusa guovddáš oassi, go dat hukse myhta kultuvrras, mii lea rievdamo dahje lea jo rievdan árbevirolaš kultuvrras ođđaágásaš kultuvran. Dat rievdan ii galgga goittotge vuhttot Samekki bránddas, baicce bissut auteanttalažžan rivtteslágan birrasis. (Gč. Holt 2004: 39; Kapferer 2012: 217.)

Samekki oastit ledje báikkálaš sápmelaččat ja turisttat, geat bohte Anárii gidđat, geasset ja čakčat. Stuorra oastijoavku ledje dábálaš fitnodagat, mat dingojedje dujiid fitnodatskeančan.

Dárbbut leat turisttaiguin earát go sápmelaččaiguin. Dat eai dárbbas daid stuorra soljjuid. (Mihku Biehtár 2013.)

Sápmelaččat oste eanas silbadujiid, mat ledje atnudojit. Turisttat ja fitnodagat oste čoarve- ja báhkkedujiid. Silbaduojit válbmanedje jođánit ja daid Mihku Biehtár duddjui dađistaga go báikkálaš olbmot dárbbashedje. Go Samekki doaimmai Suoma sámeaguovllu guovddážiis, de dat ii dárbbasán sápmelaččaide bidjat nu olu vuovdinnávccaid. Eará silbaduojárat eai gávdnon ja olbmot muđuige

dovde Mihku Biehtára silbbaid. Guvssiid ja niibbiid son vuoddii eanas dingojumiid vuodul, nu ahte daid dujiid eai sáhttán gávndat gávppi hilduin. Oasti galggai dingot daid ja vuordit dassái go duodji lei gárvvis:

Mun lohken [garra duoji oastái], ahte jos mun gávnnan dan vuogas čoarvvi dahje vuogas báhki, don oaččut. Muhto it ovdalgo mun gávnnan dan materiála. [...] Háliidedjen váldit dušše dingojumiid vuostá. Dáppe lea dálvi jaskes áigi, mun beasan ráfis daid bargat ja oastit ožžot vuordit jos dat háliidit ja jos eai duđa dasa, ahte šaddet vuordit, de dat eai dárbbas dan. (Mihku Biehtár 2013.)

Luondumateriálas duddjojuvvon gálvu lea dábálaččat dakkár mas ii gávndno kopijja, nubbi seammalágan bihttá. Go Mihku Biehtára duddjonlatnja lei rabas maid ostiide, de sáhtii son duddjodettiin ja vuovddidettiin mitalit duoji birra. Dakkár vuorrováikkukhus oasti ja duojára gaskkas gullá Samekki brándii. Oasti oazžu duoji lassin juoidá earenomážiid: mitalusaid beare sutnje su dingon duoji birra. Luxusbrándda konteavsttas mitalus čatná oktii árbevirolaš dieđu, luonddu ja duoji. Jos oasti dohkkeha guhkes vuordináiggi, de son šaddá iešge oassin dan mitalusas, oassin luonddus, mii lea sápmelaččaid guovddáš árvu. Mihku Biehtára alla kvalitehta duojit leat divrasat, ja su eallinvuohki ja persovnnalaš sámi historjá huksejit Samekki brándii lasseárvvu, man ii sáhte eará duodjegávppiin fáhtet. Mihku Biehtár lohká iežas gilvaleddjiid birra ná:

Dakkárat eai leat. Olbmot eai gille ná viidát bargat. [...] Olbmot eai leat bajásšaddan njulgestaga gilvvu dujiin. (Mihku Biehtár 2013.)

Samekki-gávppi luxusbránda lea huksejuvvon alla kvalitehta dujiiguin, duodjestobu nostalgijain ja Mihku Biehtára persovnnalaš attáldagaiguin. Dakkár duojárat geat máhttet duddjot finna čoarve- ja báhkkedujiid ja vel máhttet vuovdalit daid, eai olu leat. Samekki luxusbránda oassálastáge guovttelágan sámeservodatlaš ságastallamii: Dat čalmmustahttá alla dási duoji ja árbevirolaš duddjoma árvvu sámekultuvrras. Nuppi dáfus dat mitala eahpenjuolga mitalusa dakkár duodjeárbevieru rašesvuodas. Dat lea sihke ruđalaš ja kultuvrralaš dáidu, man dušše muhtumat máhttet.

4. InKa duodji -gávppi *prêt-à-porter*-bránda

Ivvár Máret Ingá dahje Inga Porsanger lea duojár, gii lea olu duddjon ja gorron gávttiid olbmuide. Son ráhkadišgođii čuolddabáttiid mašiinnain jagi 1997 ja álggahii iežas fitnodaga InKa (namma lea oanádus namas Inga ja nuppi eaiggáda namas Karl Teigen) duodji AS jagi 2002. Ivvár Máret Inggá váldodojujit leat mašiinnain čuldojuvvon báttit – holberavddat, vuoddagat ja boahkánat – eanas Kárášjoga ja Várjjaga guovlluid málliid mielde. Son maiddái hábme designgávttiid mat sulastahttet Kárášjohguovllu gávtti. (InKa duoji neahttasiidu.) Jagi 2010 son huksehii Kárášjoga guovddáži ođđa duodjegávppi, gos son vuovdá iežas dujiid lassin maiddá duodjemateriálaid nugo ulloláiggiid, silkkiid ja láđđiid. Gohčodan InKa duodji -gávppi bránda *prêt-à-porter*-brándan. Manin?

Prêt-à-porter boahdá fránskkagielas ja mearkkaša 'cokka badjelii gárvvu'. Dainna oaivvilduvvo dakkár bivttas, mii lea standárda mihtuiguin ráhkaduvvon, muhto lea goittotge individuála ja fárdđalaš. *Prêt-à-porter*-biktasat leat mašiinnain ráhkaduvvon nu ahte daid haddi ii šatta nu divrrasin go luxusa. (Reinach 2005: 47–48.) InKa duodji -gávppi *prêt-à-porter*-brándahuksen álgá jo stobu hábmemis. Gávppis leat šerresalit seainnit ja finjudáhkki. Olgouvssa bajabealde lea lássasárrasis ráhkaduvvon rukses guovdi. Guovdi lea badjel golbma mehtera allat ja dat lea Kárášjoga nissongahpira hápmásaš. Ivvár Máret Ingá lohká, ahte visti galgá olggos guvlui mitalit, ahte son duddjo Kárášjohguovllu nissondujiid ja vuovdá materiálaid dan guovllu dujiide. (NRK Sápmi 8.12.2010.) Duodjegávpi bokta jo šiljus dovddu ođđaígásaš eallinvuogis, mii bránda geahčanguovllus čujuha «dábálaš» olbmuid ruđalaš resurssaid lassánepmái (gč. Bourdieu 1984). *Prêt-à-porter*-bránda vuodđuduvvá čavgadit gávpeolmo kultuvrralaš dihtui ja máhttui, muhto das leat fárus ruđalaš ja gánnáhahttimii gullelaš aspeavttat (Reinach 2005: 47–48, 54). Ivvár Máret Ingá dovđáge gietti gos son bargá:

Dál lea gáktegeavaheapmi olu eanet. [Dolin] mis ii lean ruhta duddjot, mis ii lean ruhta goarrut gávttiid. Dán áigge lea olbmui olu eanet ruhta. Munno fitnodat lea dagahan ahte nissonolmo vuoddagat leat várra 40 iešguđetlágan. Munno fitnodaga haga dat ii livčče vejolaš. Dat livčče várra moadde, muhto ii nie mo dál lea. [...] Go mis leat institušuvnnat ja politihkkárat, dat geavahit gávttiid, dat oidno olu eambo gákti dál go ovdal. (Ivvár Máret Ingá 2013.)

Duodjevuodima eaktun leat olbmuid jábálduvvan, vuovdingálvvuid lassáneapmi ja ahte olbmot geavahit kultuvrralaš symbolaid almmolašvuodas. Sámepolitihkkáriid gáktegeavaheapmi addá sápmelaččaide posiitiiva signála gávtti birra ja maiddá veahki fitnodagaid duodjevuodimii ja brándahuksemii. Douglas Holt (2004; 2006) deattuha birastahti kultuvrra mearkkašumi brándahukseamis. Go dovddus olbmot – dás politihkkárat – geavahit gávttiid ja eará dujiid, de dat maid nannejit duodjebránddaid symbolalaš mearkkašumiid.

Ivvár Máret Ingá gohčoda su *InKa bånd* -nammasaš čuolddabáttiid mehtergálvun, daningo báttiid čuoldá mašiidna logiid, juobe čuđiid mehteriid. Olmmoš ráhkada báddái čoddagiid ja barggežiid nu ahte dat šaddá vuottan.

Munno vuoddagat ja boahkánat, diein ii leat historjá, muhto giehtačuoldda, das lea historjá. Dat lea gii nu čohkkán dainna. Munno vuoddagiin lea áidna historjá dat, ahte dat lea dáppe ostojuvvon. [...] Duon boahkána [čájeha boares láigeavi] siste lea duojára historjá, muhto mu vuoddagiin ii leat nie. Daid lea dušše mašiidna čuoldán. (Ivvár Máret Ingá 2013.)

Giedain čuldojuvvon báddi lea áidnalunddot danin, go das oidno duojára stiila dahje vuohki duddjot. Nubbi duojár čuoldá čavggabut ja nubbi loaččabut. Árbevirolaš duojis sáhtta muhtumin dulkot, gii lea dan čuoldán, makkár teknikka duojár lea geavahan ja nu ain. Vai olbmot sáhttet dulkot daid dieđuid, de galget sii guoddit kollektiivvalaš muittu, mainna diehtu sirdása duoji bokte ovddasguvlui. (Guttorm 2010: 48–49.) Ivvár Máret Ingá oainnu mielde mehtergálvu massá dakkár duddjomii gullevaš dieđuid ja norpmaid mat árbevirolaččat leat leamašan dehálaččat. Dan sáhtta dieđušge dulkot maid nuppi gežiid: Mehtergálvovuoddagat mitalit dálá sámeservodaga dilis dan, ahte olbmot eai čuoldde vuoddagiid nu olu šat go ovdal, eaige danin dovdda dan árbevieru.

Mašiinna čuoldin báddi šaddá álo seammalágan. Árbevirolaš dieđu massii lea gávppálaš perspektiivvas ipmirdahti čilgehus. Go fitnodaga ulbmilin lea olahit stuorát oastijoavkku, de servodaga siskkáldas norpmaid čuovvun menddo dárkilit dahká vuovdima veadjemeahttumin. Mašiinna čuoldin báttiid minstarat eai rievdda guovllu mielde. Duoji málle varieren dáhphuvvá láigeivnniid molsu-miin. (Magga 2014: 40; Wethey 2005: 20.) Muhto makkár historjja čuolddabáttit guddet jos eai árbevirolaš historjja, nugo Ivvár Máret Ingá fuomášuhtta? Mu

dulkojumi mielde su *designgávttit* dievasmahttet čuolddabáttiid vuovdima – ja historjjá.

Ivvár Máret Inggá designgávttit leat hábmejuvvon Kárášjoga guovllu árbevirolaš gávtti vuodul. Designgávtti vadjan ja holbi leat árbevirolaččat, muhto ivnnit, holbbi guhkkodagat ja jevdenvuogit leat ođđa hutkosat. (InKa's jubileum DVD 2012.) Olbmot háliidit heivehit liinniid ja vuoddagiid gáktái, nu ahte čuolddabáttiid lea álki jođihit, daningo olbmot geavahit eambo gávttiid ja eará sámebiktasiid. Designgákti heive dakkár atnui, gos olmmoš háliida gárvodit sámi vuogi mielde, muhto ii dárbbas čájehit gullevašvuoda dihto sohki dahje guvlui. InKa duoji designgávttiid geavahit olu olbmot geat eai vealttakeahtta leat Kárášjoga dahje Várjjaga guovlluin eret, daningo gávttiid ivnnit ja eará olgguldas hámit dušše sulastahttet daid guovlluid málliid. Dat viiddida duodjeostiid meari ja váikkuha sápmelaččaid identitehtahuksemiidda mat leat jođus Sámis.

Dat [gáktegeavaheapmi] lea rievdan go ovdamearkka dihte doppe Unjárggas leat hui ollu álgán nuorat geavahit gávttiid, dat leat hui duostagohtán geavahit eará ivnniid. (Ivvár Máret Inggá 2013.)

Unnit sápmelaš joavkut, nugo mearrasápmelaččat, anáraččat ja nuortasápmelaččat, leat ealáskahtán ja geavahišgohtán iežaset guovlluid gávttiid. Nugo Ivvár Máret Inggá lohka, de leat nuorra olbmot gergosat geahččaladdat ja iskat ođđa ivnniid ja málliid mat sáhttet spiehkastit duodjenorpmain. Dalle lea buorre jos duodjegávpi bastá fállat dujiid, mat eai ráddje olbmuid miela čujuhit viiddis sápmelašvuhtii symbolalaččat eaige divtte báikkálaš norpmaid bissehit sin.

InKa duodji -gávppi stohpu, mašinnain čuldojuvvon vuoddagat ja designgávttit leat seamma linnjás go prêt-à-porter-bránda, mii symbolisere duodjegeavaheami álkitvuoda: Vuoddagiid ja gávttiid ii dárbbas ieš máhttit duddjot, daningo daid oažžu válmmašin, ja árbevirolaš duodji sáhtta leat hui ođđaáigasaš ja norbmagaibádusain friija, muhto goittotge čavga gitta sápmelašvuodas.

5. Stoorstálka demokrátalaš designa bránda

Johkamohkis lea Stoorstálka-nammasaš gávpi, mii vuovdá earálgán duddjonmateriálaid nugo ulloláiggiid, bearraliid, njuikumiid, geabaid, ja gárvvuid nugo

náhkkeboahkániid, sistebevssaid, náhkkegápmagiid, t-báiddiid, ulloliinniid, luhkaid ja vuolppuid. Dat vuovdá maid dávviriid, maid sáhtta geavahit ruovttus, vaikko gievkkanis. (Stoorstálka neahttasiidu.) Gohčodan Stoorstálka duodjegávpin, vaikko buot vuovdingálvvut eai leat duojit. Duodjematerialaid vuovdin lea goittotge nu stuorra oassi gávppi doaimmas, ahte dan sáhtta gohčodit duodjegávpin. Dutkamušas gohčodan Stoorstálka brándda *demokrátalaš designan*, muhto jearaldat lea mo dat lea huksejuvvon ja mo dat lea demokrátalaš?

Stoorstálka-gávppi oamasteaba Lotta Willborg Stoor ja Per Niila Stálka¹ guovttos. Lotta Willborg Stoor lea duojár, gii lea váldán duodjeoahpu Sámiij áhpadusguovdásjis Johkamohkis ja lohkan sámegiela Sámi oahpahusguovddázis Anáris ja Uppsala universitehtas. Per Niila Stálka lea juoigi ja kulturbargi Ruota beale Sámis. Soai vuodđudeigga Stoorstálka-fitnodaga Stockholmmas jagi 2012, gos sudnos lei interneahhtagávpi. Soai fárrriiga jagi 2013 Johkamohkkái, gos rabaiga gávppi gili guovddázii. Willborg Stoor ja Stálka guovttos vuovdiba dujiid maiddá interneah-ta bokte. Sudno interneahhtasiiduin gávdno sierra linjka USA ja Kanada ostiide, daningo čuoldin lea doppe hui bivnnuhis astoáiggedoaibma. Dohko soai vuovdiba olu njuikumiid ja geabaid. Soai doallaba maid čuoldinkurssaid ja -čájáhusaid Sámis. (Stoorstálka neahttasiidu; Strukturum 2015.)

Seamma ládje go Samekki ja InKa duodji -gávppiin, de maiddá Stoorstálka-gávppi visuála hámis lea mearkkašupmi brándahukseamis. Gávpi lea gasku Johkamohki guovddáža ja gávppi stuorra čájáhuslásat rahpasit gili guvlui. Vuovdingálvvut, mat oidnojit čájáhuslásain olggos guvlui, rievddadit áigodaga ja jagiáiggiid mielde. Čájáhuslásaid čuovggaid, biktasiid ja dávviriid stellen ja fitnodaga nammagalba olgouvssa bajábealde sulastahttet stuorra gávpogiid bivt-tasgávppiid. Willborg Stoor ja Stálka² hálešteaba sudno fitnodatjurdagaga birra:

Mun oainnán, ahte moai letne dakkár unna, sápmelaš gálvogávppáš, gos olbmot gávdnet vaikko maid.³ (Willborg Stoor 2013.)

1 Leat soahpan geavahit dáid namaid sámenamaid sajis.

2 Willborg Stoor ja Stálka sitáhtaid, mat leat dán artihkkalis, lea artihkalčálli jorgalan ruotagielas sámegillii.

3 Jag ser oss mer som ett litet samiskt varuhus där man kan hitta båda den ena och den andra. (Willborg Stoor 2013.)

Sápmelaččaide márkanastin lea hui badjelgehččojuvvon ášši [...] Gáktegeavaheapmi lea hui nanus. [...] Mun háliidan, ahte olbmot sáhtášedje geavahit munno gálvvuid buot earáge beivviid go heajain, hávdáдемиin dahje ávvudemiin.⁴ (Stálka 2013.)

Willborg Stoor ja Stálka guovttos leaba dan oaivilis, ahte Stoorstálka galgá leat unna gávppáš, gos sápmelaččaid árgabeaivválaš dárbbut váldojuvvojit vuhtii. Sápmelaččat dárbbášit sudno mielde duodjeávdnasiid, muhto maiddái atnudáviriid. Dán rádjái gávpeolbmot eai leat sudno mielas atnán sápmelaččaid doarvá stuorra ruhtagolaheaddjjoavkun, masa gánnáhivččii sierra investeret dahje bidjat ruđalaš resurssaid. Soai háliideaba vástidit dan váilevašvuhtii ja bidjat sápmelaččaid árgabeaivválaš dárbbuid ovddemužžan. Olbmot sáhttet giesastit sámeulloliinniid čeabeha birra dahje coggalit náhkkeboahkána buvssaide. Maiddái ruovttu sáhtta hervet sápmelaš mearkkaiguin nugo láseliinniiguin dahje ulloránuin mat leat hervejuvvon sámi ornamentihkain ja ivnniiguin. (Stoorstálka neahttasiidu; Stoorstálka Instagram-siidu.)

Munno mielas sápmelaččat leat oaidnemeahttumat. Moai háliidetne ahte sii oidnojit. Moai háliidetne addit vejolašvuoda sápmelaččaide oidnot sin árgabeaivvis.⁵ (Willborg Stoor 2013.)

Brándadutki Douglas Holt lohka, ahte lihkostuvvan brándahuksen speadjalastá servodatlaš nuppástusaid dahje kultuvrralaš jorggáldagaid. Olbmot ohcet čovdosiid identitehta ráđđádallamiidda ja lihkostuvvan bránda addá vástádusa dasa. (Holt 2006: 358.) Willborg Stoor ja Stálka brándahuksen speadjalastá mu dulkojumi mielde Ruota sápmelaččaid historjjá, gos stáhta suddadanpolitihkka sirrii sápmelaččaid daidda geat leat boazosápmelaččat ja daidda geat eai leat (gč. omd. Lehtola 2015). Stuorra joavku Ruota sápmelaččain šadde oaidnemeahttumin. Sin giella jávkai ja sii eai oamastan bohccuid eaige gullan siiddaide. Dál Ruota servodat lea rievdan ja olbmot, geat eai ovdal čájehan sápmelašvuodaideaset,

4 Den här samiska marknaden den är ju enormt understimulerad marknad [...] Bruket av kolt är ju oerhört stark [...] Jag vill att vi ska kunna fylla en funktion för alla dom andra dagarna som inte är bröllop, begravning eller högtid. (Stálka 2013.)

5 Vi tycker att det samiska är osynligt, vi vill synliggöra det samiska. Vi ger en möjlighet för samer att synas i sin vardag. (Willborg Stoor 2013.)

leat huksegoahtán sámeidentitehtaideaset. Stoorstálka bránda viggá doarjut sápmelaččaid identitehtahuksema olbmuid árgabeaivvis fuolatkeahtá das, makkár sámejovkui olmmoš gullá dahje makkár kultuvrralaš dieđuid ja dáidduid son hálddaša. Willborg Stoor geavaha metafora *sámi marináda*, man lean dulkon govvidit Stoorstálka fitnodaga brándda árvvu:

Mun oainnán eambo, ahte mun geavahan sápmelaš hábmengiela, dahje ahte dat vuodđuduvvá dasa, mo mun dajašin, sámi marinádii.⁶ (Willborg Stoor 2013.)

Stoorstálka juohkebeaivválaš geavahussii oaivvilduvvon duodjeávdnasat, biktasat ja eará buktagat leat ollásit inspirerejuvvon sámemáilmmis: Gámabáttit leat seammaláganat go ruvdejuvvon sámebáttit, vuolppuid holbbit muittuhit Ruota davveguovllu gávtti holbbiid, gievkkanbiergasat leat hervejuvvon julevsámiid dahje lullisámiid hervenvugiiguin ja nu ain. Sámi marináda buktá sápmelaččaid oidnosii, muhto čiehká sihke sogaid ja guovlluid mihtilmas mearkkaid. Dalle sápmelašvuotta lea juohkehažžii seamma álkit olámuttus. Stoorstálka ideologiija ruohtasiid, mat vuodđuduvvojit dásseárvui, sáhtá ohcat Skandinávalaš buresbirgejumis ja dasa laktásan olbmuid dásseárvosaš eallinvejolašvuodas. Ruottelaš stohpogálgogávpí IKEA buvtii almmolašvuhtii demokrátalaš designa -doahpaga jagi 1995 stohpogálgomeassuin Milanos Itálias. Demokrátalaš designa ulbmilin lei hábmet alla kvalitehta dinggaid, maid ráhkadeapmi ja vuovdin eai galgan leat menddo divrasat ja hábmen galggai leat buohkaide heivvolaš. IKEA design ii galgan sirret olbmuid daidda geat suitet ja daidda geat eai suite oastit odđa designbuktagiid. (Edvardsson ja earát 2006: 235–236; Kristoffersson 2014: 66.) Per Niila Stálka geahččá árbevirolaš duoji sudno brándda ektui:

Duojis lea dihto sajádat Sámis, muhto dat lea maiddái hui divrras, dat máksá olu ja jos olmos ii leat giige gii goarru dahje jos ieš ii goaro, de šaddá dat divrrasin. Danin duodji muhtin ládje olggušta ja dušše muhtun olbmot suitet

6 Jag ser mer att jag använder det samiska formspråket eller att det grunder sig i det, vad man ska säga, en samisk marinad. (Willborg Stoor 2013.)

oastit duoji. Ja dat mearkkat, mat čujuhit sápmelašvuhtii, moai háliidetne daiguin čatnat olbmuid oktii, čatnat eambo olbmuid oktii.⁷ (Stálka 2013.)

Stálka hukse dás diskurssa gos demokrátalaš designa bránda sajáiduvvá luxusbránda vuostebeallin. Árbevirolaš duodji juohká dán oainnu mielde maiddái sápmelaččaid daidda, geat sáhttet ja geat eai sáhtte oastit árbevirolaš dujiid. Brándadutki Sarah Banet-Weiser (2012: 4–6) lohká, ahte kultuvrralaš bránda okta iešvuohta lea dan ruossalas oktavuoha eará brándaide. Banet-Weiser mielde bránddat ná gilvohallet auteanttalašvuođas ja vigget vuoigadahttit sajádagaset eará bránddaid ektui (ibid. 2012: 6). Demokrátalaš designa bránda dásseárvvu ideologiiija hukse eahpenjuolga diskurssa das ahte ila divrras duodjehaddi olggušta olbmuid ja lea eahpedásseárvosaš. Stálka huksen diskursa nappo legitimere demokrátalaš designa bránda dalle go kritisere luxusbránda, mii dan geahčanguovllus sirre olbmuid daid sámekultuvrralaš dieđuid ja máhtuid mielde.

Moai ean iežame mielas gilval dujiiguin, baicce moai gilvaletne Hennes ja Mauritiin, KappAhliin, dakkár buvttadeddjiiguin, mat buvttadit árgabeaivvi gálvvuid, maid sápmelaččat geavahit sin árgabeaivvis.⁸ (Stálka 2013.)

Hennes & Mauritz ja KappAhl, maiguin Stálka veardida Stoorstálka-gávppi, vuvdet olbmuid biktasiid, mat heivejit hámi ja hatti bealis stuorát ruhtagolaheaddji-jovkui. Stoorstálka ii vuovdde alla dási divrras dujiid nugo Samekki, iige gálvvuid, mat leat ovttaskas designgávttit, nugo InKa duodji. Stoorstálka konseptta sulas-tahtta stuorra, ruottelaš fitnodagaid, mat vuvdet biktasiid juohkeházzii govttolaš haddái. Dalle olbmot, geain ii muđui livčče várri oastit designgálvvuid, besset návddašit sihke designas ja kultuvrras.

7 Duodji har sin plats och den är ju stark i Sápmi, men samtidigt är ju duodji exklusivt, det kostar väldigt mycket pengar och om man inte har nån som syr eller om man inte själv syr så kostar det ju väldigt mycket. Därför är duodji på ett sätt den exkluderande och det är ganska liten grupp av samer som har råd, har tillgång till duodji. Och de här samiska attributen, vi vill jobba på ett inkluderande sätt, inkludera flera människor. (Stálka 2013.)

8 Vi ser ju inte oss någon konkurrent till duodji, utan vi ser ju oss som konkurrent till Hennes och Mauritz, till KappAhl, till alla dom producenter som producerar föremål som samer har i sin vardag idag. (Stálka 2013.)

6. Kultuvrralaš duodjebránddaid mearkkašumit

Lean artihkkalisttán analyseren, makkár bránddaid duodjefitnodagat huksejit ja makkár sáme kultuvrralaš ságastallamiidda dat bránddaideasetguin oassálastet. Lean dulkon ja analyseren brándagenealogiija metodain Samekki, InKa duoji ja Stoorstálka bránddaid. Brándagenealogiija gidde fuomášumi fitnodaga historjái ja sosiála, politihkalaš ja gávppálaš birrasii, gos brándda huksejuvvo. Samekki brándda vuodđuduvvá oamasteaddji Mihku Biehtára persovnnalaš duddjon- ja vuovdalandáidduide, muhto maiddái su duodjeaktivistarollii sámeservodagas. Lean gohčodan Samekki brándda luxusin. Dat lea luxus Mihku Biehtára alla kvaliteahta duoji dihte ja earenoamáš mitalusa dihte, mii lea duoji duohken. Samekki brándda symbolisere sáme kultuvrra guovddáš árvvuid nugo duddjon- ja ávnnastandáiddu, duodjeávdnasiid eaktivuođa ja duojára lagas oktavuoda lundui. Samekki luxusbrándda hukse vássánaiggi nostalgii ja čatná ostiid oassin dan nostalgijii. Samekki hirsadállu lea oassi nostalgijjadovddus, gos sihke sápmelaččat ja eará duodjeoastit vásihit sáme kultuvrra.

InKa duodji -gávppi brándda, man lean gohčodan prêt-à-porter-brándan, čujuha gárvui dahje duodjái, maid lea álki sihke duddjot ja geavahit. Dát brándda gulahallá sámi kollektiiva duodjenorpmaiguin, muhto váldá lávkki individuála välljejumiid guvlui. Prêt-à-porter-brándda ii ane duddjoma ja duodjemateriálaid árbevirolašvuoda seamma dehálažžan go maid luxusbrándda dahká. Duddjon galgá leat álki, eaige báikkálaš duodjenorpmat galgga ráddjet gávttiid ja čuolddabáttiid geavaheami. Prêt-à-porter-brándda viggá ovddidit olbmo persovnnalaš identitehta huksema ja laktit su seamma áigge kollektiiva sáme kultuvrii. InKa duodji -gávppi oastit leat eanáš sápmelaččat, vaikko earátnai ostet su dinggaid.

Stoorstálka demokrátalaš designa brándda háliida ovddidit sáme- ja váldo-servodagaid dálá gávppálaš rabasvuoda, gos gálvvut johtet johtilit ja oastit sáhttet leat geat ja gos beare. Danin demokrátalaš designa brándda ii geahččalge gulahal-lat kollektiiva ja árbevirolaš sápmelašvuodain, muhto viggá hukset dássearvvu ideologiija: Vaikko olmmoš ii livčče ieš čeahpes duojár dahje ii máhtáše árbevirolaš sámi bargguid, de son goittotge sáhtta návddašit sáme kultuvrras.

Fitnodagat huksejit duodjebránddaid sihke sáme kultuvrra siskkáldas proseas-said dásis ja almmolaš gávppálašvuoda dásis. Bránddat ožžot fámu árgabeaivve kultuvrras, muhto dat doibmet globála gávppálaš máilmmi eavttuid mielde. Duodjefitnodagain lea nana oktavuoha sámeservodahkii, gos dat doibmet ja

dat dovdet servodaga siskkáldas ságastallamiid. Fitnodagat bastet reageret dasa, ahte olbmot háliidit ain eambo čájehit sápmelašvuodaideaset duoji bokte, earret eará giellaeláskahhtinproseassaid dihte. Go duodjefitnodagaid eaiggádat dovdet sámeservodaga bures ja ieža ellet sámi gilážiin, de sáhttet sii geavahit dan dieđu brándahuksema resursan. Dat addá sidjiide ovdamuni sámeservodaga olggobeale duodjefitnodagaid ektui.

Samekki luxusbránda ovddasta 1970-logu sámelihkadusa áigge šaddan ideála duodjeipmárdusa. Luxusbránda orru leamen vuodđun eará bránddaid huksemis. Dat deattuha árvvuid man nala sápmelaččat viidát háliidit hukset sámekultuvrra boahttevuoda. Dalle go dat árvvut – alla kvaliteahta, luonddumateriálat ja lagas luondduoktavuohta – laktásit gávppálaš oktavuodas duodjái, de mearkkaša dat dávjá maiddá ahte duoji haddi goargnu. Dasa vástida prêt-à-porter-bránda, mii fállá dujiid maid ii dárbbas ieš duddjot álgu rájes ja mat eai leat nu divrasat go luxusbrándda duojit. Prêt-à-porter-bránda váldá vuhtii dan ahte buohkat eai máhte eaige astta duddjot, muhto háliidit liikká váldit oasi sámekultuvrra visuála máilmmis. Demokráhtalaš designa bránda kritisere njuolga luxusbrándda, iige háliit sirret olbmuid daidda geat suitet ja geat eai suite oastit duoji. Demokráhtalaš designa bránda luovvana maid oalát sámekultuvrra siskkáldas duodjenorpmain. Dat hukse duoji buot sápmelaččaide heivvolaš symbolan, mas báikkálašvuolta, sohka ja sohka beali norpmat eai leat dehálaččat. Mu dutkamuš lea seamma linnjás kultuvrralaš brándateoriijaiguin das, ahte iešguđetge bránddat eai huksejuvvo luovusin, muhto dat lea álo čatnosis eará bránddaide. Dat gilvalit eará bránddaiguin, kritiserejit nuppiideaset ja vigget vuogáiduhhtit iežaset saji dán gilvohallamis. Dat nappo mearkkaša maid dan, ahte duodjefitnodagat čuvvot kultuvrralaš dáhpusaid lassin sámekultuvrra gávppálaš ságastallamiid.

Ovddit brándadutkamušat, mat leat dahkkon eamiálbmogiid giehtaduoji brándahuksemis, deattuhit dan mo bránddaiguin jođihit dujiid eamiálbmot-servodagaid olggobeallái. Dat sirrejit gávppálaš duoji ja atnudoji guovtti máilbmái. (Dlaske 2014; Pietikäinen & Kelly-Holmes 2011; Sullivan 2013; Wethey 2005.) Mu dutkamušas boahotá ovdan, ahte dat máilmmiit eai leat sierra. Sápmelaš oastit leat fitnodagaide seamma dehálaččat go olggobeale oastitge, nappo sápmelaččat leat dehálaš ruhtagolaheaddjit, geat ostet sámeffitnodaga bálvalusaid. Danin brándahuksema resursan leat sihke sámeservodaga siskkáldas árvvut ja proseassat, muhto maid oarjemáilmmi gávppálaš mekanismmat ja njuolggadusat.

Go lea sáhka gávppálaš bránddain, de dalle eai leat loktejuvvon oidnosii kultuvrra rašes bealit, nugo sápmelaččaid hedjonan duddjondáidu. Goittotge mu dutkamuš čájeha, ahte sámeservodaga rievdan ja árbevirolaš kultuvrralaš máhtu coahkun, ovdamearkka dihte sámeservodagaid urbaniserema dihte, veahkehit duodjefitnodagaid brándahuksema. Kultuvrralaš máhtu váilevašvuodát bohciidahttet dárbbuid masa fitnodagat bránddaiguin vigget vástidit. Danin lea vuordimis ahte sápmelaš duodjefitnodagat maid rievdadit duoji ja dan mielde duodjenorpmaid, muhto dan ii njuolga sáhte duodaštit dán dutkamuša materiála vuodul. Dat leage čielga joatkkadutkančuolbma boahttevuhtii.

Bránddaid ii sáhte guođdit kulturduhkama olggobeallái. Bránddaid dutkamiin sáhttit guorrat sámeservodagaid rievdanproseassaid ja earenoamážit dan, mo sápmelaččat ávkkástallet kultuvrra gávppálaš doaimmain. Bránddat loktejit oidnosii gávppálaš beali kultuvrras ja dan makkár hástalusaid kollektiiva kultuvrra geavaheapmi gávppálaš resursan buktá. Brándadutkan buktá maid oidnosii sámii fitnodagaid ja sáhtta veahkehit daid hukset bránddaid, maid vuodđun lea sáme kultuvra ja maiguin dat bastet gilvalit váldoservodaga fitnodagaiguin. Brándadutkan lasiha ipmárdusa das, man dehálaš lea máhttit hukset kultuvrralaččat bastevaš fidnodoaimmaid Sámis. Bránddaid bokte sáhtta dutkat mánggaid fáttáid nugo sápmelaččaid oastinláhttemiid, bránddaid mearkkašumi sosiála ja politihkalaš aktivismmas ja nu ain. Dát dutkansuorgi lea nu ođas sámedutkamis ahte leat ain ollu vejolaš dutkangažaldagat ja geahččanguovllut.

Gáldut

Informánttat

Mihku Biehtar, Petteri Laiti, Anáris. 1.11.2013.

Ivvár Máret Ingá, Inga Porsanger, Kárášjogas. 30.10.2013.

Lotta Willborg Stoor ja Per Niila Stálka, Johkamohkis. 8.11.2013.

Materiála

Samekki:

Samekki neahttasiidu. <<http://sivut.saariselka.fi/samekki/>> (28.11.2015).

YLE Sápmi 8.5.2015 = Guttorm, Susanna: Samekki oažžu ođđa isida – Mihku-Biehtar sirdá eallinbarggus iežas bárdnái. YLE Sápmi 8.5.2015. <http://yle.fi/uutiset/samekki_oazzu_oa_isida__mihku-biehtar_sirda_eallinbarggus_iezas_bardnai/7981855> (10.1.2016).

The original art of Lapland. Sámi Duodji 1986. Samekki vuovdalančálus.

InKa duodji:

InKa's jubileum DVD 2012. 10 ár med duodji. InKa's jubileum. Fra to hyller til egen butikk.

InKa duoji neahttasiidu. <inkaduodji.mamutweb.com>.

InKa duoji Facebook-siidu. <<https://www.facebook.com/InKaduodji/>> (28.11.2015).

InKa duoji YouTube-siidu. <<https://www.youtube.com/watch?v=bbc8cEjDQXY>> (10.1.2016).

NRK Sápmi 8.12.2010 = Oskal, Anne Randi: Áigi ođastit sámi arkitektuvrra. NRK Sápmi 8.12.2010. <<http://www.nrk.no/sapmi/nissonolbmo-samegahpir-goavdin-1.7416454>> (16.10.2015).

Stoorstálka:

Stoorstálka Facebook-siidu. <<https://fi-fi.facebook.com/stoorstalka>> (30.11.2015).

Strukturum 2015: Stoorstálka har kommit för att stanna. <<http://www.strukturum.se/naeringsliv/kreativa-kulturella-naeringar/Stoorstaalka-har-kommit-foer-att-stanna/>> (28.11.2015).

Stoorstálka neahttasiidu. <<http://stoorstalka.com/>> (18.11.2015).

Stoorstálka Instagram-siidu. <<https://www.instagram.com/explore/locations/114695121/>> (10.1.2016).

Girjjálašvuotta

Askegaard, Søren 2006: Brands as a global ideoscape. – Jonathan E. Schroeder & Miriam Salzer-Mörling (doaimm.), *Brand culture*. London: Routledge. 91–102.

Banet-Weiser, Sarah 2012: *AuthenticTM. The politics and ambivalence in a brand culture*. New York & London: New York University Press.

Beltrán, Gastrón J. & Miguel, Paula 2014: Doing culture, doing business: A new entrepreneurial spirit in the Argentine creative industries. – *International Journal of Cultural Studies* 17 (1): 39–54.

- Bourdieu, Pierre 1984: *Distinction. A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Coronado, Gabriela 2014: Selling culture? Between commoditisation and cultural control in Indigenous alternative tourism. – *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 12 (1): 11–28.
- Dlaske, Kati 2014: Semiotics of pride and profit: interrogating commodification in indigenous handicraft production. – *Social Semiotics* 24 (5): 582–598.
- Dubois, Bernard & Laurent, Gilles & Czellar, Sandor 2001: *Consumer rapport to luxury: Analyzing complex and ambivalent attitudes*. Research paper series 736. Paris: HEC Paris.
- Edvardsson, Bo & Enquist, Bo & Hay, Michael 2006: Values-based service brands: narratives from IKEA. – *Managing Service Quality* 16 (3): 230–246.
- Eidheim, Harald 1997: Ethno-political development among the Sami after World War II. – Harald Gaski (doaimm.), *Sami culture in a new era. The Norwegian Sami experience*. Kárášjohka: Davvi Girji. 29–61.
- Guttorm, Gunvor 2010: *Duodjáriis duojárat. Duddjon ealiha duodjedigaštallama. Artihkkalčoakkáldat*. [Kárášjohka]: Davvi Girji.
- Hartmann, Benjamin J. & Ostberg, Jacob 2013: Authenticating by re-enchantment: The discursive making of craft production. – *Journal of Marketing Management* 29 (7–8): 882–911.
- Holt, Douglas B. 2004: *How brands become icons. The principles of cultural branding*. Boston, Mass: Harvard Business School Press.
- Holt, Douglas B. 2006: Jack Daniel's America. Iconic brands as ideological parasites and proselytizers. – *Journal of Consumer Culture* 6 (3): 355–377.
- Hyltén-Cavallius, Charlotte 2014: Om organiserings av äkthet, erkännande och identification i sámie duodji. – Katarina Ek-Nilsson & Birgitta Meurling (doaimm.), *Talande ting.: Berättelser och materialitet*. Uppsala: Institutet för språk och folkminnen. 105–121.
- Hyrsky, Kaisa 2012: *Kertomuksia kultaseppien yrittäjyydestä*. Kotitalous- ja käsityötieteiden julkaisuja 30. Helsinki: Helsingin yliopisto, Käyttätymistieteellinen tiedekunta, Opettajankoulutuslaitos.
- Kapferer, Jean-Noël 2012: *The new strategic brand management. Advanced insights and strategic thinking*. London: Kogan Page.
- Kapferer, Jean-Noël & Bastien, Vincent 2009: The specificity of luxury management: Turning marketing upside down. – *Journal of Brand Management* 16 (5): 311–322.

- Kristoffersson, Sara 2014: *Design by IKEA. A cultural history*. London: Bloomsbury.
- Lehtola, Veli-Pekka 2015: *Saamelaiset. Historia, yhteiskunta, taide*. Inari: Puntsi.
- Kuokkanen, Rauna 2009: *Boaris dego eana. Eamiálbmogiid diehtu, filosofiját ja dutkan*. Karasjok: ČálliidLágádus.
- Machin, David & Thornborrow, Joanna 2003: Branding and discourse: the case of Cosmopolitan. – *Discourse & Society* 14 (4): 453–471.
- Magga, Sigga-Marja 2012: Saamelainen käsityö duodji kansallisen identiteetin rakentajana. – Veli-Pekka Lehtola & Ulla Piela & Hanna Snellman (doaimm.), *Saamenmaa. Kulttuuritieteellisiä näkökulmia*. Kalevalaseuran vuosikirja 91. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura. 216–225.
- Magga, Sigga-Marja 2014: Geahčastagat, olggušteapmi ja albma duoji gáibádus – duodjekontrolla duojáriid vásáhussan. – *Sámi dieđalaš áigečála* 2/2014: 29–46.
- Mukherjee, Roopali & Banet-Weiser, Sarah 2012: Introduction. Commodity activism in neoliberal times. – Roopali Mukherjee & Sarah Banet-Weiser (doaimm.), *Commodity activism. Cultural resistance in neoliberal times*. New York: New York University Press. 1–21.
- Pietikäinen, Sari & Kelly-Holmes, Helen 2011: The local political economy of languages in a Sámi tourism destination: Authenticity and mobility in the labelling of souvenirs. – *Journal of Sociolinguistics* 15 (3): 323–346.
- Reinach, Simona Segre 2005: China and Italy: Fast fashion versus prêt à porter. Towards a new culture of fashion. – *Fashion Theory* 9 (1): 43–56.
- Schroeder, Jonathan E. 2009: The cultural codes of branding. – *Marketing Theory* 9 (1): 123–126.
- Sullivan, Katharine 2013: Crafting identities: Indigenous artisans and the politics of the handicraft industry. – *Washington University Undergraduate Research Digest* 8 (2): 80–120.
- Turunen, Linda Lisa Maria 2015: *Consumers' experiences of luxury – Interpreting the luxuriousness of a brand*. Acta Wasaensia 323. Business Administration 133. Vaasa: University of Vaasa.
- Wethey, Eliza 2005: Creative commodification of handicrafts, the encounter between the export market and the indigenous weaver: Comparisons of Latin American weaving communities. – *Lambda Alpha Journal* 35: 2–28.

The meaning of Sámi culture in brand building of duodji

This article deals with the concepts of brand and brand building in Sámi duodji i.e. arts and crafts. A brand captures the main idea and value of an enterprise. These values are transformed into a commodity in the process of brand building. In this study, three Sámi craft enterprises connect their brand building with the cultural and social changes that the Sámi people have experienced. The historical, social and political circumstances of the enterprises are identified, analyzed and finally compressed into representative and symbolic brands: *the luxury brand*, *the prêt à porter brand* and *the brand of democratic design*. The luxury brand presents the meaning of traditional duodji, Sámi handicraft, formulated by the Sámi ethno-political movement. The prêt à porter brand represents the easy way of doing Sámi culture, and the brand of democratic design relates to the building of the Scandinavian welfare state. The brand of democratic design is democratic because everyone has an equal opportunity to consume design products.

The main findings appear on two levels: cultural and commercial. Brands are strongly connected to the Sámi culture. Brand building requires enterprises to master indigenous cultural norms and values in order to communicate with customers. Cultural branding research opens new venues for cultural studies and facilitates study of the commercial part of Sámi culture from the Sámi point of view.

Keywords: brand, brand genealogy, cultural brand building, duodji, Sámi arts and crafts, Sámi culture, Sámi enterprise

SIGGA-MARJA MAGGA

University of Oulu

sigga-marja.magga@oulu.fi