

---

## **Hyvän mielen vaate**

– mielettömän hyvän vaateen jäljillä



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilun koulutusohjelma

Visamäki, syksy 2015

Anna-Kaisa Suoraniemi



## VISAMÄKI

Muotoilun koulutusohjelma

Vaatetus

**Tekijä**

Anna-Kaisa Suoraniemi

**Vuosi** 2015**Työn nimi**

Hyvän mielen vaate – mielettömän hyvän vaateen jäljillä

## TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia hyvän mielen vaateen konseptia, joka pohjautuu suurelta osin opinnäytetyön kirjoittajan omiin kokemuksiin. Hyvän mielen vaate on vaate, jonka olisi tarkoitus toimia arkielämän voimaa antavana vaatekappaleena ja joka antaisi käyttäjälleen lisää itsevarmuutta ja turvantunnetta sekä hyvää ”boostia” päivään. Työn taustalla on kiinnostus siihen, mikä tekee vaatteesta merkityksellisen käyttäjälleen ja se, onko vaateen positiivisilla piirteillä vaikutusta käyttäjänsä positiiviseen kokemukseen vaatteesta. Työn tavoitteena ja tarkoituksena oli tutkia näitä asioita.

Opinnäytetyön hyvän mielen vaateen konsepti on saanut vaikutteita positiivisen psykologian ajatuksesta, että positiivisuus synnyttää lisää positiivisuutta. Lisäksi sen taustalla on pukeutumisen tutkimuksen teorioita siitä, miten vaatteet vaikuttavat käyttäjänsä ja mitkä asiat vaikuttavat käyttäjän vaatevalintoihin.

Tutkimusmenetelminä on käytetty sähköistä kyselytutkimusta sekä käyttäjäkeskeistä asiakasprojektia. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa, mistä osista hyvä ja merkityksellinen vaate koostuu, ja millainen vaikutus hyvällä vaatteella on käyttäjänsä. Käyttäjäkeskeisen asiakasprojektin tarkoituksena taas oli tutkia hyvän mielen vaateen valmistusprosessin onnistumista käytännössä: hypoteesina oli, että asiakkaalle mieluisan suunnitteluprosessin luomat positiiviset mielikuvat valmistuvasta asiakkaan toiveisiin pohjautuvasta vaatteesta voisivat muuntua myös samanlaisiksi konkreettiseksi kokemukseksi vaatteesta. Tutkimustuloksia peilataan lopuksi alkuperäiseen konseptiin.

Tutkimusten päätulokset eivät anna näyttöä hypoteesille. Ongelmalliseksi muodostui osittain puutteellisesti muodostettu tutkimusmateriaali. Tulokset antavat kuitenkin hyviä suuntaviivoja tutkimuksen jatkamiselle ja hyvän mielen vaateen konseptin idean kehittämiseksi kattavammaksi.

**Avainsanat** pukeutumisen tutkimus, lempivaateen ominaisuudet, kyselytutkimus, käyttäjäkeskeinen asiakasprojekti, hyvän mielen vaate

VISAMÄKI

Degree Programme in Design

---

**Author**Anna-Kaisa Suoraniemi **Year** 2015**Subject of Bachelor's thesis**Feel-Good Clothing – On the Scent of an Awesome Garment

---

## ABSTRACT

This thesis researches the concept of feel-good clothing which has the basis in the experiences of the author. Feel-good clothing is described as a piece of clothing which could bring more positive energy for the user in everyday life, give her more self-confidence and the feeling of security and a good boost to a day. Questions of which makes clothing meaningful and whether its positive qualities have a positive impact for a user, are in the key role in this thesis. The objective and the aim of this thesis is to research this part.


The concept of feel-good clothing has been influenced by the thought of positive psychology that positivity increases more positivity. Also the theories of dressing research about how clothing affects a user and which are the influencing factors in dressing, are affecting behind this concept.

The research methods in this thesis are an electronic survey and a user-centered customer project. The meaning of the survey is to find out the code for a good and meaningful piece of clothing and how it affects the user. In the user-centered customer project the main point is to explore the success of the design process of feel-good clothing in practice. The hypothesis for this process is that positive visions of the feel-good clothing going-to-be, which are partly coming from the pleasant design process for the customer, could turn to be the user's concrete experience of the clothing too. The results of these researches are compared to the original concept.

The main results of the researches don't give proof for the hypothesis. The problem is mainly the imperfectly formed research material. On the other hand, the results give good guidelines for where to continue exploring and how to develop the concept of feel-good clothing to be more comprehensive.

**Keywords** Dressing research, qualities of favorite clothing, survey, user-centered customer project, feel-good clothing

**Pages** 35 p. + appendices 6 p.



## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet ja tarkoitukset .....	1
1.2	Hyvän mielen vaateen konsepti ja hypoteesi .....	2
1.2.1	Positiivinen psykologia .....	2
1.3	Tiedonhankintamenetelmät .....	2
1.3.1	Sähköinen kyselytutkimus.....	2
1.3.2	Käyttäjakeskeinen asiakasprojekti.....	3
1.4	Viitekehykset.....	4
2	KYSELYTUTKIMUS.....	6
2.1	Pukeutumisesta ja sen tutkimuksesta .....	6
2.2	Vaatteet vaikuttavat käyttäjänsä .....	6
2.3	Pukeutumisen tutkimus tässä opinnäytetyössä.....	7
2.4	Kyselytutkimus pähkinäkuoressa .....	7
2.5	Tulosten esitleminen ja analysointi .....	8
2.5.1	Pukeutumisen tyylit ja vaikuttavat tekijät .....	9
2.5.2	Lempivaate-käsite pohdinnan alla .....	11
2.5.3	Vaateen tärkeät piirteet ja niiden vaikutusten pohdinta .....	12
2.5.4	Mielikuvat ja muistot kyselytutkimuksessa.....	14
2.5.5	Kyselytutkimukseen vastanneiden hyvän mielen vaatteita .....	14
2.6	Kyselytutkimuksen arviointi .....	17
3	HYVÄN MIELEN VAATE -ASIAKASPROJEKTI.....	19
3.1	Projektin lähtökohdat ja tavoitteen asettaminen.....	19
3.2	Asiakkaan esittely .....	19
3.3	Projektin kulku ja työvaiheet .....	20
3.3.1	Kuvakollaasi .....	20
3.3.2	Haastattelu .....	21
3.3.3	Luonnostelu .....	22
3.3.4	Kankaan valinta .....	25
3.3.5	Kaavoitus ja mallikappaleen valmistus .....	26
3.3.6	Valmis hyvän mielen vaate ja kokeilujakso .....	29
3.4	Lopputulokset.....	30
3.4.1	Analysointi ja johtopäätökset .....	30
3.5	Projektin arviointi.....	31
4	POHDINTA.....	32
	LÄHTEET .....	35

Liite 1	Kyselytutkimus
Liite 2	Kokeilujakson kysely- ja palautelomake vastauksineen
Liite 3	Opinnäytetyöprojektin aikajana

## 1 JOHDANTO

Ihmiset pukeutuvat. Joku verhoaa vartalonsa muodin uusimmilla luomuksilla, kun taas toinen seuraa inspiraatiotansa kirpputorin pöytien välissä. Vaikka pukeutumisen muotoja on monenlaisia, meitä jokaista varmasti yhdistää jonkin asusteen tai vaatekappaleen käyttäminen melkeinpä päivittäin. Vain syyt, miksi niin teemme, eroavat toisistaan.

Syyt, joiden vuoksi ihmiset pukeutuvat tietynlaisesti ovat aina kiehtoneet mielikuvitustani. Hartaana keittiöpsykologina olen viettänyt tunteja katukahviloissa ja pohtinut ohikulkevien ihmisten tyylivalintoja ja niihin vaikuttaneita tekijöitä. Katse on viivähtänyt harmaissa hyvin prässätyissä puvun housuissa, hyvin istuvissa jakkutakeissa, värikkäänä liehuvissa helmoissa, huiveissa, mukavan näköisissä huppareissa, mielikuvituksellisissa koroissa ja maataviistävissä mystisyyttä huokuvissa burkhissa. Mielenkiintoni juuri tätä aihealuetta kohtaan vaikutti luonnollisesti opinnäytetyön aiheen valintaan.

### 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet ja tarkoitukset

Palataan vielä hetkeksi katukahvilaan ja kadulla erisuuntiin vilistäviin ihmisiin. Värien iloinen sekamelska yhdistyy erilaisten muotojen ja leikkausten kanssa täydellisen sykkiväksi kuvaksi, johon jossain päin kopisevat korot tuovat hauskan tahdin. Jokaisen vaatteen takaa löytyy ihminen, joka on tulossa jostakin ja menossa jonnekin. Jokin on vaikuttanut hänen päätöksensä pukea juuri ne vaatteet, joita hän päällään kantaa. Mitäpä jos juuri kadun ylittävä nuori nainen on pukeutunut omaan lempivaatteeseensa, valkoiseen pitkään neuletakkiin. Mitkä mahtavat olla syyt tuon vaatteen lempivaatteeksi muotoutumisen taustalla? Onko se vaatteen pehmeys, ihana mahdollisuus kääriytyä siihen vai onko se päällä koettu elämän riemukkaimpia hetkiä? Mitäpä jos vaate toimiikin hänellä eräänlaisena hyvää mieltä ammentavana vaatekappaleena, jonka hän pukee aina päälleen, kun tarvitsee jonkin kannustamaan ja antamaan turvan tunnetta keskellä päivän haasteita?

Tämä opinnäytetyön pääasiallisena tavoitteena on tutkia hyvän mielen vaatteen konseptia ja sen toteutumista ja onnistumista käytännön asiakasprojektina. Lisäksi sen tavoitteena on kyselytutkimuksen avulla kartoittaa, mikä tekee vaatteesta erityisen käyttäjälleen ja millaisista ominaisuuksista mahdollinen hyvän mielen vaate koostuisi.

## 1.2 Hyvän mielen vaateen konsepti ja hypoteesi

Hyvän mielen vaateen konseptin hypoteesina on henkilökohtainen kokemukseni hyvää mieltä tuottavasta vaatteesta ja sen voimakkaasta positiivisesta vaikutuksesta. Koska vaikeuksia tuotti löytää aiheeseen liittyviä tutkimuksia ja teorioita pukeutumisen tutkimuksen alueella, hyvän mielen vaateen konsepti rakennettiin näiden kokemusten varaan.

Hyvän mielen vaateen tarkoitus olisi toimia kannustajana, hyvän energian ja mielen pankkina, ja sitä käyttämällä ihminen voisi tuntea itsensä esimerkiksi voimakkaammaksi ja vahvemmaksi. Lyhyesti sanottuna hyvän mielen vaateen olisi tarkoitus toimia arkielämän voimaa antavana vaatekappaleena, joka antaisi käyttäjälleen lisää itsevarmuutta ja turvantunnetta sekä hyvää ”boostia” päivään. Vaikutteita hyvän mielen vaateen konsepti on saanut positiivisen psykologian parista, ajatuksesta, että positiivisuus synnyttää lisää positiivisuutta.

### 1.2.1 Positiivinen psykologia

Positiivinen psykologia on psykologian yksi osa-alueista, jonka yksi perusajatus on, että ihminen voi aktiivisena osapuolena vaikuttaa positiivisesti omaan elämäänsä valjastamalla omat voimavaransa ja vahvuutensa käyttöönsä. ”Dr. Martin Seligman Pennsylvanian yliopistosta jakaa hyvinvoinnin viiteen eri osa-alueeseen, jotka ovat positiiviset emootiot, tiivis kiinnittyneisyys omaan elämään ja sen kokemiseen, ihmissuhteet, merkitys ja päämäärien saavuttaminen” (Johdanto positiiviseen psykologiaan & resurssija n.d.).

Hyvän mielen vaateen suunnittelussa sivutaan positiivisen psykologian ajatusta positiivisista emootioista ja merkityksistä, sekä niiden tuomasta hyvästä energiasta ja myönteisestä vaikutuksesta yksilön elämään. Tässä tapauksessa vaatteeseen pyritään saamaan kaikki ne myönteiset elementit, jotka vaikuttavat käyttäjänsä mielentilaan ja olemiseen positiivisesti. Näin vaate toimisi käyttäjänsä hyvinvointia, vahvuuksia ja voimavaroja edistävästi.

## 1.3 Tiedonhankintamenetelmät

Kirjojen, artikkeleiden ja internetlähteiden lisäksi tiedonhankintaan käytettiin kyselytutkimusta ryhmälle 20–30-vuotiaita naisia. Lisäksi tärkeänä tutkimusosana opinnäytetyötä on käyttäjäkeskeinen asiakasprojekti hyvän mielen vaatteesta.

### 1.3.1 Sähköinen kyselytutkimus

Kyselytutkimukseen, jolla tutkittiin 20–30-vuotiaiden naisten tyyli- ja pukeutumisvalintoja sekä mielipiteitä ja ajatuksia omista lempivaatteistaan, osallistui kaksikymmentä henkilöä, jotka olivat lähipiiristäni. Vastaaja-

ryhmä oli keskenään hyvin kirjavaa erilaisten elämäntilanteiden, ammattien ja opintojen puolesta, mikä oli tarkoituksellista. Pyrkimyksenä oli saada luonnollista vaihtelua tuloksiin samanikäisten naisten keskuudessa, jolloin myös mahdolliset yhteneväisyydet vastauksissa näkyisivät selkeämmin.

Kyselytutkimus suoritettiin sähköisessä muodossa. Jokainen kyselyyn osallistunut henkilö sai lomakkeen omaan sähköpostiinsa liitteenä, johon täytti vastauksensa ja lähetti lomakkeen takaisin. Vastaukset olivat nimetömiä ja ne tulostettiin paperille, jonka ylänurkkaan merkittiin kirjaintun-niste jokaiselle vastaajalle. Näin tulokset säilyivät anonyymeinä ja vastausten tulkittamisessa säilyi objektiivisuus. Kyselytutkimus suoritettiin syyskuussa 2015.

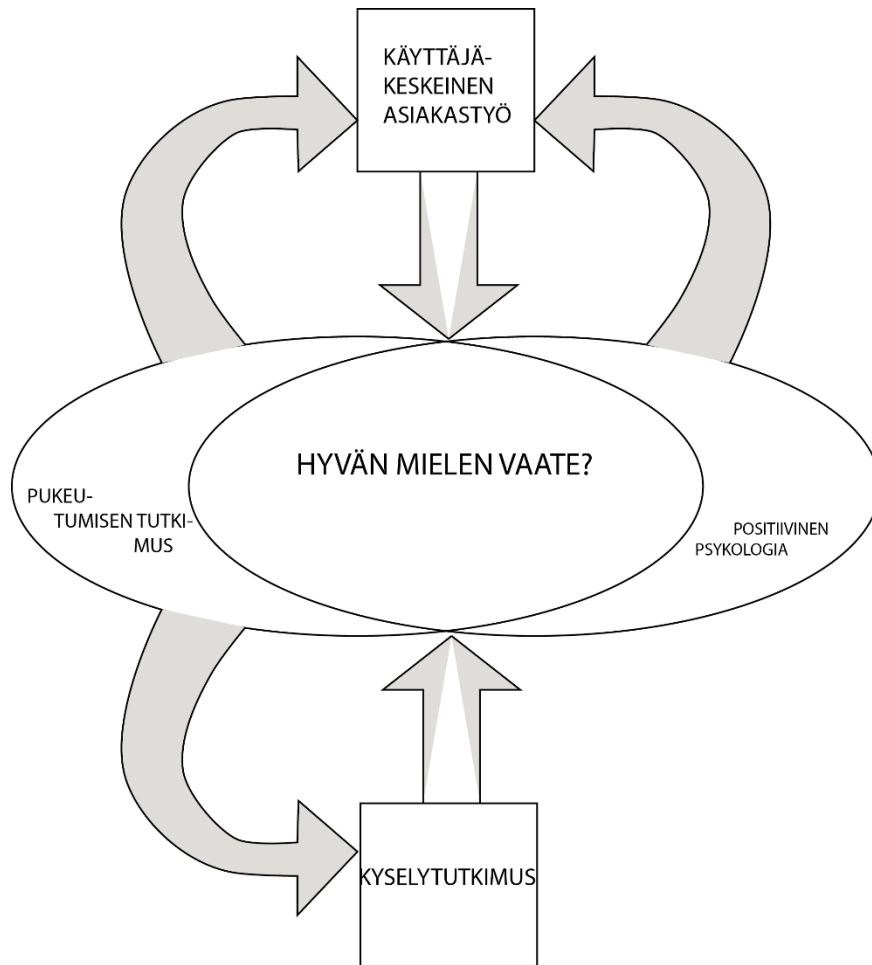
### 1.3.2 Käyttäjäkeskeinen asiakasprojekti

Osana opinnäytetyötä valmistettiin tiiviinä käyttäjäkeskeisenä asiakasprojek-tina yhdessä asiakkaan kanssa kokeellinen vaate, jonka pääasiallinen tarkoitus oli toimia hyvän mielen vaatteena käyttäjälleen. Käyttäjäkeskei-nen asiakastyöskentely, tässä tapauksessa suunnittelu, on asiakkaan tarpeiden ja toiveiden kuuntelemista ja asettamista keskiöön. Suunnittelija kuuntelee kaikessa ensin asiakasta ja suunnittelutyö pohjautuu tälle koko prosessin ajan. (Luento 2: Käyttäjäkeskeinen suunnittelu 2008.)

Projektin tarkoituksena oli tutkia, pystyisikö tällaista vaatetta suunnittelemaan ja toteuttamaan tilauksesta; pystyisikö vaatteen tarkan ainesosaluet-telon selvittämisen ja sen seuraamisen avulla tuottamaan vaatteen, joka toimisi arjen positiivisesti voimaannuttavana vaatteena. Lisäksi projektin tarkoituksena oli tutkia, olisiko hyvän mielen vaatteen suunnitteluproses-sissa hyötyä positiivisten mielikuvien luomisesta työn alla olevaa vaatetta kohtaan.

Asiakasprojektin hypoteesi oli, että jos koko suunnitteluprosessin pitäisi asiakkaalle mieluisena ja suunnittelutyön kohteena olevaan vaatteeseen yhdistettäisiin asiakasta miellyttäviä mielikuvia, nämä piirteet adoptoitui-sivat myös valmiiseen vaatteeseen. Tavoitteena oli luoda juuri asiakkaan tarpeisiin soveltuva hyvän mielen vaate, joten asiakkaan tunteet ja mietteet sekä niiden kuulostelu olivat erittäin merkityksellisiä koko prosessin ajan.

1.4 Viitekehykset

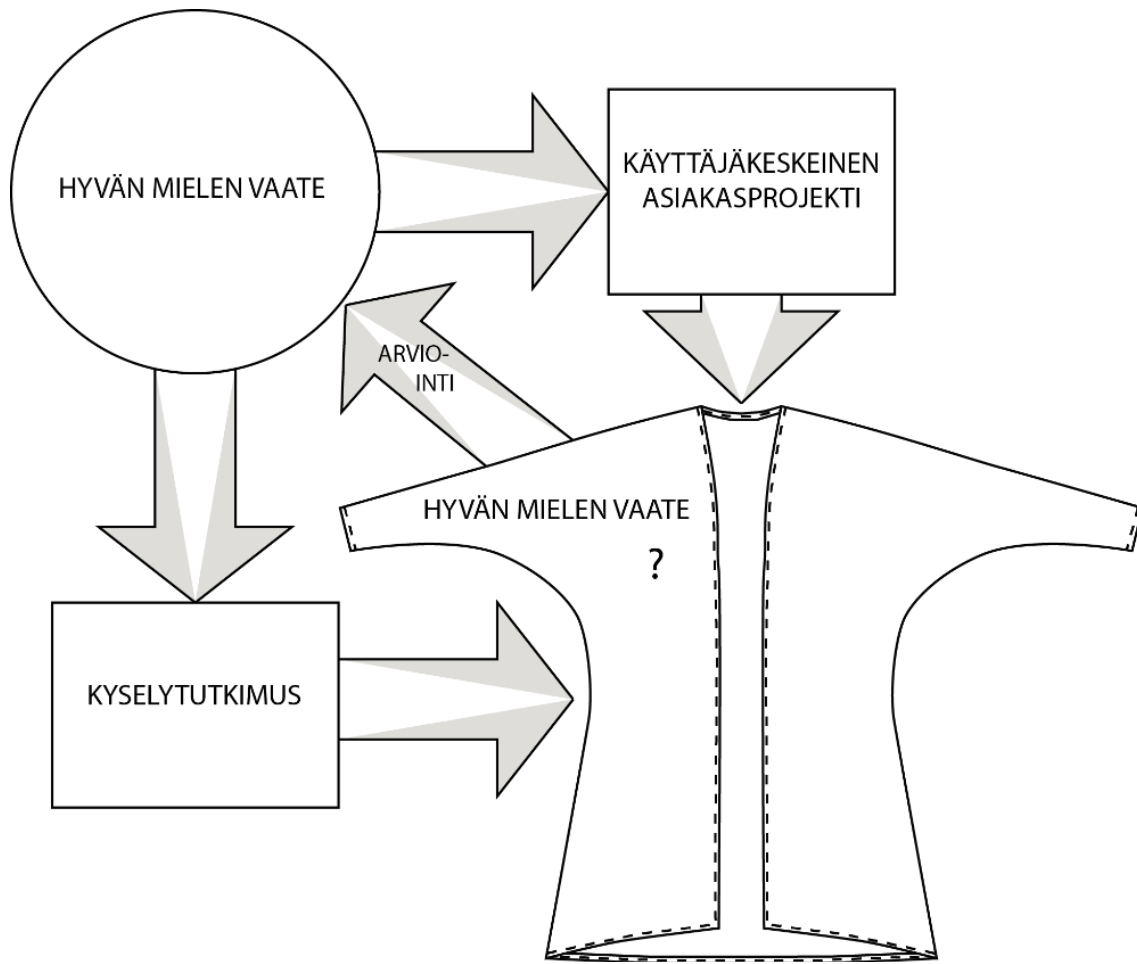


Kuva 1. Viitekehys pohjamateriaalin ja tutkimuskeinojen suhteista opinnäytetyössä.

Ylläolevassa viitekehyksessä (Kuva 1.) kuvataan opinnäytetyön pohjamateriaalin ja tutkimuskeinojen suhteita ja painotuksia. Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia millainen on hyvän mielen vaate ja käyttää tähän kahta lähestymistapaa, käyttäjäkeskeistä asiakastyötä ja kyselytutkimusta, joilla molemmilla on lopputuloksen kannalta suuri merkitys, kun niitä peilataan lopuksi alkuperäiseen ajatukseen hyvän mielen vaatteesta.

Alla olevassa viitekehyksessä (Kuva 2.) kuvataan tarkemmin hyvän mielen vaateen konseptin työstöä opinnäytetyössä. Koska opinnäytetyön pohjana ei ole mitään tarkkaa teoriaa siitä, millainen ja miksi vaate on sellainen kuin se on olemukseltaan tai vaikutukseltaan, vaatteelle annettu hypoteesi on koko ajan kyseenalaistettuna, ja tutkimustulosten perusteella saatavaa kuvaa verrataan alussa asetettuun olettamukseen hyvän mielen vaatteesta.





Kuva 2. Viitekehys hyvän mielen vaatteen konseptin työstöstä opinnäytetyössä.

## 2 KYSELYTUTKIMUS

### 2.1 Pukeutumisesta ja sen tutkimuksesta

Kun puhutaan pukeutumisesta, on tärkeää tehdä selkeät raamit sille, mistä puhutaan. Pukeutumisen tutkimus on hyvin laaja tieteenala, jossa pukeutumista tutkitaan monesta eri näkökulmasta. Tällaisia ovat esimerkiksi pukeutumisen taiteellinen, humanistinen, yhteiskuntatieteellinen, taloustieteellinen tai tekninen näkökulma, joista jokainen on keskittynyt selittämään pukeutumista omista lähtökohdistaan. (Pukeutumisen tutkimus n.d.)

Pukeutumista kuvaillaan syvästi inhimillisenä ominaisuutena, joka erottaa ihmiset muista elävistä olennoista (Koskennurmi-Sivonen 2012, 5). Pukeutumisesta puhuttaessa tieteellisessä merkityksessä on tärkeää myös määritellä termi pukeutuminen tarkemmin, jolla yleensä tarkoitetaan tällöin kaikkea ulkonäön muokkaamista, ei vain vaatteiden käyttämistä.

Mistä pukeutuminen on saanut alun perin alkunsa? Tähän kysymykseen on pyritty etsimään vastausta esihistorian niukoista tietolähteistä sekä alkuperäiskansojen parista. Kysymystä on myös muutettu muotoon ”mitkä ovat pukeutumisen tehtävät”, jolloin sen ajattelu ja ymmärtäminen laajemmin helpottuu. (Koskennurmi-Sivonen 2012, 6-7.)

Kun pukeutumisen alkuperäisistä motiiveista on annettu teorioita ihmisen tarpeesta suojautua ympäristöltä, ne on kumottu havainnoilla kansoista, jotka eivät tätä tee. Milloin syyksi on esitetty ihmisen taipumusta häveliäisyyteen ja peittelyyn, on tuotu vastaesimerkeiksi heimoja, jotka eivät tunne häveliäisyyden käsitettä samalla tavalla kuin länsimaat. Kun taas pukeutumista on koettu selittää yhtenä seksuaalisen viehäytyksen keinona, on löytynyt esimerkkejä lapsista, jotka eivät ole tästä puolesta vielä tietoisia, mutta silti tätä tekevät. Syiksi pukeutumiseen on myös kehitetty teorioita esimerkiksi ihmisen tarpeesta osoittaa statuksena, kehittää identiteettiään, tai vain kokea yhteenkuuluvuuden tunnetta muiden ihmisten kanssa. (Koskennurmi-Sivonen 2012, 6-13.) Näin ollen voi nopeastikin todeta, että pukeutumisen syyt ovat hyvin moniulotteisia ja luultavasti hyvin monimutkainen sekoitus kaikkia ihmisen fyysisiä, psyykkisiä ja sosiaalisia tarpeita.

### 2.2 Vaatteet vaikuttavat käyttäjänsä

Vaatteiden vaikutusta ihmisen käyttäytymiseen on tutkittu. Artikkelissa *Dress, Body and Self: Research in the Social Psychology of Dress* (Johnson, Lennon & Rudd 2014) esitetään muutama mielenkiintoinen tutkimus tästä aiheesta.

Vuonna 1998 järjestettiin koe, johon osallistuja sai pukea päälleen joko uima-asun tai neulepaidan. Puettuaan saamansa vaatekappaleen päälleen kokeeseen osallistujan tuli tutkailla itseään sovitushuoneen peilistä, niin kuin olisi ollut ostamassa vaatetta. Tämän jälkeen hän suoritti matematiikan kokeen. Kokeen tulokset naisten osalta osoittivat, että naiset, jotka

suorittivat kokeen uima-asuun pukeutuneena, suoriutuivat neulepaitaan pukeutuneita heikommin. Tutkimuksia on myös tehty värien vaikutuksesta, esimerkiksi mustan värin vaikutuksesta pelaajan aggressiivisuuteen sen sisältämien vahvojen merkitysten takia sekä vaateen symbolisen arvon vaikutuksesta vaateen käyttäjän käytökseen. Tätä on tutkittu mm. valkoisen laboratoriotakin avulla, jota toiselle ryhmälle kuvailtiin lääkärintakina ja toiselle taiteilijan viittana. Molemmissa tutkimuksissa vaatteilla havaittiin olevan vaikutusta ihmisten käytökseen. (Johnson ym. 2014, 8-9.)

### 2.3 Pukeutumisen tutkimus tässä opinnäytetyössä

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan ihmisen omaa käsitystä mielihyvää tuottavasta vaatteesta itselleen. Kyselytutkimuksen tarkoituksena oli kartoittaa näitä syitä, ja sen punaisena lankana oli kysymys siitä, mikä tekee jostakin vaatteesta erityisen ja mistä osista se rakentuu. Kyselytutkimuksen elementteinä käytettiin hyväksi myös asiakasprojektissa, kartoitettaessa asiakkaan toiveita ja tarpeita hyvän mielen vaatetta kohtaan. Opinnäytetyössä pukeutumista tutkitaan erityisesti vaatetuksen kannalta ja sen käyttäjän subjektiivisesta näkökulmasta sekä sivutaan myös sosiaalista näkökulmaa.

### 2.4 Kyselytutkimus pähkinäkuoressa

Kyselytutkimus teetettiin syksyllä 2015 (Liite 1). Se koostui kymmenestä kysymyksestä, joista puoleen tuli rastittaa sopiva vaihtoehto ja puoleen vastata avoimella tyylillä. Kyselyn lopussa, kohdassa 11, oli vapaavalintainen mahdollisuus liittää mukaan kuva omasta lempivaatteesta ja kirjoittaa pieni kuvaus siitä. Valitettavasti tähän osioon tuli vastauksena vain yksi kuva, joten materiaalista ei ollut raportoitavaksi asti.

Kyselyyn vastannut kahdenkymmenen hengen ryhmä oli koottu lähipiiristäni ja se koostui kirjavasta joukosta 20–30-vuotiaita naisia. Kysymykset pyörivät pääosin lempivaateen ympärillä, kuten esimerkiksi ”Onko sinulla lempivaatetta/ -vaatteita?”, ”Mitä ominaisuuksia lempivaatteellasi/ -vaatteillasi on?” ja ”Millaisissa tilanteissa/ minkälaisiin tilanteisiin puuet lempivaatteesi?” Lisäksi kyselyssä kartoitettiin muutamalla kysymyksellä vastaajan tyyliä ja siihen vaikuttavia tekijöitä ja vastaajan kokemuksia siitä, mitkä olivat hänelle tärkeimpiä ominaisuuksia vaatteessa ja miten ne vaikuttivat hänen kokemukseensa vaatteesta. Kymmenennessä kohdassa vastaaja sai kuvailla oman hyvän mielen vaateensa, mitä ominaisuuksia siinä tulisi olla ja miksi.

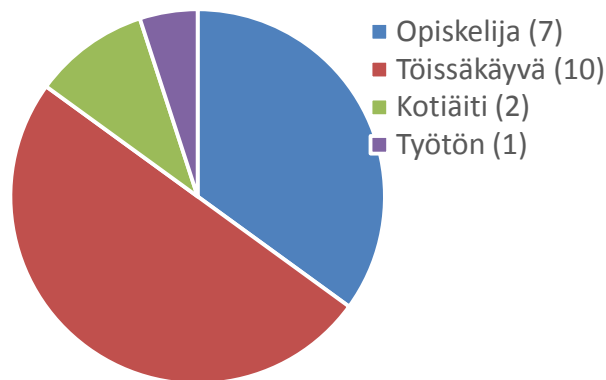
Kyselyn kysymykset muodostettiin sen pohjalta, mikä koettiin informaatioltaan hyödyllisenä opinnäytetyön kannalta. Tarkoituksena oli tutkia, oliko olemassa jonkinlaisia yhteneviä piirteitä sille, millainen vaate miellyttää käyttäjäänsä, millainen vaikutus hyvällä vaatteella on käyttäjäänsä ja millaiset piirteet nousevat tärkeimmiksi kun puhutaan hyvää mieltä ammentavasta vaatteesta. Tämän vuoksi kysely keskittyikin kartoittamaan tärkeitä vaateen ominaisuuksia, sekä mahdollisen lempivaateen ominaisuuksia. Myös sitä, millainen vaikutus hyvillä ominaisuuksilla oli vaateen käyttäjään, tutkittiin kyselyssä.

Kyselylomakkeen testasi keväällä 2015 pari henkilöä ja siihen tehtiin muutoksia heidän antamansa palautteen perusteella ja tuloksista saatujen havaintojen perusteella. Muun muassa pukeutumistyyli vaihtoehtoja vähennettiin ja kyselyn sanastoa yksinkertaistettiin sellaiseksi, että se aukenisi vastaajalle paremmin. Kokonaisuutena kysely pidettiin kevyenä ja helppona, niin ettei sen tekemiseen tarvitsisi käyttää paljon aikaa ja vaivaa, jolloin vastausten saaminen kaikilta olisi todennäköisempää

## 2.5 Tulosten esitleminen ja analysointi

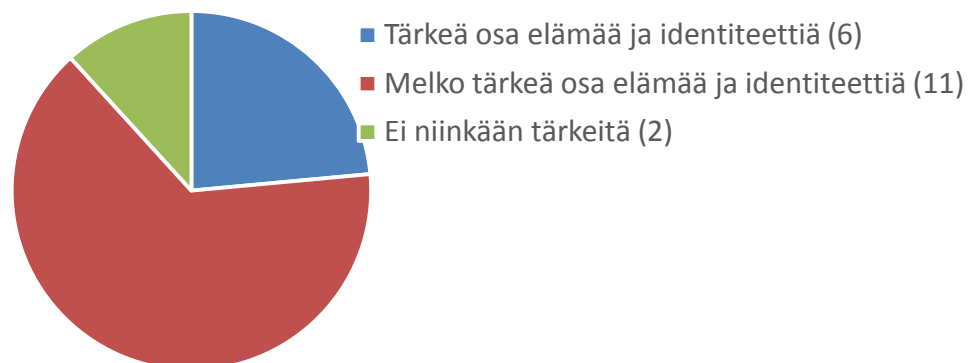
Kyselyn alussa, kohdissa 1 ja 2, vastaaja sai valita esitetyistä vaihtoehdoista omaa tilannettaan ja vaatteisiin kohdistuvaa suhdettaan parhaiten kuvaavan sanan.

Kuvio 1. Vastaajien keskinäinen jakauma



Kyselyyn osallistuneista valtaosa oli työelämässä. Muutama kyselyyn vastannut lisäsi vaihtoehtojen opiskelija ja töissäkäyvä lisäksi vaihtoehdoksi omaa tilannettaan paremmin kuvaavan sanan kotiäiti tai työtön. (Kuvio 1.)

Kuvio 2. Kysymys 2. Kuinka tärkeitä vaatteet ovat sinulle?

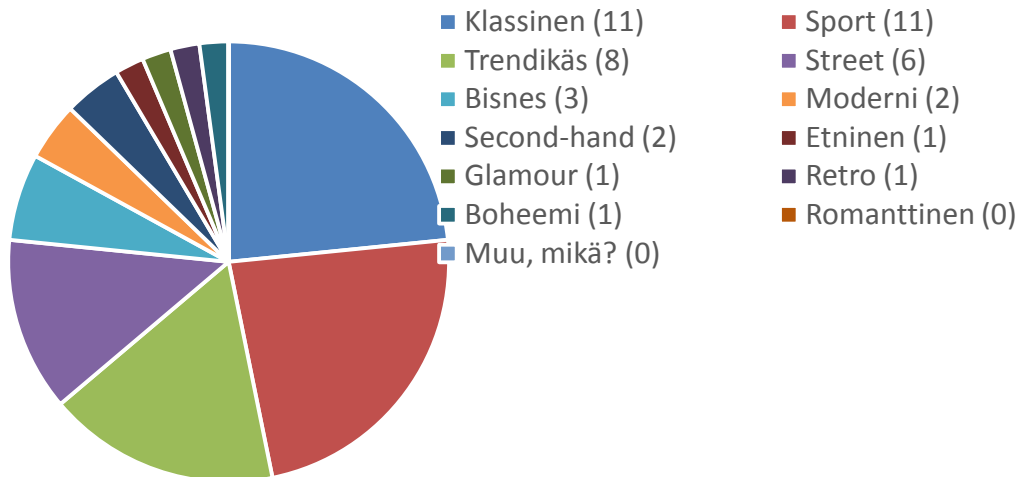


Suurimmalla osalla kyselyyn vastanneista vaatteet olivat melko tärkeä osa omaa identiteettiä (Kuvio 2.).

### 2.5.1 Pukeutumisen tyyliä ja vaikuttavat tekijät

Kyselytutkimuksen kolmannessa kohdassa vastaaja sai rastittaa mielestään parhaiten omaa tyyliään kuvaavia sanoja. Vastausten jakautuminen on kuvattu kuviossa 3.

Kuvio 3. Kysymys 3. Mikä seuraavista kuvailee tyyliäsi parhaiten? Voit valita useampia.



Kolmannen kohdan vastaukset olivat mielenkiintoisia, sillä valtaosa vastasi tyylikseen juuri sellaisia vaihtoehtoja, jotka tällä hetkellä ovat vaatekulttuurissa hyvin pinnalla: klassisuus, sporttisuus ja trendikkyys. Tämä oli selkeässä linjassa neljännen kysymyksen tulosten kanssa, jossa yksi suurimmista vaikuttajista vastaajien tyyliä valittaessa oli muoti (Taulukko 1.).

Neljäs kysymys oli avoin kysymys, johon vastaaja sai omin sanoin kuvaila omasta mielestään tyyliinsä vaikuttavia tekijöitä. Vastaukset olivat myös tältä osin mielenkiintoisia, sillä vastauksen avoimuudesta huolimatta niissä oli paljon yhteneväisyyksiä. Olen jaotellut näitä taulukkoon.



## 2.5.2 Lempivaate-käsite pohdinnan alla

Kysymyksissä 5, 6, ja 7 kysyttiin oliko vastaajalla itsellään lempivaatetta ja jos oli, niin mitä ominaisuuksia sillä oli, ja millaisiin tilanteisiin hän sen puki. Vastaukset olivat tyypiltään avoimia, joka mahdollisti vastaajan kuvailemaan omin sanoin vaateensa ja sen käyttämisen.

Vastaukset olivat hyvin yhteneväisiä, mikä oli mielenkiintoista. Melkein jokainen ilmoitti omistavansa jonkinlaisen lempivaateen tai niin sanotun luottovaateen. Yhdistäviä piirteitä vaatteille, melkeinpä jokaisen vastaajan mielestä, olivat niiden hyvä istuvuus, se että ne tuntuivat päällä mukavilta, olivat helppoja yhdistää erilaisiin asukokonaisuuksiin sekä käytännöllisiä vaateen hoidon kannalta. Muutama vastaaja kertoi, että varsinaisen lempivaateen sijaan hänellä oli enemmänkin lempiasukokonaisuuksia, tai että aina ajoittain jokin vaate nousi muita tärkeämmäksi ja hetken kuluttua se vaihtui toiseen. Muutama vastasi myös, että oikeastaan kaikki vaatteet olivat heille lempivaatteita, eikä niiden välillä ollut huomattavaa eroa. Yksi vastaaja myös vastasi selkeästi muista eroavasti, ettei hän käytä lempivaatteitaan kotona. Monella vastaajalla nimittäin lempivaatekuvailuissa oleellisesti oli mukana ajatus kotivaatteesta, jossa oli hyvä ja rento oleilla, mutta joka oli myös tarpeeksi hieno kodin ulkopuolella käytettäväksi. Pääosin vastaajia yhdisti siis lempivaateen käyttäminen monenlaisissa arjen tilanteissa.

Tällä hetkellä lempivaateeni on harmaat college-housut, joita en malttaisi riisua jalastani kuin yön ajaksi. Ne ovat ehdottoman mukavat ja huomaamattomat päällä, mutta myös siistit, joten voin hyvin hoitaa myös arkisia asioita ne jalassa.

Vastaus kysymykseen 5,  
vastaaja I

Rentous on tärkeää, mutta tyylikkyyttä täytyy olla, jotta niillä voi olla yleisillä paikoilla.

Vastaus kysymykseen 6,  
vastaaja M

Vastaukset näihin kysymyksiin olivat mielenkiintoisia ja osoittivat ainakin tämän kyselyn perusteella sen, että on mahdollista pitää vaatteesta samoisista syistä monen muun kanssa. Vastaukset antoivat informaatiota siitä, millainen hyvän mielen vaate voisi olla. Vaateen fyysisten ominaisuuksien korostuminen vastauksissa oli huomattavaa. Tämä voi kuitenkin osaksi selittyä sillä, ettei kysymyksissä ollut minkäänlaista johdattelua, joten luultavasti vastaajalle oli kaikista luonnollisinta ajatella ensisijaisesti vaateen fyysistä olemusta. Luultavasti muutama johdattelevampi kysymys olisi saanut vastaajan miettimään enemmän myös vaateen abstraktimpaa puolta.

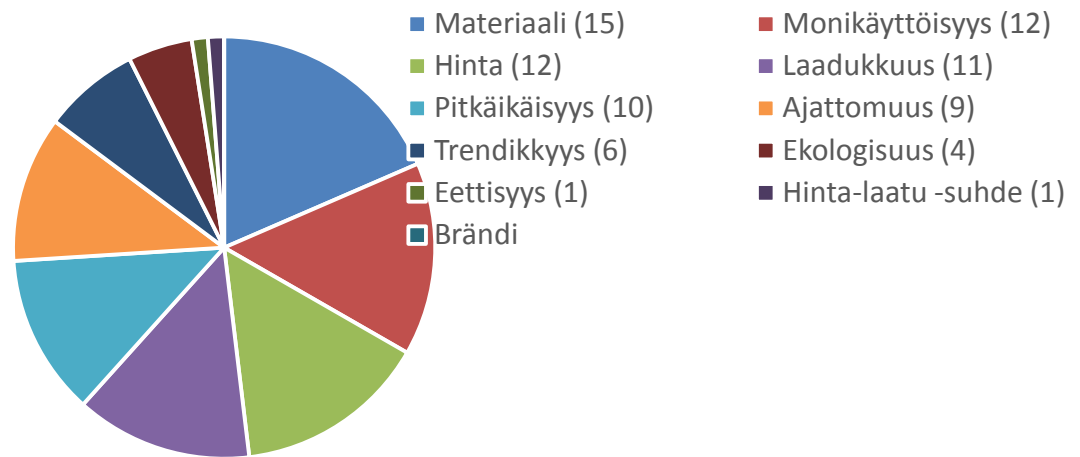
Muutama vastaaja mainitsi lempivaateen käyttämisen silloin, kun tarvitsi itsetunnolleen kohotusta. Vaatteilla on tutkittu olevan yhteyksiä ihmisen emotionaalisen tilan kanssa, kun ihminen on masentunut, hän kiinnittää huomiota pukeutumiseensa vähemmän, kun taas iloisella mielentilalla hän laittautuu kuin huomaamatta (Weaver 2012). Eräs tutkimus siitä, kuinka

supermies-logolla varustetun paidan pukemisella oli vaikutusta oppilaiden käsitykseen omasta voimakkuudestaan, osoittaa että ihmisen henkiseen prosessointiin pystyy vaikuttamaan symbolisen arvon omaavilla vaatteella. Alamme olla sitä, mitä päällemme puemme. (Fletcher 2014.)

### 2.5.3 Vaateen tärkeät piirteet ja niiden vaikutusten pohdinta

Kysymyksissä 8. a) ja 9. a) keskityttiin valitsemaan vaatteessa tärkeimpiä ominaisuuksia rastittamalla niitä valmiista vaihtoehdoista. Kysymykset toimivat ikään kuin valmistavina tehtävinä kohdassa 10 olevaa hyvän mielen vaateen kuvailua varten. Kohdissa 8 ja 9 oli myös molemmissa b kohta, jossa kysyttiin ominaisuuksien vaikutuksesta vastaajan kokemukseen vaatteesta ja siitä kuinka hän näki vaateen.

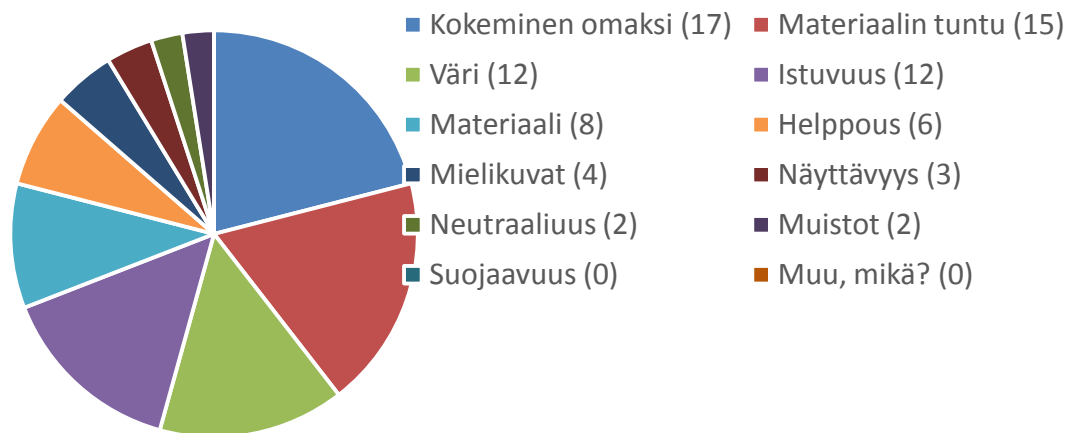
Kuvio 4. Kysymys 8.a) Mitkä seuraavista ovat itsellesi vaateen tärkeimmät arvolliset ominaisuudet?



Kuviossa 4 on kuvattu vaateen arvollisten ominaisuuksien tärkeyden suhteita toisiinsa kyselytutkimuksen vastausten perusteella. Kuviossa 5 on tehty sama vaateen olemuksellisille ominaisuuksille.



Kuvio 5. Kysymys 9. a) Mitkä seuraavista vaateen ominaisuuksista ovat sinulle tärkeimpiä?



Ominaisuuksista muutamat erottuivat selkeästi joukosta, ja jos tulosten perusteella tulisi suunnitella vastaajajoukolle yleispätevä mielihyvää tuottava vaate, se olisi siis monikäyttöinen, laadukas ja pitkäikäinen, materiaalin tunnulta se olisi asiakasta miellyttävä, istuisi hyvin ja olisi oikean värinen, sopivaa hintaa unohtamatta. Monet perustelivat vastauksiaan samoilla perusteilla kuin lempivaatteitaankin. Mukavuus päällä ja sopivuus omaan elämään koettiin tärkeiksi. Myös se, että vaate oli omannäköinen, oli yksi tärkeimmistä ja melkein jokaisen kohdalla määrittävin tekijä: jos käyttäjä koki vaateen omakseen, sen käyttäminen oli vaivatonta ja mukavaa. Oikeanlaisen vaateen käytöstä saatiin itsevarmuutta ja yleistä hyvää oloa. Kun tiesi, että vaate näytti hyvältä ja istui hyvin, positiivinen olo siitä heijastui myös käytökseen, joka muuttui itsevarmemmaksi. Jos vaatetta pystyi yhdistelemään monen muun kanssa, siihen ei ollut vaarana kyllästyä nopeasti ja se oli hyvä esimerkiksi matkustelun kannalta. Osa myös piti ajatusta laadukkuudesta ja pitkäikäisyydestä hyvänä siksikin, koska silloin vaate oli vaikutuksiltaan lähempänä vastaajan arvomaailmaa.

Ei ole arvojeni mukaista ostaa tiuhaan vaatteita ja hylätä ne uusien muotivirtojen tuomien vaatteiden tieltä. Näin ollen suosin enemmän laatua sekä vaateen ajattomuutta ja pitkäikäisyyttä trendikkyyttä unohtamatta.

Vastaus kysymykseen 8. b),  
vastaaja A

Vastauksissa korostui erityisesti vaateen mukava ja itsevarmuutta tuova vaikutus, joka syntyi silloin kun vaate ominaisuuksiltaan oli sopiva käyttäjälleen.

#### 2.5.4 Mielikuvat ja muistot kyselytutkimuksessa

Koska hyvän mielen vaatteen konseptin pohjalla olivat omat kokemukseni hyvää mieltä tuottavasta vaatteesta, oli kohdassa 9 yhtenä vaihtoehtona muistot, sillä muistojen vaikutus vaatteiden käyttöön on itselläni hyvin vahva. Positiiviset muistot jotakin vaatetta kohtaan ovat aiheuttaneet monesti hyvin syvän kiintymyksen vaatekappaleeseen, ja sen käyttämisestä on tullut tärkeää. Samaten hyvät muistot jonkin tyyllisistä vaatteista, ovat synnyttäneet samanlaisia reaktioita niihin törmätessä esimerkiksi kirpputorilla. Mielikuvat valikoituivat yhdeksi vaihtoehdoksi samoista syistä, koska olen kokenut mielikuvat aina yhdeksi vahvaksi osaksi omaa pukeutumistani ja tarkoitukseni oli tutkia, kuinka moni kokisi asian samalla tavalla. Vastaajista kuitenkin vain muutama valitsi ne vaatteen tärkeimmiksi ominaisuuksiksi.

Mielikuvien merkityksen vähyys koko kyselytutkimuksen tuloksissa laitto pohtimaan hyvän mielen vaatteen yhtä ajatusta siitä, että se rakentuisi osaltaan positiivisten mielikuvien ja positiivisen kehitysprojektin voimaan.

#### 2.5.5 Kyselytutkimukseen vastanneiden hyvän mielen vaatteita

Viimeiseen kohtaan tuli erilaisia vastauksia hyvän mielen vaatteesta. Osa vastaajista kuvaili varsin yksityiskohtaisestikin oman hyvän mielen vaatteensa materiaalia ja leikkauksia myöten. Osa kuvaili enemmän sen luoman tunnelman ja käyttäjälleen tuoman vaikutuksen kautta. Jokaisella vastaajalla oli kuitenkin jonkinlainen ajatus juuri hänelle soveltuvasta hyvän mielen vaatteesta, mikä oli kyselytutkimuksen ja hyvän mielen vaatteen konseptin kannalta positiivinen asia.

Pehmeys, pirteys sekä löysyys, mutta hyvännäköinen päällä. Tällaisia vaatteita voisi vaatekaapissa olla enemmänkin. Vaatteen tulee tuntua mukavalta päällä (pehmeys), antaa positiivista mieltä ja energiaa (pirteä väri), lisätä itsevarmuutta (ei tarvitse miettiä mahamakkaroita, löysyys) ja tietenkin olla hyvännäköinen.

Vastaaja A

Omaan kehonmalliin hyvin istuva ja imarteleo oikeista kohdista. Materiaali on hengittävää ja ilmavaa. Värimaailma muodostuu mustasta ja yhdestä tai useammasta tehoväristä. Vaate on helposti yhdisteltävissä ja se on pitkäkestoinen ja helppohoitoinen.

Vastaaja B

Kaupasta taitais löytyä omalle kukkarolle paremmin sopivia vaatteita, mutta jos nyt leikitään niin väriä saa olla, vaatteiden täytyy istua just eikä melkeen mutta kuitenkin täytyy olla päällä mukavat.

Vastaaja C

Hyvän mielen vaatteeni on persoonallinen mutta selkeä ja helppokäyttöinen, jakku, joka sisältää jopa hupun, leikkaukset voi olla erikoisetkin ja ne on toteutettu esim. kahdesta materiaalista. Hyvän mielen vaatteeni olisi enne kaikkea sopiva päällä ja muun vaatetuksen ympärillä se nousisi tärkeimpänä yksityiskohtana esille, juuri persoonallisten leikkausten ja materiaalien osalta, olemalla siltikin klassinen ja trendikäs.

Vastaaja D

Tunika/mekko arkikäyttöön. Pehmeän tuntuinen, väljä ja keveä. Hillityillä värivalinnoilla.

Vastaaja E

Helppokäyttöinen, yhdisteltävyys, vaatteesta tulee löytyä ”se jokin”, väri.

Vastaaja F

Arkeen ja juhlaan sopiva perusmekko, joka kestää käyttöä, istuu hyvin, tuntuu mukavalta ja näyttää hyvältä päällä muodokkaammallakin vartalolla. Siisti, hyvännäköinen vaate sopii käytettäväksi arkeen ja juhlavampaankin tilaisuuteen, silloin siinä yhdistyy mielestäni hyöty ja esteettisyys ja monikäyttöisyys, joka varmistaa tuotteen pysymisen käytössä. Arkisen juhlava vaate pysyy käytössä olemalla turvallinen, mutta näyttävä, ei liian pramea tai hieno pidettäväksi myös normaalissa arjessa, esim. töissä ja ystäviä tavatessa.

Vastaaja G

Joustava – ei purista, kiva pitää päällä. Kaulus – ei avonainen vaan mieluummin kaulukset, huppu tms. Istuva – pitää näyttää hyvältä. Liian rennot vaatteet (esim. collegehousut) saavat helposti näyttämään isokokoisemmalta mitä on.

Vastaaja H

Pehmeiden tuntu iholla, ohuehko materiaali ja luotettava, ihonsävyyn sopiva värisävy.

Vastaaja I

Tyylikäs, käytännöllinen, ei paljastava. Nämä asiat kun yhdistyvät vaatteessa niin se on juuri Minun vaate!

Vastaaja J

Trendikäs värikäs paita. Ei liian hörösyävä. Mielellään sporttinen malli, mikä sopii muiden rentojen vaatteiden kanssa. Tällainen siksi, että se on rento päällä.

Vastaaja K

Hyvän mielen vaate olisi sellainen joka istuu päälleni hyvin. Tuo itsevarmuutta sillä että asettuu hyvin päälle (esim. leikkaukset vartalotyypini mukaan jne). Materiaali tuntuu hyvältä päällä ja laskeutuu hyvin. Vaatteen väri tai kuosi on tyylikäs ja näyttävä. Vaate tulisi näyttää juuri minulta.

Vastaaja L

Naisellinen, värikäs, ei liian moderni, osittain istuva, mutta ei kokonaan ihonmyötäinen. Hyvän mielen ja – olon vaatteena pitkäkö paita, mekko tai haalarit olisivat mukava.

Vastaaja M

Paita, jossa poolokaulus, omalle kropalle suhteutettu paita. Farkut, jotka stretsiä, tumman väriset ja joustavat.

Vastaaja N

Materiaali, joustavuus, ripaus yksilöllisyyttä. Nämä ovat ne mistä hyvänolon tunne lähtee, kun on kiva vaate päällä. Ja ripaus yksilöllisyyttä. Tykkään pienistä hillityistä yksityiskohdista.

Vastaaja O

Paita, materiaaliltaan sifonkimainen, väriltään musta, löysähkön mallinen, hartioista istuva. V-kaula-aukko ja pitkähihainen. Takaa aavistuksen verran pitempi, mitä edestä.

Vastaaja P

Värikäs; raikkaat värit, jokin kuosi kankaassa. Malliltaan monikäyttöinen, väljä ja ilmava. Jokin ihana yksityiskohta esimerkiksi saumaratkaisuissa. Taskut, jonne saa kädet.

Vastaaja Q

Tykkään paljon neuleista ja takeista. Hyvän mielen vaate olisi helppo ja nopea pukea päälle.

Vastaaja R

Laadukas, valkoinen kauluspaita. Laadukas – selitän sen jo aiemmissa vastauksissa. Valkoinen – monikäyttöisyys ja klassisuus. Kauluspaita – se saa minut tuntemaan oloni itsevarmaksi. Päädyin tähän valintaan vaikka lempivaatteeni on eri.

Vastaaja S

Rento ja helppokäyttöinen, mutta sävyyttävä.

Vastaaja T

## 2.6 Kyselytutkimuksen arviointi

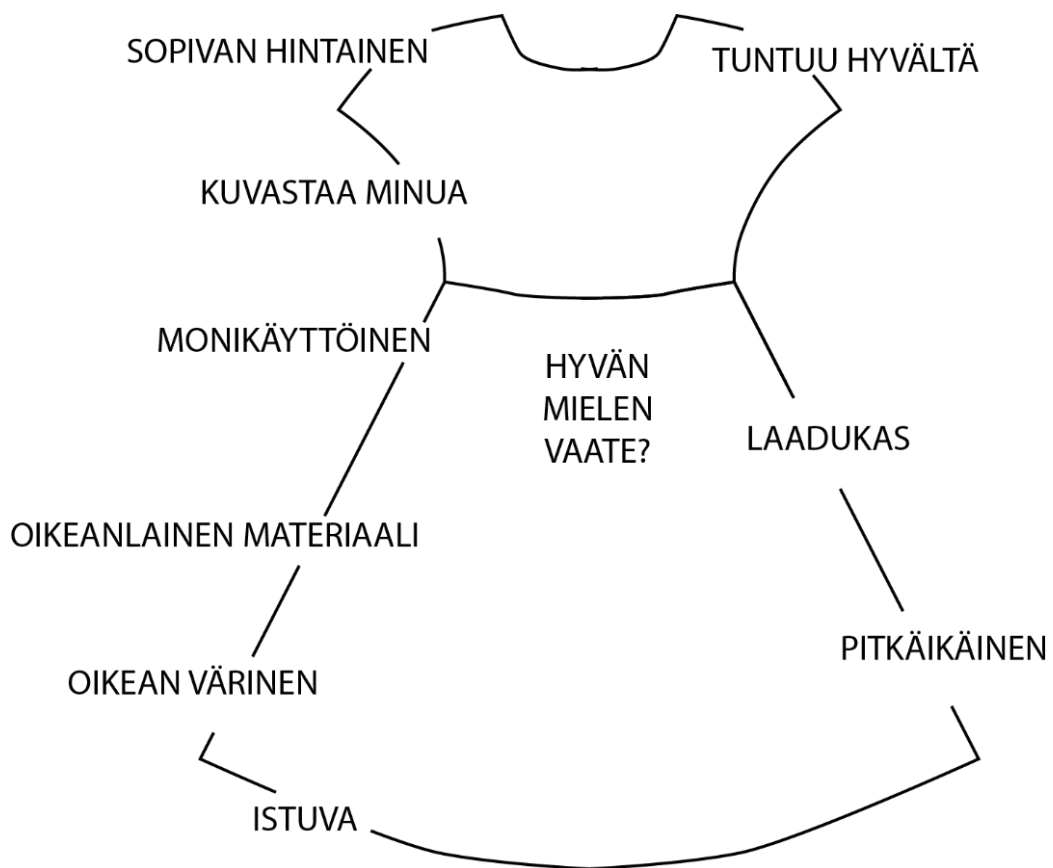
Kyselytutkimus oli vastauksiltaan hyvin mielenkiintoinen ja monipuolinen. Sen vastausten perusteella pystyi rakentamaan miellyttävän ja hyvää mieltä tuottavan vaatteen raamit. Puutteellista kyselytutkimuksessa oli kuitenkin se, että se ei lopulta kysymyksineen kunnolla keskittynyt siihen, mitä sillä haluttiin saada selville: oliko mielikuvilla ja muistoilla vaikutusta ihmisen lempivaatteen takana. Luultavasti tässä kohdassa olin prosessoinut hyvän mielen vaatetta liikaa omasta näkökulmastani, sillä kyselytutkimuksessa ei tullut selkeästi esille, mitä muistoilla tai mielikuvilla ja niiden vaikutuksella tarkoitettiin. On siis hyvin mahdollista, etteivät nämä vaihtoehdot avautuneet kunnolla vastaajille.

Tulosten perusteella muistoilla ja mielikuvilla ei näyttänyt olevan vaatteiden kannalta suurta merkitystä, mutta toisaalta nuo ominaisuudet voivat olla esimerkiksi alitajuntaisia, jolloin niiden havaitseminen itsessä ensiajatuksella on vaikeaa. Luultavasti helpoksi ja vaivattomaksi suunniteltu kyselytutkimuslomakeCOMPASTUI tässä kohdin omaan vaivattomuuteensa, ja varmempien tulosten saaminen noihin kysymyksiin vaatisi tutkimuksen, joka jo olemukseltaan porautuisi syvemmälle aiheeseen.

Kyselytutkimuksessa vaatteen ominaisuudet jaettiin arvollisiin ja olemuksellisiin ominaisuuksiin selkeyden vuoksi. Jälkeenpäin ajateltuna kohdassa 9 ominaisuudet olisi voinut jakaa vielä tarkemmin konkreettisiin, fyysisesti tunnettaviin ominaisuuksiin sekä tunteisiin pohjautuviin ominaisuuksiin. Tällöin mielikuvien ja muistojen vaikutukset olisivat varmasti tulleet selkeämmin myös vastaajalle mieleen. Tunteisiin pohjautuvien ominaisuuksien vaikutusta ja merkitystä olisi voinut tiedustella kysymyksellä, johon vastaajalla olisi ollut vapaan vastauksen mahdollisuus.

Tuloksia läpikäydessä ilmeni, että kyselylomakkeesta puuttui yksi hyvin perustavaa laatua oleva kysymys: Kokisiko kyselyyn vastaaja tällaisen hyvän mielen vaatteen tarpeelliseksi ja olisiko sille käyttöä vastaajan elämässä. Vaikka vastausten perusteella jokaisella vastaajalla oli olemassa ajatus itselleen sopivasta hyvän mielen vaatteesta, ei se kuitenkaan kertonut sitä, olisiko vastaaja kokenut tällaisen vaatteen itselleen tarpeelliseksi. Lisäksi kyselytutkimuksessa ei erotettu selkeästi lempivaatteen ja hyvän mielen vaatteen eroa, joka olisi ollut hyvän mielen vaatteen konseptin kannalta oleellista: hyvän mielen vaatteen ei tarvitse olla käyttäjänsä lempivaate.

Kyselytutkimus loi kuitenkin mahdolliset raamit hyvän mielen vaatteelle, joka on esitetty alla olevassa kuvassa (Kuva 3.). Niinpä se siis vastasi ainakin osittain esitettyyn kysymykseen siitä, millainen vaate tuo hyvää mieltä käyttäjälleen.



Kuva 3. Kyselytutkimuksen ainekset mahdolliselle hyvän mielen vaatteelle.

### 3 HYVÄN MIELEN VAATE -ASIAKASPROJEKTI

#### 3.1 Projektin lähtökohdat ja tavoitteen asettaminen

Projektin lähtökohdaksi oli ajatus vaatteesta, joka voisi toimia kantajalleen eräänlaisena hyvän mielen pankkina. Vaatetta käyttämällä sen kantaja saisi käyttöönsä positiivista energiaa ja esimerkiksi voimaa selviytyä päivän haasteista.

Projektin tavoitteena oli käyttäjäkeskeisyydessä onnistuminen. Tämä tarkoitti pyrkimystä keskittymään täysin asiakkaan esittämiin tarpeisiin ja toiveisiin, niin että tällaisen vaateen syntymiselle annettiin mahdollisuus. Yksi tavoitteista oli kuitenkin pitää projekti tarpeeksi kevyenä, sillä oli pelkona, että työn alla oleva vaate ylianalysoitaisiin jo ennen kuin se olisi olemassa ja muuttuisi enemmänkin ahdistavaksi kuin energisöiväksi. Tuotteen koko valmistuskaari, ideoinnista itse valmiiseen tuotteeseen, haluttiin siis pitää positiivisena ja mukavana asiakkaalle, sillä projektin hypoteesina oli, että koko tuotteen suunnitteluprosessi vaikuttaisi lopputulokseen: liian ahdistavana koettu suunnittelujakso olisi varmasti vaikuttanut myös kokemukseen vaatteesta. Siispä tämän jakson pitäminen positiivisena ja hauskana, mahdollisti samojen mielikuvien siirtämisen myös vaatteeseen.

#### 3.2 Asiakkaan esittely

Projektin asiakas oli 26-vuotias, noin reilu vuoden töissä ollut sairaanhoitaja. Hän asui pääkaupunkiseudulla, jonne hän muutti ammattiin valmistumisensa jälkeen. Häntä pyydettiin asiakkaaksi projektiin, koska maantieteellisesti katsottuna hän asui lähellä Hämeenlinnaa, mikä oli projektin kannalta hyvä asia. Lisäksi vaatteet ja pukeutuminen olivat hänelle tärkeitä, joten hän todennäköisesti tarttuisi haasteeseen innolla.

Pukeutuminen ja vaatteet on iso osa mun persoonaa ja ne tekee musta mut. Ne on tärkeä osa mun identiteettiä ja hyvät vaatteet tuo hyvää oloa ja itsevarmuutta.

Suhde pukeutumiseen,  
asiakkaan vastaus

Yksi huomionarvoinen piirre asiakkaan suhteesta vaatteisiin tuli ilmi, kun projektin alussa olleen haastattelun aikana käytiin keskustelua lempivaatteista: asiakkaalla ei ollut koskaan ollut tällaista. Syiksi hän epäili vaatekaappinsa sisällön suurta vaihtuvuutta, jonka vuoksi hän ei kerennyt kiintyä vaatteisiinsa. Tämän piirteen uskoin osoittautuvan suurimmaksi haasteeksi projektissa; kuinka onnistua suunnittelemaan sellainen vaate, jonka asiakas haluaisi pukea kerta toisensa jälkeen päälleen?





### 3.3.2 Haastattelu

Kuvakollaasin teon jälkeen oli haastattelun vuoro, joka pidettiin 17.2.2015. Haastattelun tarkoituksena oli kartoittaa asiakkaan suhtautumista pukeutumiseen ja vaatteisiin ja saada selville hänen tyyliinsä vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi käytiin läpi kuvakollaasia ja sen herättämiä tunteita, sekä sitä, mitä asiakas halusi sillä viestittää. Keskustelua oli myös siitä, millaiset hetket ja asiat tekevät asiakkaan onnelliseksi. Tämän tarkoituksena oli luoda haastattelutilanteesta asiakkaalle miellyttävä ja positiivinen. Lopuksi aihe siirtyi hyvään vaatteeseen, mistä ominaisuuksista se koostui ja mitä asiakas siltä odotti. Haastattelu oli muodoltaan hyvin vapaamuotoinen, ja asiakkaan vastaukset pyrittiin kirjaamaan sanatarkasti ylös. Keskustelun pohjana oli kyselylomake (Liite 1) ja muutama etukäteen mietitty kysymys koskien juuri onnellisuutta aiheuttavia asioita elämässä ja vaatteessa.

Ystävät ehtomasti(tekevät onnelliseksi) ja sit hyvä ruoka. Semmonen ihana yhes oleminen, ei mitää aikatauluja.--On olemas yks sana, joka kuvaa hyvin sitä, mihi mä joskus sorrun ja se on shoppailuterapia. Mut uuden löytäminen tekee joskus vaan tosi onnelliseks. Ihan vaik lenkkipoluissa.

Mikä tekee minut onnelliseksi,  
asiakkaan vastaus

Mul ei oo hirveen selkeet pukeutumistyyliä, en ainakaa ite koe nii. Ehkä parhaite kuvais sana rento tai street –tyylinen. Luen aika paljo blogei ja saan vaikutteit sieltä. Lisäks instagramista, sieltä saan myös vaikutteita.

Miten kuvailisin pukeutumistyyliäni,  
asiakkaan vastaus

Vaatteis mul on se, et mul ei oo oikee koskaa ollu mitään lempivaatetta, mut mul on kyl idea siitä millanen se voisi olla: mukava ja piristävä ja helppo vetää päälle. Se ois niinku täydelline joka paikan vaate.

Onko minulla lempivaatetta,  
asiakkaan vastaus

Pukeutues en tietosesti koita korostaa mitää piirrettä mussa, mut huomaa, et usein kyl koitan pukeutuu nii, et mun alavatta ja yläreidet ois piilossa.

Korostanko/peitänkö pukeutumisella joitakin piirteitäni,  
asiakkaan vastaus

Väreil ei oo niin suurta merkityst, mut oon huomannu et kevääl tykkään käyttää ilosii värei, kesäl vaaleempii ja syksyl tummia.

Onko väreillä vaikutusta vaatteessa,  
asiakkaan vastaus

Vaate tekee mut onnelliseks, jos se ei purista eikä oo epämuukava, ei oo sähkönen ja näyttää hyvältä. Lisäks joo, et se on

pehmee. Matskus on tärkeetä milt se tuntuu. Miltä koko vaate tuntuu.

Mikä tekee minut onnelliseksi vaatteessa,  
asiakkaan vastaus

### 3.3.3 Luonnostelu

Mun hyvän mielen vaate vois olla sellane, et siin on hyvä ja helppo olla ja vois tuntee itsevarmuutta. Se ois helppo ja nopee pukee päälle.

Millainen olisi hyvän mielen vaateeni,  
asiakkaan vastaus

Asiakkaan tekemän kuvakollaasin ja antaman haastattelun perusteella alkoi luonnostelu. Aluksi luonnoksia oli monia erityyppisiä (Kuvat 5. ja 6.), sillä pyrin yhdistelemään asiakkaan antamia vaateen toiveominaisuuksia mahdollisimman erilaisiin vaatteisiin, jotta asiakas voisi niistä poimia silmänsä eniten miellyttävät vaihtoehdot.



Kuva 5. Luonnoksia.



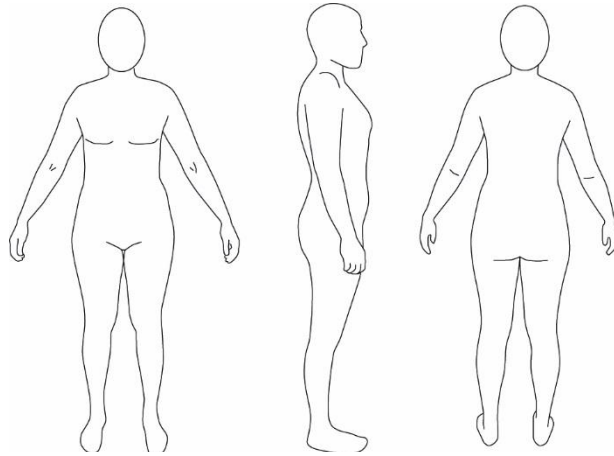
Kuva 6. Luonnoksia.

Haastavinta luonnosteluvaiheessa oli seurata täysin asiakkaan esittämiä toiveita. Suunnittelijana minulla on hyvin vahva persoona ja visio, ja välillä oma visioi hyvä mielen vaatteesta oli jyrätä alleen asiakkaan esittämät mielikuvat ja toiveet. Luonnosteluvaiheessa oli tärkeää pysytellä hyvin herkkänä asiakasta kohtaan sekä pysähtyä hetkeksi ja peräännyä aina, kun alkoi liikaa ajatella vaatetta omista lähtökohdista.

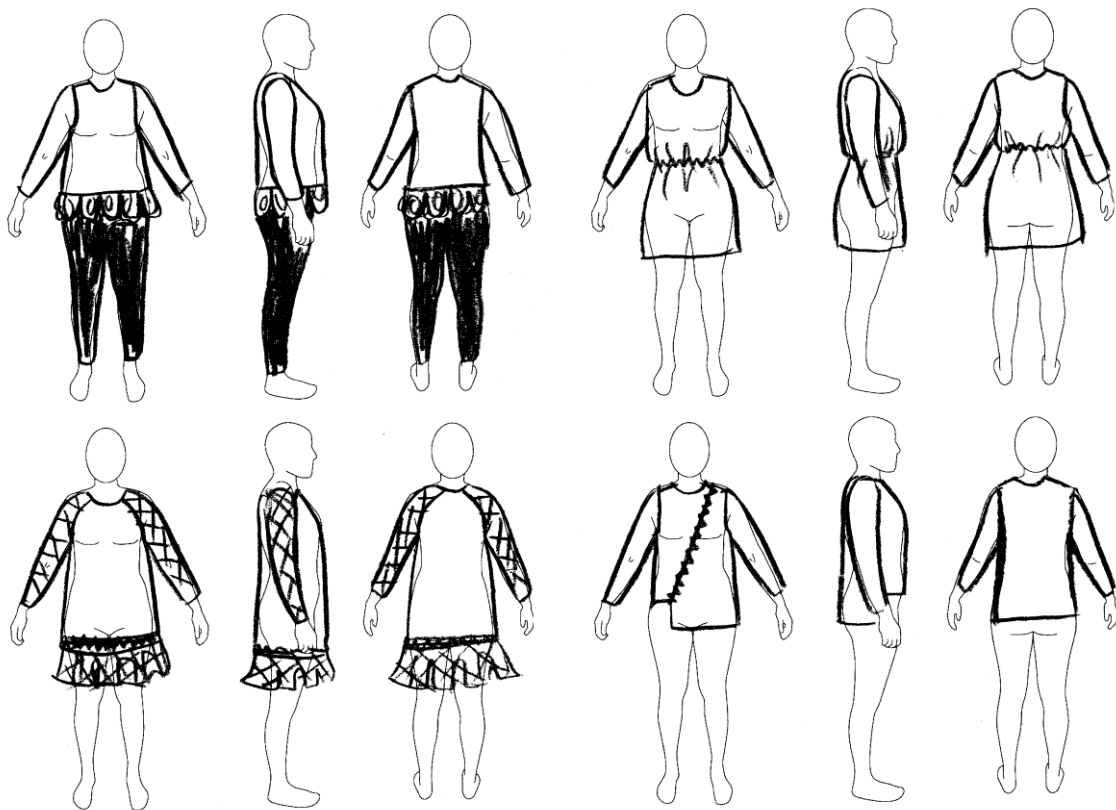
Yhteistyö asiakkaan kanssa luonnosteluvaiheessa oli hyvin tiivistä. Siispä väärinkäsitysten sattuessa ne saatiin korjattua pian ja suunnittelutyötä jatkettua oikeaan suuntaan. Väärinymmärryksiä sattui eniten vaatetta kuvaavien sanavalintojen kanssa. Opin, että sanoja ja kuvailuja on hyvä asettaa koko ajan asiakkaan kontekstiin ja miettiä, mitä ne voisivat tarkoittaa hänen puoleltaan lausuttuna ja tarvittaessa kysyä, miten asiakas itse ymmärtää sanomansa käsitteet ja voisiko niitä täsmentää esimerkein. Jos suunnittelija tarttuu sanoihin sen kummemmin niitä miettimättä ja prosessoi niitä liikaa omista lähtökohdistaan ja visioistaan, lopputulos ei vastaa millään lailla asiakkaan toiveita. Varsinkin tässä projektissa tunsin, että itselläni oli olemassa hyvin vahva mielikuva hyvän mielen vaatteesta, joten sain olla todella varovainen koko ajan, etten olisi tallonut asiakasta mielipiteilläni liikaa.

Välillä vaikeuksia tuotti asiakkaan tuntema epävarmuus omista ajatuksistaan ja toiveistaan. Koin, että tällöin suunnittelijana oli hyvä kannustaa asiakasta prosessoinnissa ja keksiä asiakkaalle keinoja, joiden avulla hän pystyi näkemään asiat taas uudesta näkökulmasta ja sai tukea omille tunteilleen ja mietteilleen. Esimerkkinä tästä oli tapaus, kun asiakas oli epävarma siitä, millaiset leikkaukset ja vaatteet sopivat hänen vartalolleen, ja luonnoksista hänen oli vaikea päätellä, miten vaatteet istuisivat hänen päälleen. Tämä tilanne oli esteenä päätösten teolle, joten ratkaisuna tähän asiakkaasta otettiin kuvat mahdollisimman ihonmyötäisissä vaatteissa ja niistä työstettiin figuuripiirustukset (Kuva 7.), joita vasten oli helppo peilailta ehdotettuja malleja (Kuva 8.). Kuvista asiakkaan oli helppo tutkailla

omaa vartaloon objektiivisesti ja huomata, että hänen pelkonsa olivat turhia. Osaltaan kuvat myös tukivat hänen aikaisempia käsityksiään siitä, mikä hänen vartalolleen parhaiten istuisi, ja näin ollen hän sai enemmän varmuutta sanoa mielipiteitään ja tunteuksiaan luonnoksista ja ehdoteista malleista.



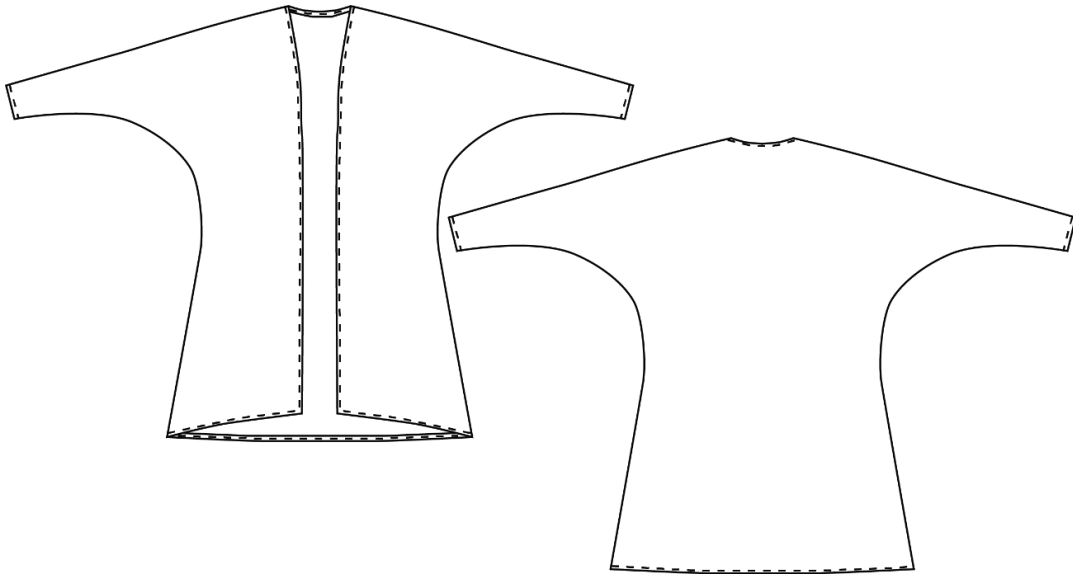
Kuva 7. Figuuripiirustus.



Kuva 8. Vaateluonnoksia figuuripiirustusten päällä.

Lopulta luonnostelun, palautteen, jatkoluonnostelun, kehittelyn, pohdinnan ja tunteiden kuulostelun jälkeen päädyttiin vaatekappaleeseen, joka oli alusta alkaen ollut jollain lailla asiakkaan ajatuksissa mukana (Kuvat 9. ja

11.). Valmistettavaksi vaatteeksi valittiin hyvin yksinkertainen kevyestä sifonkikankaasta valmistettava takki, jonka voisi vetäistä asukokonaisuuden päälle kuin viimeiseksi silaukseksi, mutta joka samalla voisi toimia eräänlaisena turvavaatekappaleena.



Kuva 9. Tasokuva tulevasta hyvän mielen vaatteesta.

### 3.3.4 Kankaan valinta

Mallin päättämisen jälkeen oli vuorossa materiaalin etsinnän aloitus. Asiakkaan kanssa varauduttiin siihen, että juuri oikean kankaan löytämiseen voisi mennä kauankin aikaa ja sen takia etsiminen aloitettiin ennen kaavoitusta. Mutta kangas löytyikin heti ensimmäisestä kaupasta ensimmäisellä etsintäkerralla (Kuva 10.).

Kankaan etsintä ja hankinta tehtiin asiakkaan ehdoilla, oma roolini oli vain antaa muutamia käytännön vinkkejä materiaalien ominaisuuksista, mm. sähköisyydestä ja laskeutuvuudesta. Löytynyt kangas sopi asiakkaan omiin väreihin täydellisesti ja hän ihastui siihen. Ostopäätös syntyi nopeasti, mihin toisaalta sisältyi myös riskejä: olisiko kangas vain heräteostos, joka sillä hetkellä tuntuisi aivan ihanalta, mutta lopulta se olisi kaikkea muuta. Toisaalta kangas sopi täydellisesti asiakkaalle, sitä oli tarpeeksi ja se oli materiaalina juuri sellainen mitä etsittiin ja se herätti asiakkaassa vahvan positiivisen tunnelatauksen. Jälkimmäisten syiden vuoksi ostopäätökseen päädyttiin.





Kuva 10. Valittu sifonkikangas.



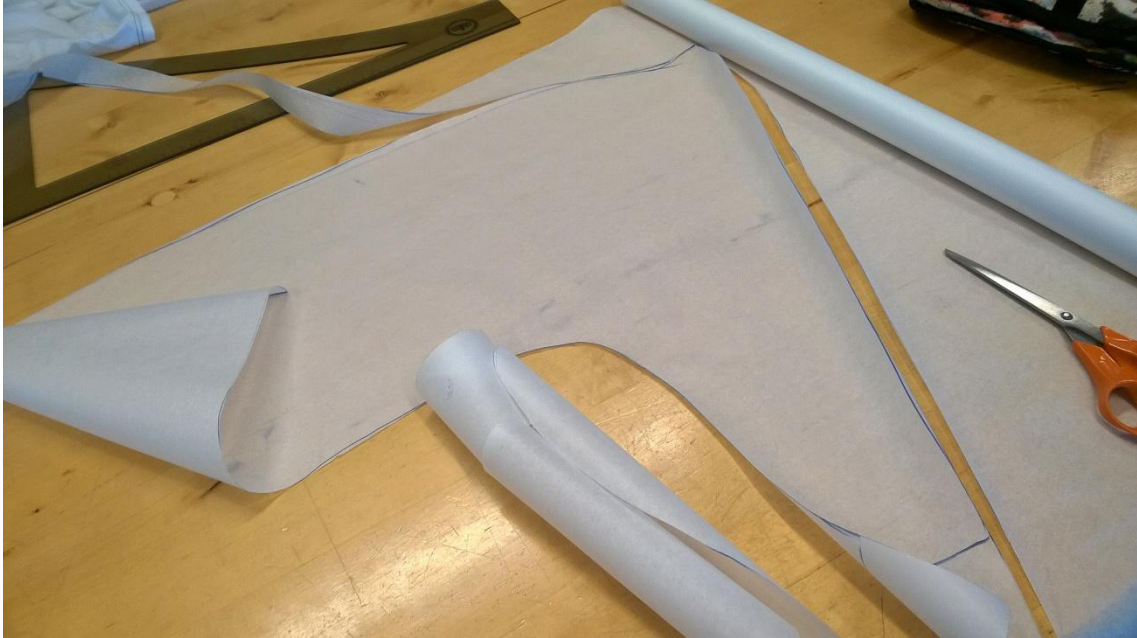
Kuva 11. Esityskuva tulevasta hyvän mielen vaatteesta.

### 3.3.5 Kaavoitus ja mallikappaleen valmistus

Itse kaavoitukseen ja mallikappaleen valmistukseen ei mennyt paljoa aikaa, sillä sifonkitakin malli oli hyvin yksinkertainen, eikä siihen tullut mitään yksityiskohtia tai hihanistutuksia. Takkiin tuli hieman a-linjainen malli ja siinä oli kokopitkät kimonohihat. Mittoja takin kaavoitukseen olivat rinnan ympäryys, niskan leveys, käsivarren pituus, ranteen ympäryys ja pituus niskasta polvitaiveeseen (Kuva 12.).

Takista valmistettiin ensin mallikappale, jota sovitettiin, ja sovituksessa katsottiin takin lopullinen pituus ja hihan pituus ja väljyys (Kuva 13.). Myös takin edustan päällekkäisyyttä vähennettiin sekä vyöstä luovuttiin.

Sovituksen jälkeen kaavaan tehtiin tarvittavat korjaukset, vaate valmistettiin lopullisesta kankaasta, ja asiakas sai sen käyttöönsä 16.5.2015 (Kuvat 14.,15. ja 16.).

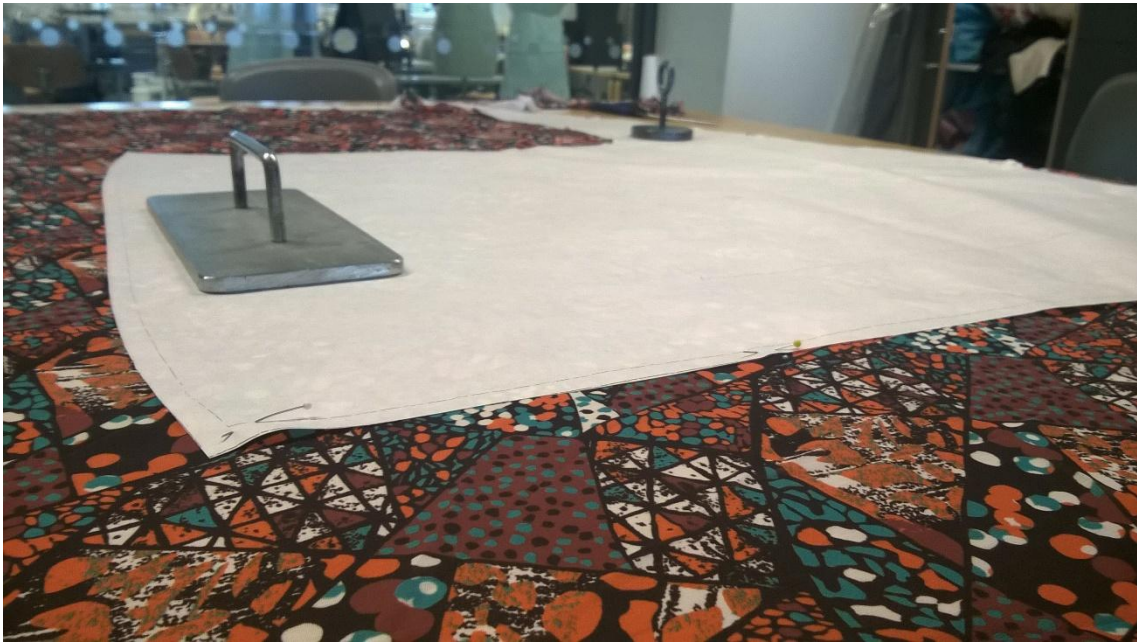


Kuva 12. Kaavoitusta 23.4.2015.



Kuva 13. Proton sovitus 25.4.2015.





Kuva 14. Kankaan leikkuuta 28.4.2015.



Kuva 15. Ompelua 30.4.2015.





Kuva 16. Viimeinen sovitus 16.5.2015.

### 3.3.6 Valmis hyvän mielen vaate ja kokeilujakso

Vaateen (Kuva 17.) kokeilujakso alkoi samana päivänä, kun asiakas sai vaateen käyttöönsä. Alkuperäinen ajatus oli, että asiakas olisi pitänyt koko syyskuuhun kestävän kokeilujakson ajan päiväkirjaa vaateen käyttämisestä. Päiväkirjassa hän olisi pohtinut syitä vaateen käyttöön ja tuntemuksiaan sekä miettinyt millaisiin tilanteisiin huomasi pukevansa sen. Tästä suunnitelmasta kuitenkin luovuttiin, sillä pelkäsin sen asettavan vaateen taas liiallisen analysoinnin kohteeksi ja ”siksi vaatteeksi, jonka käyttämiseen tarvittaisiin aina jonkinlainen syy tai analyysi”. Tämän takia päädyttiin siihen, että asiakas saisi vapaaehtoisesti merkitä ylös asioita, joita sattuisi tulemaan mieleen vaateen käytön yhteydessä ja kokeilujakson päätteeksi häntä haastateltaisiin. Näin vaateen käyttäminen säilyisi mahdollisimman vapaana ja helppona ja ehkä sen alkuperäinen tarkoitus tulisi paremmin esiin.

Haastattelusta luovuttiin, sillä sen toteuttaminen ei aikataulullisesti onnistunut projektin lopussa. Laadin kysely- ja palautelomakkeen asiakkaan täytettäväksi syyskuussa 2015 ja lähetin sen sähköpostitse 20.9.2015, joten kokeilujakson pituudeksi tuli vähän reilu neljä kuukautta.



Kuva 17. Hyvän mielen vaate, kuvat: Niina Riihimäki.

### 3.4 Lopputulos

#### 3.4.1 Analysointi ja johtopäätökset

Projektin alussa mietin, että projektille oli olemassa kaksi mahdollista lopputulosta: hyvän mielen vaatteen tavoitteessa onnistuttaisiin täysin tai ei ollenkaan. Lopputulos oli kuitenkin, kuten elävässä elämässä yleensä, monivivahteinen ja sijoittui jonnekin asetettujen karkeiden vaihtoehtojen keskivälille.

Asiakas kertoi palautteessaan, että takki istui ja laskeutui hyvin, tuntui päällä kevyeltä ja hyvältä ja saamiensa kehujen myötä hän oli saanut lisää itsevarmuutta käyttää sitä. Hän kuitenkin kertoi, että takin pukeminen vaati itsevarmuutta ja että sen kuviollinen kangas oli hänen tyyliinsä liian vahva. (Liite 2.)

Vaikka pidänkin kuosista, takin käyttäminen on vaatinut itsevarmuutta ja rohkeutta. Takin pukeminen vaatii myös tietynlaisen mielentilan, joka liittyy itsevarmuuteen ja rohkeuteen, koska vaatteella erottuu massasta.

Liite 2,  
Asiakkaan vastaus kysymykseen 3. a)

Paras puoli takissa asiakkaan mielestä oli ehdottomasti miltä se tuntui päällä. Hän kuitenkin kirjoitti, että vaate unohtui välillä muiden vaatteiden joukkoon ja aina löytäessään sen uudestaan hän mietti, miksi ei ollut sitä

käyttänyt. Vastauksissa tuli ilmi myös jo projektin alussa kohdattu yksityiskohta siitä, että asiakkaalla ei ole ollut lempivaatteita.

Mutta takista ei kuitenkaan tullut sellaista että puen sen mieleen päälle. Minulla harvoin on lempivaatteita ja vaatekaapissani on suuri vaihtuvuus. Vaatteeni ei ole koskaan kovin pitkäikäisiä, siksi oli ehkä tähänkin vaatteeseen vaikea luoda lempivaatesuhdetta.

Liite 2,  
Asiakkaan vastaus kysymykseen 4. a)

Jos asiakas olisi saanut muuttaa jotakin vaatteestaan, hän olisi vaihtanut siihen hillitymmän kankaan. Kangas nousikin suurimmaksi syyksi, miksi asiakas oli tuntenut epävarmuutta takin käyttöä kohtaan. Osasyynä hän esitti myös takin värien syksyisyyden, jonka takia hän ei ollut osannut käyttää takkia niin paljon sen kesäaikaan osuvan kokeilujakson aikana.

Vaate oli kuitenkin asiakkaan omasta mielestä hyvän mielen vaate. Mahdollisesti positiiviset kommentit, joita hän oli saanut takista, olivat muovanneet tätä mielipidettä. Asiakkaan mielipide oli tärkeä, sillä se kertoi selvästi, että vaikka projektin lopputulos ei vastannut omia asettamiani raameja hyvän mielen vaatteelle ja sen työstämiselle, se vastasi kuitenkin johonkin asiakkaan mielikuvaan.

### 3.5 Projektin arviointi

Kokonaisuudessaan projekti eteni jouhevasti. Yhteistyö asiakkaan kanssa oli pääosin sujuvaa ja helppoa. Vaikeuksia tuotti vain taipumukseni ajatella välillä asiakkaan puolesta, jolloin muutaman kerran jouduttiin palata otettuja askeleita pitkin takaisin sinne mistä lähdettiin. Asiakkaan mielestä projekti sujui hyvin, yhteistyö oli hänen mielestään mutkatonta, ja asiat hoituivat ripeästi aina, kun siihen oli tarvetta.

Kun mietitään projektin onnistumista, vaatteen kokeilujakson yhteydessä esille tullutta ongelmaa vaatteen kankaan ulkonäön sopivuudesta asiakkaalle ei voi ohittaa, sillä se tuli hyvin vahvasti esille asiakkaan loppupalautteessa antamissa vastauksissa. Kangasta etsittäessä valitsin tietoisesti roolini, johon kuului pääosin vain käytännön neuvojen anto materiaalien kanssa ja annoin asiakkaan tehdä valintansa kaiken muun suhteen. Kun kangas löytyi ja sen ostamista mietittiin, kävi ilmassa järkevä kysymys siitä, oliko kuvio siltikään ihan asiakkaan tyylin mukainen, joka koostui kuitenkin pääosin hillityistä ja neutraaleista väreistä. Päätin silti jättää järkisyyt lausumatta ääneen ja seurata vahvaa inspiraatiota, joka kankaasta syntyi asiakkaalle. Näin jälkikäteen katsottuna tunsin olevani vastuussa toimintani perusteella tässä tapauksessa ongelmalliseksi muodostuneen kankaan valinnassa. Kankaan ostamista olisi voinut miettiä hieman kauemmin, tehdä laajempaa kartoitusta saatavilla olevista materiaaleista ja yksinkertaisesti kysyä asiakkaalta, pystyisikö hän näkemään itsensä vaatteessa, joka olisi tehty juuri tuosta kankaasta.

## 4 POHDINTA

Yksi ongelma opinnäytetyötä tehdessä oli aineiston keruuseen liittyneet haasteet. Aineistoa, joka olisi keskittynyt opinnäytetyön pääkysymyksiin, ei löytynyt. Sen sijaan löytyi aineistoa yleisesti pukeutumisen tutkimuksesta sekä erityisesti pukeutumisen sosiaalipsykologisesta näkökulmasta. Lisäksi löytyi artikkeleita, jotka sivusivat opinnäytetyön aihetta. Tämän vuoksi käytetty pohja-aineisto on suppeahko ja sen käyttö perustuukin tulosten tulkitsemiseen yksittäisissä tilanteissa. Luultavasti syyt aineiston löytymisen ongelmille olivat siinä, että suomen kielellä saatavia julkaisuja tästä aiheesta on vähän, ja etsittäessä englanninkielisiä julkaisuja, oikeanlaiset hakusanat olivat hakusessa.

Koska aineistoa oli hankala löytää, koko opinnäytetyöprojektin alussa päädyttiin siihen, että vaatteen konseptin taustalla ei ole mitään tieteellistä teoriaa, vaan että se saisi muotoutua itsestään omaan muottiinsa, joka sitten vertautuisi projektia kohtaan asetettuihin odotuksiin ja tavoitteisiin. Tämä tuntui projektia aloittaessa hyvältä, mutta katsottaessa sitä kokonaisuutena, sen runkona toimiva vankempi teoria olisi todennäköisesti ollut vain hyvä asia. Vaikka projektin aikana oli tiedostettuna vaatteen psyykkisten, sosiaalisten ja fyysisten ominaisuuksien vaikutus kokonaisuvaan vaatteesta, niiden havainnoiminen ilman mitään selkeää näkökulmaa tuotti hankaluuksia. Tällöin pohjalla oleva teoria olisi tuonut helpotusta ja vertailupohjaa tutkimukseen. Toisaalta projekti tuotti paljon hyvää ja monipuolista materiaalia juuri sen takia, ettei siinä keskitytty pohtimaan vaatteita minkään valmiin teorian pohjalta. Vaikka tulokset ovat siis osin hajanaisia ja niiden perusteella on vaikeaa tehdä mitään lopullista analyysiä, ne kuitenkin aukaisevat monta tutkittavaa polkua eteenpäin. Projekti siis toimi eräänlaisena lähtölaukauksena hyvän mielen vaatteen konseptin laajemmalle käsittämiseksi, uusille projekteille ja teoriapohjan löytymiseksi.

Emilia Oinonen on tutkinut opinnäytetyössään Mörkö vaatekaapissa, Tutkimus pukeutumisen ja itsetunnon välisistä suhteista ja pukeutumisen esteistä (2009) pukeutumisen mörköjä, eli millaisia esteitä naisten pukeutumisesta löytyy. Hän tutkii aihetta kontekstuaalisen näkökulman pohjalta käyttäen esimerkkeinä neljää haastattelemaansa naista. Tutkimuksessa viihtelevät sanat yksilön muistot, minäkäsitys ja itsetunto sekä ulkoisen olemuksen kautta tapahtuva sosiaalinen vuorovaikutus.

Tutkimustulokset Oinosen opinnäytetyössä ovat hyvin mielenkiintoisia, neljä naista edustavat erilaisia lähtökohtia pukeutumiseen ja heidän suhtautumisessaan vaatteisiin onkin nähtävissä eroavaisuuksia, muun muassa muodin ja sosiaalisen paineen vaikutuksen kautta. Yksi mielenkiintoisia piirteitä on muistojen vaikutus vaatevalintoihin ja pelkoihin, joka ei omassa tutkimuksessani tullut niin suuresti esille, mutta joka ilmiönä kiinnostaa itseäni hyvin paljon. Tutkimuksesta löytyy yhteneviä piirteitä naisten pukeutumiseen vaikuttavien asioiden välillä ja yksi sellainen on esimerkiksi itsetunnon vaikutus pukeutumiseen, mikä säätelee ajoittain haastateltavien rohkeutta pukea päälleen liian poikkeavia vaatteita. (Oinonen 2009, 25-42.)

Tämän opinnäytetyön tutkimustulosten asettaminen Oinosen tekemän tutkimuksen kontekstiin on mielenkiintoista ja avaa ajatuksia monella tavalla. Tämä aineisto löytyi vasta opinnäytetyöprosessin loppuvaiheilla, eikä se siis vaikuttanut alussa asetettuihin odotuksiin sekä tutkimusentekosuunnitelmiin hyvän mielen vaatteesta. Tämä on toisaalta harmi, sillä hyvän mielen vaateen käsitettä olisi voitu tutkia myös pukeutumisen esteiden kannalta; mitkä asiat toimivat esteenä jonkin vaateen pukemiselle, mitä näille möröille olisi tehtävissä tai miten niiden kohtaaminen olisi vältettävissä.

Asiakasprojektin lopputuloksen perusteella en voi olla ajattelematta, että asiakkaan kanssa törmättiin mahdollisesti jonkinlaiseen mörköön, esteeseen, takin materiaalivalinnan kanssa. Yksi hyvän mielen vaateen konseptin kehitystapa voisi olla, että prosessin alussa tällaiset mahdolliset esteet, niiden mahdolliset syyt ja ilmeneminen kartoitettaisiin, jotta niihin osattaisiin varautua ajoissa. Toinen kehitystapa voisi olla projektin asiakaslähtöisyyden muuttaminen niin, että asiakkaan toiveita ja ideoita kyseenalaistettaisiin enemmän. Näin myös asiakas pystyisi kyseenalaistamaan omia käyttäytymismallejaan ja pukeutumisvalintojaan ja näkemään syitä niiden takana helpommin. Kysymykselle ”Mikä tekee vaatteesta erityisen?” voisi sen fyysisten ja arvollisten ominaisuuksien kartoittamisen lisäksi ottaa vertailukohtaksi vaateen, joka osoittautuu asiakkaalle täydellisenä mörkönä, vaatteena, jota hän ei ikinä voisi laittaa päälleen. Tällöin suunnistaminen asiakkaan hyvän mielen vaateen luokse, jos ei nyt helpottuisi, niin ainakin olisi askeleen verran varmempaa.

Yksi asiakasprojektin kantava ajatus siitä, että jos projektin pitäisi kaikilta osin positiivisena ja miellyttävänä asiakkaalle, niin se tekisi myös vaatteesta positiivisesti vaikuttavan, ei saanut näyttöä tulosten pohjalta. Kenties ihmiseen olennaisesti kuuluu taipumus luoda suhteita asioihin syvällisempien kokemusten kautta, kuin vain kevyen onnellisten ja positiivisten kokemusten kautta. Hyvän mielen vaateen konseptia voisi laajentaa käsittämään ja ymmärtämään myös tätä puolta ihmisen käyttäytymisestä, joka tarkoittaisi siis asiakkaan käytösmallien tutkimista ja ymmärtämistä: mihin asioihin hän esimerkiksi kiintyy ja mikä tämän aiheuttaa, mitkä asiat vaikuttavat häneen positiivisesti ja miksi. Haastattelussa tätä aihetta sivuttiin, mutta painopiste oli enemmänkin vain positiivisen ilmapiirin luomisessa, kuin vastausten syvällisessä analysoinnissa. Kun asiaa nyt ajattelee uudestaan, juuri noissa kysymyksissä voisi kuitenkin piillä avain hyvän mielen vaatteeseen.

Opinnäytetyön tutkimustyön lopputulokset kannustavat jatkamaan aiheen tutkimista pidemmälle. Pintaa on nyt raapaistu ja tuloksia saatu, jotka antavat suuntaviivoja jatkaa eteenpäin. Olen optimistinen sitä kohtaan, että raamit hyvän mielen vaatteelle löytyvät tulevaisuudessa, lähestymistapaa tulee vain muuttaa hieman kattavammaksi ja kohdevaloa siirtää vaatteesta enemmän sen käyttäjää päin. Hän on kuitenkin se, joka vaateen pukee päälleen ja kokee sen mahdollisen voiman.





## LÄHTEET

Fletcher, B., C. 2014. What Your Clothes Are Telling You. Psychologytoday.com. Viitattu 25.9.2015. <https://www.psychologytoday.com/blog/dsomething-different/201405/what-your-clothes-are-telling-you>

Johdanto positiiviseen psykologiaan & resursseja n.d. Suomen positiivisen psykologian yhdistyksen internetsivut. Viitattu 25.9.2015. <https://positiivinenpsykologia.wordpress.com/positiivinen-psykologia/>

Johnson, K., Lennon, S., J. & Rudd, N. 2014. Dress, Body and Self: Research in the Social Psychology of Dress. Fashion and Textiles: International journal of Interdisciplinary Research. Viitattu 25.9.2015. <http://link.springer.com/article/10.1186/s40691-014-0020-7>

Kaiser, S., B. 1998. The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context. 2. painos. New York: Fairchild Publications.

Koskennurmi-Sivonen, R. 2012. 1. Ihmiset pukeutuvat. Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen, 5-14. Tekstiilikulttuuriseuran julkaisuja 6/2012. Tekstiilikulttuuriseura Helsinki. Viitattu 25.9.2015. [https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwiEzYCj0pDIAhVjdXIKHXDXCGg&url=https%3A%2F%2Fhelda.helsinki.fi%2Fbitstream%2Fhandle%2F10138%2F39202%2FJohdatuksia\\_pukeutumisen\\_tutkimukseen.pdf%3Fsequence%3D2&usg=AFQjCNF8hibIU2duHqP8f3lfVV5dZtRSMQ&vm=bv.103627116,d.bGQ](https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwiEzYCj0pDIAhVjdXIKHXDXCGg&url=https%3A%2F%2Fhelda.helsinki.fi%2Fbitstream%2Fhandle%2F10138%2F39202%2FJohdatuksia_pukeutumisen_tutkimukseen.pdf%3Fsequence%3D2&usg=AFQjCNF8hibIU2duHqP8f3lfVV5dZtRSMQ&vm=bv.103627116,d.bGQ)

Koskennurmi-Sivonen, R. 2012. 4. Minä ja muut arjen näyttämöllä – Symbolinen interaktionismi pukeutumisen tutkimuksessa. Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen, 73–94. Tekstiilikulttuuriseuran julkaisuja 6/2012. Tekstiilikulttuuriseura Helsinki. Viitattu 25.9.2015. [https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwiEzYCj0pDIAhVjdXIKHXDXCGg&url=https%3A%2F%2Fhelda.helsinki.fi%2Fbitstream%2Fhandle%2F10138%2F39202%2FJohdatuksia\\_pukeutumisen\\_tutkimukseen.pdf%3Fsequence%3D2&usg=AFQjCNF8hibIU2duHqP8f3lfVV5dZtRSMQ&vm=bv.103627116,d.bGQ](https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CB0QFjAAahUKEwiEzYCj0pDIAhVjdXIKHXDXCGg&url=https%3A%2F%2Fhelda.helsinki.fi%2Fbitstream%2Fhandle%2F10138%2F39202%2FJohdatuksia_pukeutumisen_tutkimukseen.pdf%3Fsequence%3D2&usg=AFQjCNF8hibIU2duHqP8f3lfVV5dZtRSMQ&vm=bv.103627116,d.bGQ)

Koskennurmi-Sivonen, R. n.d. 1. Vaatetus, pukeutuminen ja muoti –ero ja erottamattomuus. Viitattu 25.9.2015. <https://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0CCcQFjABahUKEwjLiOHGjZLIAhUB2CwKHb1MDNo&url=http%3A%2F%2Fwww.helsinki.fi%2F~rkosken%2Fvaatekirja01.pdf&usg=AFQjCNHX2hy5mOX2Uq0w9hEE-kdiqsk6YA>

Luento 2: Käyttäjakeskeinen suunnittelu. 2008. Luento käyttäjakeskeisestä suunnittelusta. Tampereen teknillinen yliopisto. Viitattu 25.9.2015. <http://www.cs.tut.fi/~kaper/syky08/luennot/S08L2.pdf>

Oinonen, E. 2009. Mörkö vaatekaapissa, Tutkimus pukeutumisen ja itsetunnon välisistä suhteista ja pukeutumisen esteistä. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Vaatetusalan koulutusohjelma. Opinnäytetyö.  
<http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200906093813>

Pukeutumisen tutkimus. n.d. Wikipedia. Viitattu 25.9.2015.  
[https://fi.wikipedia.org/wiki/Pukeutumisen\\_tutkimus](https://fi.wikipedia.org/wiki/Pukeutumisen_tutkimus)

Weaver, R. 2012. The Link Between Clothing Choices and Emotional States. Goodtherapy.org. Viitattu 25.9.2015.  
<http://www.goodtherapy.org/blog/link-between-clothing-choices-and-emotional-states-0330124>



## KYSELYTUTKIMUS

Hei!

Olen muotoilun 4. vuoden opiskelija Hämeen ammattikorkeakoulussa ja teen opinnäytetyötä aiheesta hyvän mielen vaate. **Hyvän mielen vaatteen olisi tarkoitus toimia arkielämän voimaa antavana vaatekappaleena, joka antaisi käyttäjälleen lisää itsevarmuutta ja turvantunnetta sekä hyvää boostia päivään.**

Opinnäytetyöhöni kuuluu osana kyselytutkimus, jossa kartoitan nuoren 20–30 -vuotiaan naisen suhtautumista vaatteisiin ja mikä erityisesti tuo hänelle vaatteessa hyvää mieltä. Tässä kyselyssä lähestyn aihetta lempivaate-käsitteen kautta, jonka toivoisin auttavan luomaan positiivisia mielikuvia ja pohtimaan juuri niitä asioita ja ominaisuuksia, jotka tekevät jostakin vaatekappaleesta rakkaan ja merkityksellisen. Kyselytutkimus muodostuu 10 kysymyksestä ja niiden lisäksi voit liittää kuvan lempivaatteestasi mukaan.

Vastauksiasi käsitellään luottamuksellisesti ja ne tulevat opinnäytetyöhöni anonyyminä. Lisäksi mahdollinen kuva rajataan opinnäytetyössä pelkkään vaatteeseen.

Kiitos vastauksistasi etukäteen! 😊

Terveisin Anna-Kaisa Suoraniemi

**KYSELYTUTKIMUS**

1.  Opiskelija  töissäkäyvä

2. Kuinka tärkeitä vaatteet ovat sinulle?

Tärkeä osa elämää ja identiteettiä  melko tärkeä osa elämää ja identiteettiä  ei niinkään tärkeitä

3. Mikä seuraavista kuvailee tyyliäsi parhaiten? Voit valita useampia.

Klassinen  Glamour  Moderni  Retro  Second-hand  Boheemi  Rock  
 Trendikäs  Etninen  Sport  Street  Romanttinen  Bisnes

muu, mikä \_\_\_\_\_

4. Mitkä tekijät vaikuttavat tyyliisi?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

5. Onko sinulla lempivaatetta/ -vaatteita? Mikä? Jos ei ole niin miksi?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

6. Mitä ominaisuuksia lempivaatteellasi /-vaatteillasi on?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

7. Millaisissa tilanteissa/ minkälaisiin tilanteisiin puet lempivaatteesi? Miksi?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Jatkuu

Jatkuu

8. a) Mitkä seuraavista ovat itsellesi vaatteen tärkeimmät arvolliset ominaisuudet?

Hinta Laadukkuus Ekologisuus Eettisyys Monikäyttöisyys Pitkäikäisyys  
Ajattomuus Materiaali Trendikkyys Brändi

muu, mikä? \_\_\_\_\_

b) Miten ne vaikuttavat kokemukseesi ja 'kokonaisfiilikseesi' vaatteesta?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

9. a) Mitkä seuraavista vaatteen ominaisuuksista ovat sinulle tärkeimpiä?

Väri Materiaalin tuntu Materiaali Mielikuvat Istuutus Helppous Näyttävyyys  
Neutraaliuus Kokeminen omaksi Suojaavuus Muistot

muu, mikä? \_\_\_\_\_

b) Millainen vaikutus niillä on sinuun? (Esim. materiaalin pehmeys/kovuus/sileyys)

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

10. Kuvitellaan, että sinulle suunnitellaan hyvän mielen ja -olon vaate ja saat kuvailla sitä suunnittelijalle muutamilla tarkoin valituilla sanoilla. Mitkä ne olisivat ja miksi?

*Hyvän mielen vaatteen olisi tarkoitus toimia arkielämän voimaa antavana vaatekappaleena, joka antaisi käyttäjälleen lisää itsevarmuutta ja turvantunnetta sekä hyvää boostia päivään.*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

11. Tähän voit liittää kuvan lempivaatteestasi ja pienen sanallisen kuvauksen.

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

KOKEILUJAKSON KYSELY- JA PALAUTELOMAKE VASTAUKSINEEN

Hyvän mielen vaate

Asiakasprojekti opinnäytetyöhön

Kokeilujakso

toukokuu 2015 - syyskuu 2015

Kysymykset

1. Kun katsot vaatetta, mitä ajatuksia tulee mieleen? Millaisena näet vaatteen nyt?

*Vaatteen kuosi tuo mieleeni syksyn. Katsoessani takkia, mieleen tulee myös keveys ja mielikuva, että takki on hyvän tuntuinen päällä*

2. Millaiselta vaate tuntuu päällä? Millainen olo tulee kun sitä käytät? Onko siinä jotain erityisen ihanaa vai ärsyttääkö se sinua jonkin takia?

*Takki tuntuu hyvältä päällä ja se on kevyt. Se siinä on hyvä juttu. Takin päälle pukeminen taas on vaatinut minulta enemmän itsevarmuutta mitä esim. pelkän mustan takin pukeminen. Olen saanut takista kehuja, ja se on tuonut lisää itsevarmuutta sen pitämiseen.*

3. Oletko käyttänyt vaatetta kokeiluajana toukokuusta syyskuuhun?
  - a) jos olet niin millaisissa tilanteissa? Miten sen käyttö on vaikuttanut sinuun?

*Olen käyttänyt takkia jonkin verran, mutta en niin paljon mitä ajattelin. Takkia olen käyttänyt arkena, eikä sen käyttö ole vaatinut mitään erityistä tilannetta. Käytän paljon hillittyjä värejä ja takin kuosi on minulle aika erikoinen. Vaikka pidänkin kuosista, takin käyttäminen on vaatinut itsevarmuutta ja rohkeutta. Takin pukeminen vaatii myös tietynlaisen mielentilan, joka liittyy itsevarmuuteen ja rohkeuteen, koska vaatteella erottuu massasta*

- b) Jos et, niin miksi? Onko vaate liian erikoinen, vaikea ym.?

-

4. Koetko, että vaate on toiminut sinulle hyvän mielen vaatteena? Vai onko se vain yksi vaate muiden joukossa?
  - a) jos koet, että se on toiminut, mikä on vaatteessa sen saanut aikaan? Vastaako se edelleen mielikuvaasi hyvän mielen vaatteesta?

*Vaate on mielestäni hyvän mielen vaate. Parasta takissa on se, että se tuntuu niin hyvältä päällä. Kuosi olisi voinut ehkä olla hieman hillitympi. Mutta takista ei kuitenkaan tullut sellaista että puen sen mieluiten päälle. Minulla harvoin on lempivaatteita ja vaatekaapissani on suuri vaihtuvuus. Vaatteeni ei ole koskaan kovin pitkäikäisiä, siksi oli ehkä tähänkin vaatteeseen vaikea luoda lempivaatesuhdetta. Monesti myös takki "unohtui" muiden vaatteiden sekaan ja aina kun näin takin, niin mieleen tuli, "miksi en ole käyttänyt sitä?"*

Jatkuu

Jatkuu

- b) jos koet, että se ei ole toiminut, niin mitä syitä siihen voisi olla? Onko sinulle tullut kokeilun myötä uusi mielikuva siitä, millainen hyvän mielen vaatteen tulisi olla?

-

5. Haluaisitko muuttaa vaatetta jollakin lailla? Jos et, niin miksi? Jos haluat niin miksi?





*Ehkä valitsisin nyt hillitymmän kuosin, niin tulisi enemmän käytettyä takkia. Muuten en muuttaisi, malliltaan se on mielestäni istuva ja laskeutuva. Ja niin kuin aikaisemmin olen maininnut, takki on hyvä päällä.*

*Suunnitellessamme vaatetta valitsin itse kuosin, mutta ajattelin ehkä kankaan näyttävän erilaiselta takkina. Takin kuosi on myös mielestäni syksyinen, ja se voi olla myös osasy siihen, miksi en kesällä valinnut sitä ensimmäisenä päälleni vaatekaapista.*

6. Mielenpitesä tästä asiakasprojektista? Miten se on mielestäsi mennyt?

*Mielestäni tämä projekti on sujunut hyvin. Yhteistyö on ollut mutkatonta ja asiat on tapahtuneet nopeasti silloin, kun on siihen ollut tarvetta. Ei ole tarvinnut odotella, vaan opinnäytetyön tekijä on hoitanut kyselyt ja työn etenemisen.*

OPINNÄYTETYÖPROJEKTIN AIKAJANA  
PROJEKTIN ALOITUS

HELMIKUU	KUVAKOLLAASI HELMIKUUN ALUSSA HAASTATTELU 17.2. LUONNOSTELUN ALOITUS
MAALISKUU	
HUHTIKUU	PÄÄTÖS MALLISTA MATERIAALIN HANKINTA VAATTEEN KAAVOITUS JA OMPELU
TOUKOKUU	VAATTEEN VALMISTUMINEN JA KOKEILUJAKSON ALOITUS 16.5.
KESÄKUU	
HEINÄKUU	
ELOKUU	
SYYSKUU	
	KYSELYTUTKIMUS
	KYSELY- JA PALAUTELOMAKKEEN LÄHETYS ASIAKKAALLE 20.9. ANALYSOINTIA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

PROJEKTIN PÄÄTÖS