

Tulevaisuudentutkimus osana muotoiluprosessia

Lapin yliopisto
Taiteiden tiedekunta
Teollinen muotoilu
2015
Elisa Lahti

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Tulevaisuudentutkimus osana muotoiluprosessia

Tekijä: Elisa Lahti

Koulutusohjelma/oppiaine: teollinen muotoilu

Työn laji: Pro gradu -tutkielma X Laudaturtyö__

Sivumäärä: A-osa 52, B-osa 18 + liitteet 25

Vuosi: 2015

Tiivistelmä:

Tämä pro gradu -työ sisältää sekä tieteellisen (A -osa), että taiteellisen (B -osa) osan. Taiteellisessa osassa olen toteuttanut Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi - muotoiluprojektin, jonka lopputuloksena on kolme Rovaniemen keskustan kortteli 9:än sijoittuvaa liiketoimintakonseptia. Taiteellisen osan muotoiluprojekti toimii tieteellisen osan case-tapauksena.

Tieteellisessä osassa tutkin tulevaisuudentutkimuksen vaikutuksia muotoiluprosessissa. Lähestyn aihetta tapaustutkimuksen kautta, jonka casena toimii työn taiteellinen osa. Tutkimus on luonteeltaan laadullinen ja sen menetelmänä on teoriaohjaava sisällönanalyysi. Aineiston hankinnan menetelmänä on ollut autoetnografia. Tutkimus liikkuu muotoilun ja tulevaisuudentutkimuksen kentällä näyttämönään rakennettu kaupunkiympäristö.

Tutkimuksessani halusin selvittää, tarjoaako tulevaisuudentutkimuksen hyödyntäminen muotoiluprosessissa lisäarvoa tai tuotko se prosessiin jotain uutta. Tulevaisuudentutkimuksen laajalta menetelmien kentältä käyttöni valikoitui tulevaisuuspyörä (the futures wheel). Tulevaisuuspyörien rakentamisessa hyödynsin valmiita trendilistauksia ja heikkoja signaaleja. Muotoilu on tulevaisuuteen tähtäävää toimintaa. Tulevaisuudentutkimuksen avulla tuotettu tulevaisuustieto herättelee uusia ajatuksia ja auttaa tuottamaan uusia ideoita. Käyttämällä tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä osana muotoiluprosessia voidaan saavuttaa tietoa, jonka avulla ideoita ja niiden potentiaalisuutta voidaan arvioida. Muotoiluprosessiin ja sen kohteeseen liittyvät tulevaisuuskuvat toimivat myös kommunikaation välineenä, kun keskustellaan tuotteista ja tuotemahdollisuuksista, joita ei vielä ole olemassa.

Avainsanat:

muotoiluprosessi, tulevaisuudentutkimus, futures wheel, rakennettu ympäristö, liiketoimintakonsepti, Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi

Muita tietoja:

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi X

Suostun tutkielman luovuttamiseen Lapin maakuntakirjastossa käytettäväksi X

(vain Lappia koskevat)



Elisa Lahti
Pro Gradu -työn tieteellinen osa

Tulevaisuudentutkimus osana muotoiluprosessia

Teollisen muotoilun Pro Gradu

“The scientific method is a pattern of problem-solving behavior employed in finding out the nature of what exists, whereas the design method is a pattern of behavior employed in inventing things...which do not yet exist.”

— S. A. Gregory, (Cross 2001, 51)

Elisa Lahti
13290
Lapin yliopisto
TTK, teollinen muotoilu
2015

Sisällys

1. Johdanto	2
1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymys.	2
1.1.1 Tutkimuksen rajaukset.	3
1.2 Tutkimuksen lähtökohtatilanteen kuvaus ja taustat	4
1.3 Aikaisempi tutkimus	4
1.4 Työn rakenne	5
2. Aineisto ja metodi	7
2.1 Aineisto	7
2.2 Menetelmä	7
3. Teoreettiset lähtökohdat	10
3.1 Tutkimuksen viitekehys.	10
3.2 Käsitteet.	11
4. Muotoiluprosessi ja sen rakenne	14
4.1 Lineaarinen tuotekehitys – todellisuuspakoa?	14
4.2 Kohti joustavampia prosesseja?	17
4.2.1 Konseptin mahdollisuudet	18
4.3 Tiedonhakua urbaanista joutomaasta	18
4.4 Muotoiluprosessin luova vaihe	20
4.4.1 Monialainen muotoiluprosessi	21
4.5 Ympäristöpsykologinen näkökulma	23
4.5.1 Paikan habitus	24
4.5.2 Rakennettu ympäristö konseptien näyttämönä	25
5. Tulevaisuudentutkimus, muotoilu ja metodit	27
5.1 Kohti tulevaisuuden tutkimista	28
5.1.1 Muotoilulliset metodit.	29
5.1.2 Notkea ja nopea tulevaisuudentutkimuksen metodi	30
5.2 Tulevaisuuspyörän toteutus	35
5.2.1 Materiaalin lähteillä	35
5.2.2 Tulevaisuuspyörän ja trendien heikkoudet ja rajoitteet.	37
5.3 Rovaniemen matkailun tulevaisuuskuvia	38
6. Analyysi	40
6.1 Analyysin teemat	41
6.1.1 Muotoiluprosessi ja muotoilijuus.	41
6.1.2 Tulevaisuudentutkimus	42
6.1.3 Tulevaisuusorientaatio.	42
7. Johtopäätökset	44
7.1 Lisäarvo	44
7.2 Tulevaisuudentutkimus uuden tarjoajana	45
8. Pohdinta	48
Lähteet	49

1. Johdanto

Muotoilijan työ tähtää lähes aina tulevaisuuteen: pyrimme muotoilemaan huomisen tuotteita, seuraavan sukupolven laitteita ja tulevaisuuden päämääriä. Tulevaisuudentutkimus on tiedonala, joka on kiinnostunut siitä, mitä voimme tulevaisuudesta tietää ja miten voimme siihen vaikuttaa? Tulevaisuudentutkimuksen välineillä voimme tehdä hyvin perusteluja arvauksia tulevaisuudesta, sen uhista ja mahdollisuuksista. Tulevaisuutta tutkimalla voidaankin tuottaa sellaista tietoa, josta myös muotoilija hyötyy. Haasteena on, että kulloisiinkin muotoilijan tarpeisiin sopivaa tietoa ei useinkaan ole olemassa valmiina. Se täytyy tehdä. Olisiko muotoilijasta tulevaisuutta tukimaan? Ja onko olemassa sellaista tulevaisuudentutkimuksen välinettä, joka taipuisi myös muotoiluprosessissa käytettäväksi?

(Kamppinen, Malaska & Kuusi 2003, 19–53.)

Pro gradu -työni on kaksiosainen, sisältäen sekä tieteellisen että taiteellisen osan. Graduni taiteellisena osana on konseptimuotoiluprojekti, case urbaanista joutomaasta kaupunkikei- taaksi, jonka aiheena on rovaniemeläisen keskustakorttelin, kortteli 9, sisäpihan liiketoiminta- konseptien luominen. Muotoilutyössä ”perinteisten” muotoilutyökalujen rinnalla on käytetty kahta tulevaisuudentutkimuksen menetelmää, tulevaisuuspyörää ja trendianalyysia. Muotoi- lutyön tuloksena on syntynyt kolme erilaista liiketoimintakonseptia, joissa hyödynnetään kaupunkikorttelin fyysistä ympäristöä osana sinne sijoittuvia liiketoimia. Graduni on tapaustut- kimus. Tieteellisessä osassa tarkastelen taiteellisen osan muotoiluprojektissa käyttämäni tule- vaisuudentutkimuksen metodien vaikutuksia käytännön muotoilutyöhön, muotoiluprosessiin ja itse muotoilijan työhön. Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta tietoa tulevaisuudentut- kimuksen menetelmien käytöstä muotoilutyössä.

1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymys

Pro gradu työssäni tutkin laadullisen tutkimuksen keinoin kahden tulevaisuudentutkimuksen metodin vaikutusta muotoiluprosessiin. Pyrin havainnoimaan tulevaisuudentutkimuksella saadun tiedon ja käytettyjen metodien vaikutusta itse muotoiluprosessiin. Käyttämäni tutki- musaineiston avulla pyrin tarkastelemaan, miten valitsemani tulevaisuudentutkimuksen menetelmät istuvat osaksi muotoiluprosessia ja mitä uutta ne voivat prosessissa tuottaa. Ovatko valitsemani menetelmät, futures wheel ja trendianalyysi, soveltuvia käytettäväksi juuri muotoiluprosessissa?

Pro graduni tutkimuskysymykset ovat:

Tuoko valittujen tulevaisuudentutkimuksen menetelmien käyttö lisäarvoa muotoiluprosessiin? Mitä uutta muotoilukohteen tulevaisuuksien kartoittaminen osana muotoilutyötä voi muotoilijalle tarjota?

1.1.1 Tutkimuksen rajaukset

Tutkimukseni käsittelee tulevaisuudentutkimuksen metodien soveltamista liiketoimintakonseptien rakentamiseen. Tutkimus on tapaustutkimus ja sen kohteena on ollut Rovaniemellä sijaitsevan kortteli 9 sisäpihan muotoiluprojekti, Urbanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi. Projekti käsitteli liiketoimintakonseptien luomista urbaaniin kaupunkiympäristöön tilan ehdoilla. Toimin projektissa sekä muotoilijan että tutkijan roolissa reflektoiden omaa toimintaani (Heikkinen 2010, 33–35). Tulevaisuudentutkimuksen metodeista tarkasteltavana ovat olleet futures wheel ja trendianalyysi.



Kuva 1. Kortteli 9: Urbanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi-muotoiluprojektin näyttämö

1.2 Tutkimuksen lähtökohtatilanteen kuvaus ja taustat

Eilispäivän tuotteiden suunnittelu ja muotoilu tulevaisuuden markkinoille on harvoin kannattavaa puuhaa. Sen sijaan me muotoilijat olemme monesti mukana toiminnassa, jossa huomispäivän markkinoille pyritään tarjoamaan jotakin uutta ja entistä parempaa. Tutkija Petra Falin (2011, 122) onkin tiivistänyt, että: *”Tulevaisuuteen kurkottaminen onkin tunnustetusti oleellinen osa niin muotoilijan kuin muotoilun asiantuntijan ajattelutapaa”*. Muotoilijana olen kuitenkin kokenut usein olevani tilanteessa, jossa minulta puuttuvat välineet tulevaan suuntautuvien ideoideni relevanttiin arvioimiseen. Tutustuttuani tulevaisuudentutkimuksen perusteisiin, koin ahaa -elämyksen. Tässä voisi olla väline, jonka avulla omaa työtä voisi lähestyä uudesta kulmasta ja ideoita punnita muunkin kuin musta tuntuu -asenteen avulla. Helmikuun 2. päivä 2011 päivätyssä oteesta olen kirjoittanut projektipäiväkirjaani: *”Tulevaisuudentutkimuksen metodien käyttö voi tuoda muotoilijalle uusia näkökulmia ja tuoda tietopohjaa tehtävien valintojen tueksi. Tulevaisuuksien haarukoiminen voi myös auttaa muotoilijaa rajaamaan työtään. Ennen kuin tulevaisuutta voi tutkia, täytyy määrittää, mitä tai kenen tulevaisuudesta tietoa tarvitaan. Muotoilijan ei ole tarkoitus toimia projektinsa puitteissa tulevaisuudentutkijana, vaan tulevaisuutta ennakoivana muotoilijana. Tulevaisuutta ei voi tietää, parhaimmillaankin voidaan tehdä vain hyvin perusteltuja arvauksia.”*

1.3 Aikaisempi tutkimus

Törmäsin itse tulevaisuuden tutkimuksen menetelmiin ensimmäisen kerran strategisen muotoilun kurssilla. Olenkin ymmärtänyt, että tulevaisuuden tutkimuksen tutkimusmenetelmiä sovelletaan nykyisellään jonkin verran muotoilussa, etenkin yritysten strategioita suunniteltaessa. Käytetyt menetelmät ovat usein *”suurempia linjoja luotaavia”*, eivätkä sellaisinaan välttämättä tarjoa konkreettisia johtolankoja muotoilijan työhön.

Artikkelissaan Tulevaisuuden ennakointi konseptoinnin tukena Leppimäki, Meristö, Peltola ja Bergman esittävät, että tulevaisuudentutkimuksen keinoja voidaan hyödyntää nimenomaan yrityksen strategiatyöskentelyssä sekä tuotestrategian valinnassa ja tuotekonseptoinnissa. Kirjoittajien artikkelissaan esiin nostamat tulevaisuudentutkimuksen työvälineet painottuvat kohtalaisen raskaisiin metodeihin, kuten skenaarioihin ja tulevaisuustaulukkoon. Tulevaisuudentutkimus nähdään välineenä, jonka avulla pyritään varautumaan tulevaisuuden suuriin haasteisiin ja tekemään isoja strategisia päätöksiä. Tällä hetkellä tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä käytetään muotoilussa lähinnä strategiatyöskentelyn apuvälineenä, jolloin aika-

tähtäimenä on 15–20 vuotta. Konseptoinnissa aikatähtäin on 10 vuoden tietämällä. Pienemmissä yrityksissä ja tuotteissa aikatähtäin on usein huomattavasti lyhyempi, eivätkä yrityksen suuret strategiset linjat ja uhkakuvat välttämättä päädy muotoilijalle asti. Tällöin ”kevyemmällä” ja käytännönläheisellä tulevaisuustiedolla voisi olla paikkansa hyvän tuotteen tekemisessä. (Leppimäki & Meristö & Peltola & Bergman 2004.)

Myös Mika Mannermaa (2004) tarkastelee tulevaisuudentutkimusta yritysmaailmassa nimenomaan yritysten strategiatyöskentelyn kautta. Mannermaan mukaan tulevaisuudentutkimuksen avulla voidaan strategiatyöhön tuoda pidempää aikaperspektiiviä ja kykyä varautua tulevaisuuden muutoksiin. Monissa yrityksissä strategiatyöskentelyn aikaperspektiivi liikkuu 3–7 vuodessa. Pääsääntöisesti yrityksen ylimmän johdon käsissä olevassa strategiatyössä voitaisiin sopivien menetelmien ja ajatustapojen avulla siirtyä keskipitkästä aikaperspektiivistä pitkään aikaperspektiiviin. (Mannermaa 2004, 46–47, 183–189.)

Keskipitkä aikaperspektiivi on yrityksissä ja niiden strategiatyöskentelyssä hyvin tuttu. Tämä aikahaarukka on samaa luokkaa monien yritysten tuotekehityksen kanssa. Parikin vuotta on jo niin pitkä aika, että markkinoille ehtii tulla uusia trendejä ja merkittäviä muutoksia. Sopiva tulevaisuudentutkimuksen tai -haarukoinnin menetelmä osana tuotemuotoilua voi auttaa yritystä ”näkemään tuotekehitysprosessin jälkeiseen aikaan” jo matkan alussa? Muotoilussa, esimerkiksi palvelumuotoilun parissa on käytössä muutamia, tulevaisuuden muutoksista ammentavia menetelmiä. Nämä menetelmät, esim. tarinalliset skenaariot ja ”what if -kysymykset” toimivat uusien ominaisuuksien ideoimisen apuna sekä palvelun testaamisen tukena. Niiden tarkoituksena on miettiä tulevia muutoksia, joihin palvelun olisi syytä varautua. (Stickdorn & Schneider 2010, 149,182–185.) Menetelmistä kuitenkin puuttuu tulevaisuuden eri muuttujien järjestelmällinen läpikäyminen. Mielestäni tämä tukee väitettäni, että muotoilun kentälle mahtuisi ja siellä olisi jopa tarvetta ketterille, tulevaisuusorientoituneille menetelmille. Oikein sovellettuna ja muotoiluprosesseihin muovattuna tulevaisuudentutkimuksen menetelmistä voisi olla muotoilulle paljon nykyistä enemmän annettavaa.

1.4 Työn rakenne

Pro gradu työni on kaksiosainen sisältäen osat A tieteellinen osa ja B taiteellisen osan raportti.

Tieteellisen osan aluksi käyn läpi työni teoreettista taustaa, tavoitteita ja rajoituksia. Kerron, millaisia menetelmiä olen tutkimuksessani käyttänyt ja millaisessa viitekehyksessä kaikki tapahtuu. Avaan myös tutkimuksen osalta tärkeimpiä käsitteitä. Teoreettisen katsauksen

jälkeen lähdän liikkeelle tarkastelemalla muotoiluprosessia ja sen rakennetta yleisesti sekä peilaamalla tätä tietoa taiteellisen osan muotoiluprosessin käytäntöön. Käsittelen myös graduni toisen teeman, tulevaisuudentutkimuksen, samalla periaatteella. Kerron ensin, mitä tulevaisuudentutkimus on. Sen jälkeen kuvailen, miten olen tulevaisuudentutkimusta taiteellisenä osana toimivassa muotoiluprojektissani käyttänyt ja miten olen päätenyt valitsemiini menetelmiin. Tieteellisen osan loppupuolella on analyysin paikka. Analyysin menetelmän esittelyn kautta siirryn itse materiaalin analyysiin ja lopulta johtopäätöksiin. Tieteellisen osa päättyy pohdintaan.

Työni taiteellinen osa toimii tutkimusmateriaalin lähteenä tieteelliselle osalle. Taiteellisen osan raportti myötä muotoiluprosessin kulkua. Raportin alussa valotetaan niitä syitä ja tavoitteita, miksi kortteli 9 on päätenyt muotoilutyöni kohteeksi, mitä se on vaatinut ja millaisia tekijöitä prosessista löytyy. Muotoilun tekemisessä alkupään merkittävä etappi on tiedonkeruu: mitä muotoilun kohde, rakennettu ympäristö, on? Millaisia ovat konseptieni kohderyhmät ja mitä tietoa tulevaisuudentutkimus tuo prosessiin? Tiedonkeruusta seuraavana raportti valottaa muotoiluprosessini luovaa työtä ja sen kolmea eri vaihetta. Raportin lopussa käyn vielä läpi tulokset ja projektista saamani kokemukset.

Tulevaisuudentutkimus ja sen erilaiset menetelmät käsitellään työn tieteellisessä osassa. Taiteellisessa osassa sivutaan aihetta pintapuolisesti, mutta turhan toiston välttämiseksi teeman varsinainen käsittely on vain ensimmäisessä osassa. Vastaavasti muotoiluprojektin luova osuus, ideat ja niiden sisällöt esitellään yksityiskohtaisemmin työn toisessa, taiteellisessa osassa.

2. Aineisto ja metodi

2.1 Aineisto

Tutkimukseni aineisto koostuu sekä valmiina olevista dokumenteista, eli erilaisista kirjallisista aineistoista, että tutkimusta varten taiteellisessa osassa luoduista dokumenteista (Pietilä 1976, 20–21). Koska kyseessä on tapaustutkimus, on pääpaino taiteellisessa osassa luoduilla dokumenteilla: muotoiluprosessin aikana tehty projektipäiväkirja, luonnokset, tulevaisuuskartat, näyttelymateriaali sekä projektiraportti. Näiden dokumenttien syntyprosessiin ovat vaikuttaneet niin muotoilun kuin tulevaisuudentutkimuksen kirjallisuus, erilaiset tulevaisuustrendiaineistot (esim. Cetron & Davies 2010a ja 2010b) kuin eri asiantuntijoiden ja korttelissa 9 olevien rakennusten ja yritysten toimijoiden haastattelut ja keskustelut heidän kanssaan. Olen myös saanut arvokasta tietoa korttelin 9 historiasta siellä toimivien yritysten edustajien kautta. Gradun taiteellinen osa tarjoaa tutkimukseen empiriaa, esimerkkiprojektin jossa olen testannut tulevaisuudentutkimuksen metodeja käytännössä. Tieteellisessä osassa tutkimusta varten luodut dokumentit käyvät vuoropuhelua oman alani sekä tulevaisuudentutkimuksen kirjallisuuden kanssa.

Pro gradu työni kaksiosaisesta luonteesta johtuen osa aineistosta näyttäytyy siinä kahdessa eri roolissa. Muotoiluprosessissa tietoa käytetään alustana tai syötteenä, jonka päälle uutta lähdetään rakentamaan. Näin toimittaessa lopputulos pyrkii poikkeamaan aiemmassa tiedosta ja tuomaan siihen uusia palasia ja osia. Teoreettisessa tutkimuksessa saman tiedon ja aineiston rooli on enemmän staattinen: kerätystä tiedosta muodostetaan näkemys, jota taas verrataan olemassa olevaan ja saatavilla olevaan tietoon. Pyrkimyksenä ei ole ollut niinkään muuttaa maailmaa, vaan koota kattava kuva sen hetkisestä todellisuudesta.

2.2 Menetelmä

Saadakseni vastauksia luvussa 1.1. esittämiini tutkimuskysymyksiin, lähestyn tutkimusaihetani laadullisen tutkimuksen kautta. Toisin kuin määrällisessä tutkimuksessa, tutkimustani ei ohjaa mikään tietty, ennalta valittu teoria tai hypoteesi. Laadulliselle tutkimukselle ominaisesti myös tutkijapositioni on osallistuva, subjektiivinen eikä pyrkimystä objektiivisuuteen ole. (Anttila 2000, 132–139.) Tuomi ja Sarajärvi (2002, 87) kirjoittavat laadullisesta tutkimuksesta, että siinä ”– – pyritään kuvaamaan jotain ilmiötä tai tapahtumaa, ymmärtämään tiettyä

toimintaa tai antamaan teoreettisesti mielekäs tulkinta jollekin ilmiölle". Selittämisen sijaan pyrinkin ymmärtämään tutkimaani ilmiötä ja tulkitsemaan sen sisältämiä tapahtumia. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 28; Eskola & Suoranta 2005, 13–24.)

Tutkimusmenetelmänä käytössäni on sisällönanalyysi. Pietilä määrittelee sisällönanalyysin *"– joukoksi menettelytapoja, joita käyttäen dokumenttien sisällöstä voidaan tehdä havainnot ja kerätä tietoja tieteellisiä pelisääntöjä noudattaen"* (Pietilä 1976, 4). Sisällönanalyysin väljän kehysten sisällä tukeudun teoriasidonnaisen analyysin menetelmään. Toisin kuin aineistolähtöisessä tai teorialähtöisessä analyysissä, päättelyn logiikka ja tutkimuksen analyysi ei tällöin ole sidottu vain jompaan kumpaan, aineistoon tai teoriaan. Teoriasidonnaisessa analyysissä aineisto ja teorialähtöisyys ovat molemmat läsnä vuoropuheluun pyrkien. Analyysi ja päättely lähtevät liikkeelle aineistosta, mutta erilaiset teorialähtöisyydet ja johtoajatukset ovat läsnä ja vaikuttavat aineiston tulkintaan abduktiivisen päättelyn logiikan mukaisesti. Etsiessäni vastauksia tutkimuskysymyksiini, johtoajatukset ja erilaiset teorialähtöisyydet toimivat ikään kuin peileinä, joihin aineistoani ja sen löydöksiä peilaan. (Tuomi & Sarajärvi 2002, 95–102; Anttila 2000, 139–140; Kananen 2008, 91.) Aavaan käyttämäni teoriasidonnaista analyysia lisää kappaleessa 6.

Tutkimukseni aineisto on suppea, koostuen vain yhdestä tapauksesta (case): kortteli 9 sisäpihan liiketoimintakonseptien muotoiluprojektista. Tutkimuksen lähestymistapana onkin luontevasti tapaustutkimus. Urbanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -projekti päättyi tutkimuksen aineistoksi lähinnä johtuen omasta mielenkiinnostani rakennettua ympäristöä ja kortteli 9 kohtaan. Tärkeä painoarvo oli myös sillä, että tulevaisuudentutkimus istui luontevasti projektiin. Korttelin mahdollisten tulevaisuuksien kartoittaminen tuntui oleelliselta ja antoisalta. Jos muotoilutyön kohteena olisi ollut purukumipaketin kevyt päivitys, ei tulevaisuudentutkimuksen ottaminen osaksi prosessia olisi tuntunut mielekkäältä. Tapaustutkimuksen käyttö on mielestäni ollut perusteltua, koska olen pyrkinyt vastaamaan kysymyksiin, miten tulevaisuudentutkimuksen menetelmät istuvat muotoiluprosessiin ja mitä uutta ne voivat tuottaa. Tällöin ymmärtävä, intensiivinen ote, joka on tapaustutkimukselle ominaista, on tarpeellinen. (Saarela-Kinnunen & Eskola 2007, 184–194; Anttila 2000, 252–254.)

Aineiston hankkimisen tapana tutkimuksessa on ollut havainnointi ja erityisesti etnografia. Etnografian juuret löytyvät vieraita kulttuureja tutkivasta antropologiasta. Kulttuurintutkimuksen parista etnografia on kulkeutunut muihin sosiaalitieteisiin mm. naistutkimuksen ja kasvatustieteiden kautta. Etnografia ei ole tuntematon myöskään muotoilututkimuksen parissa, jossa sitä on käytetty mm. tuotekehitystyössä. Eskolan ja Suorannan mukaan etnografia on kokemalla oppimista, jossa tutkija pyrkii pääsemään osaksi tutkimaansa yhteisöä. Yhteisö, kulttuuri, jossa taiteellinen produktio tapahtui, koostui ihmisistä jotka voisivat olla osana myös "oikeassa" muotoiluprojektissa: hotellin johtaja, kiinteistöpäällikkö, pienyrityksen johtaja jne. Itse esitin projektissa luontevasti muotoilijan roolin. Tutkivan muotoilijan osassani en

pyrkinyt erottamaan näitä kahta roolia toisistaan, vaan eläydyin muotoilijan asemaani niin hyvin kuin mahdollista. Kiinnostukseni nimenomaan omaa muotoilutekemistäni ja ajatuksiani kohtaan määritti aineistonhankkimisen tapani autoetnografiaksi. Johanna Uotinen (2010, 87–88) avaa autoetnografiaa seuraavasti ”-- autoetnografialla tarkoitetaan omaelämäkerrallista tutkimuksen tekemisen tapaa, jossa tutkijan omat kokemukset ovat tutkimuksen lähtökohtia ja sen keskeistä aineistoa.”. Etnografia pyrkii tutkimaan autenttista elämää ja tilanteita, mutta tutkimusmenetelmä ei sulje pois teorian ja empirian vuorovaikutusta: teoreettinen lukeneisuus antaa tutkijalle erityisen näkökulman, josta käsin havainnointia tehdään. Itselläni tämä teoreettinen näkökulma pohjaa vahvasti muotoiluun. (Anttila 1992, 305; Eskola & Suoranta 2005, 103–110; Kettunen, 65–68.)

Etnografialle tyypillistä on, että tutkimusaineistoa kerätään monista eri lähteistä, pääpainon ollessa havainnoinneissa ja kielellisessä vuorovaikutuksessa. Tietojenkeruuta ei rajata tai strukturoida tiukasti etukäteen, jotta tilanteiden luonnolliseen etenemiseen ei puututa. Myöskään analysoinnissa ei käytetä valmiita luokituksia. (Eskola & Suoranta 2005, 106.) Pyrin tutkimuksessani havainnoimaan tulevaisuudentutkimuksen vaikutuksia tekemässäni muotoiluprojektissa. Oman työskentelyn jatkuva suora havainnointi esimerkiksi videoinnin avulla on käytännössä jos ei mahdotonta, niin erittäin vaikeaa ja työlästä. Muotoiluprosessin ja -projektin havainnointi tapahtuikin erilaisten dokumenttien välityksellä: projektipäiväkirja, luonnokset, haastattelumuistiinpanot. Iso osa havainnoista koski minua itseäni, mutta mukana on myös runsaasti havaintojani ja tulkintojani kanssaihmisistä.

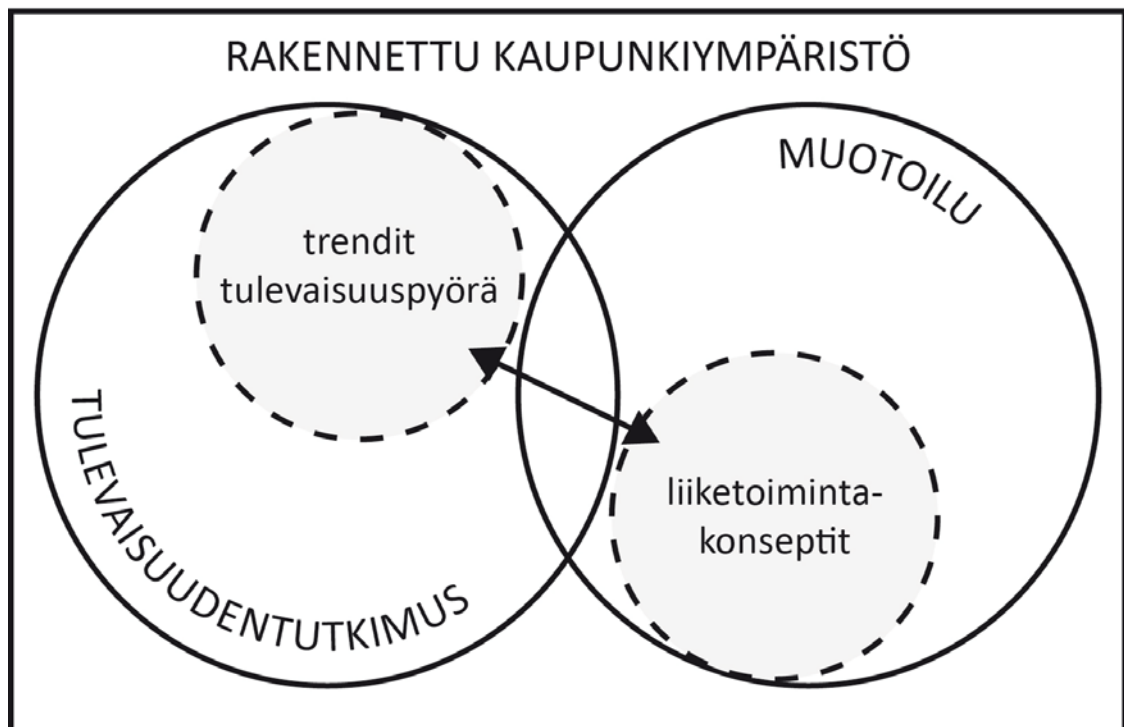
Tutkimusmenetelmien lisäksi tärkeässä roolissa muotoilu- ja tutkimusprosessissani ovat olleet erilaiset muotoilun ja tulevaisuudentutkimuksen menetelmät. Niiden käyttötarkoitus on tutkimuksen sijaan lähempänä kehittämistä. Muotoilun menetelmien avulla pyritään kehittämään esimerkiksi toimintaa, tuotteita tai strategioita. Tulevaisuudentutkimuksen välineillä pyritään luotaamaan tulevaisuuden uhkia ja mahdollisuuksia. Käyttämiäni muotoilun menetelmiä en tutkimusosassa lähde järjestelmällisesti avaamaan, koska ne eivät ole tämän tutkimuksen kannalta oleellisia. Tulevaisuudentutkimuksen menetelmät, futures wheel ja erilaiset trendilistaukset, esitellään luvussa 5.

3. Teoreettiset lähtökohdat

Tutkimuksessani haluan selvittää, mitä vaikutuksia tulevaisuudentutkimuksen metodien käytöllä luovassa muotoiluprosessi on. Graduni taiteellisena osana oleva muotoiluprojekti toimii empiriana, jota vasten tutkimuksen teoriat muodostuvat. Näin syntyy luonteva abduktiivisen päättelyn kehä, jonka johtoaikutuksena toimii edellä mainittu tulevaisuudentutkimuksen metodien käytön vaikutusten tutkiminen (Anttila 2000, 131–132, 139–140). Vaikka tutkimukseni kohteena on ollut vain omat kokemukseni muotoilijana, tekee kiinnostukseni tutkimuskohteeni soveltamisesta laajempaan kontekstiin siitä teoreettisen sijaan empiiristä. (Perttula 2005, 134; Anttila 2000, 139–140.) Yksittäisen casen varassa ei voida tehdä suuria yleistyksiä, jotka pätsivät kaikkiin muotoiluprojekteihin. Sen sijaan on mahdollista saada tietoa siitä, kannattaako tulevaisuudentutkimusta yrittää sovittaa osaksi tietyyntyyppisiä muotoiluprojekteja tai -prosesseja. Tapaus on luonteeltaan opettava ja sen avulla voimme tulla tietoisiksi tiettyjen tulevaisuudentutkimuksen metodien ja muotoilun yhteensovittamisen haasteista ja mahdollisuuksista.

(Saarela-Kinnunen & Eskola 2007, 187-191)

3.1 Tutkimuksen viitekehys



Kuva 2. Rakennettu kaupunkiympäristö toimii näyttämönä muotoilun ja tulevaisuudentutkimuksen väliselle vuorovaikutukselle.

Tutkimukseni viitekehys muodostuu kolmesta eri toimintaympäristöstä. Muotoilun maailma ja sen eri menetelmät (tässä käytännön muotoilutyössä käytettävät menetelmät, vrt. muotoilun tutkimusmenetelmät) on se kenttä, jossa tapahtuvia muutoksia ja vaikutuksia tutkimuksessa tarkastellaan. Se on myös se alue, josta käsin subjektiivinen osallistujatutkija aihetta havainnoi ja kokee. Tulevaisuudentutkimuksen tieteenalasta tulevat ne vaikuttimet, joiden oletetaan tuovan muotoiluprojektiin jotain merkittävästi erilaista. Rakennettu kaupunkiympäristö ja siinä olevat toimijat määrittävät tulevaisuudentutkimuksen lähtökohdat ja kiintopisteet, sekä asettavat muotoiltavan tuotteen rajat, rajoitukset ja haasteet.

3.2 Käsitteet

Pro gradu työni keskeisimmät käsitteet ovat eittämättä *muotoilu* sekä *tulevaisuudentutkimus*. *Muotoilu* on näistä termeistä monille se tutumpi ja useimmilla ihmisillä lienee jokin käsitys sen sisällöstä. Internetsanakirja Wikipediassa muotoilu määritellään seuraavasti: ”*Muotoilu eli design [disain] (ital. disegno ‘piirustus, suunnitelma, malli’) tarkoittaa esineen tai muun kohteen käytettävyyden ja muodon suunnittelua tai sen valmistusta.*” (Wikipedia 2013). Muotoilu on kuitenkin Wikipedian määrittämä monimutkaisempi termi. Ensinnäkin, muotoilu viittaa sekä tekemiseen, muotoiluprosessiin, että tekemisen lopputulokseen: Muotoilija voi muotoilla tuotteen, jossa on hyvä muotoilu (Tether [2005], 3). Papanekin (1973, 21–23) määritelmän mukaan ”*muotoilu on tietoista yrittämistä merkityksellisen järjestyksen saavuttamiseksi*”. Papanekin mukaan muotoiluksi voidaan siis katsoa lähes kaikki ihmisten tietoinen, merkityksellinen toiminta. Design ROI -hankkeessa muotoilu on määritelty neljän osa-alueen kautta:

- muotoilu osaamisena
- muotoilu prosessina
- muotoilu palveluna
- muotoilu lopputuloksena

(Design ROI 2012, 18).

Tässä tutkimuksessa muotoilu määritetty pääasiassa osaamisena sekä muotoilun tekemisenä osana prosessia. Muotoilu toimii myös yläkäsitteenä, joka kokoaa alleen erilaisia, erikoistuneempia viitekehyskäsitteitä. Pro gradu työni taiteellisessa osassa toteuttamani muotoiluprojekti sisältää konseptimuotoilua (tai -suunnittelua, muotoilun ja suunnittelun raja on usein käyttökielessä häilyvä tai olematon. Molemmat kääntyvät englanniksi *design*). Muotoilun kontekstissa käytettynä konsepti tarkoittaa tuoteidea tai suunnitelmaa, joka ei sellaisenaan ole vielä valmis tuotantoon tai markkinoille. Konseptien tarkoituksena voi olla tärkeimpien suuntaviivojen määrittäminen tuotteen valmiiksi saattamisessa, erilaisten tuotevaihtoehtojen haaroittaminen tai esim. kiinnostuksen herättäminen markkinoilla. Taiteellisessa osassa toteut-

tamani konseptimuotoilun tarkoituksena oli herättää keskustelua siitä, mitä kaikkea uutta olisi mahdollista tuottaa vanhaan ympäristöön. (Keinonen et. al. 2003, 9–12; Kettunen 2001, 56–62.)

Tulevaisuudentutkimus (eng. futures studies) tieteenalana kartoittaa mahdollisia tulevaisuuksia. Tulevaisuudesta voidaan tehdä hyvin perusteltuja arvauksia, joiden avulla omaa tai esimerkiksi yrityksen toimintaa voidaan suunnata niin, että tulevaisuudesta muovautuisi omalta kannalta hyvä tai haluttava tai mahdollisiin uhkiin voidaan varautua etukäteen. (Kamppinen, Malaska & Kuusi 2003, 19–20.) Tulevaisuudentutkimuksen käsitteistä työssäni ovat läsnä etenkin trendi, megatrendi ja heikot eli hiljaiset signaalit. Trendit ovat nykyhetken ilmiöitä tai tiloja, joiden ajatellaan jatkuvan tulevaisuudessa samanlaisina tai muuttuvan jonkin tunnetun kaavan mukaisesti. Megatrendit ovat laaja-alaisia, usein valtioiden rajat ylittäviä, muutoksia. Niiden luonteeseen kuuluu, että ne ovat usein hitaasti eteneviä ja ”yleisesti hyväksytyjä”. Esimerkkejä megatrendeistä ovat väestön suhteellinen ikääntyminen Euroopassa ja ilmastonmuutos. Heikot signaalit tai hiljaiset signaalit (molemmat termit ovat käytössä, englanniksi mm. weak signals tai emerging issues) ovat ensimmäisiä merkkejä tulevasta trendistä tai muutoksesta. Heikot signaalit voivat olla melkein mitä vain, blogikirjoituksia, uusia teknologisia innovaatioita, muoti-ilmiöitä jne., ja ne jäävät useimmilta meiltä huomaamatta tai niitä ei haluta ottaa huomioon. Osa heikoista signaaleista kasvaa ajan mittaan merkittäviksi trendeiksi ja osa ilmiöistä jää marginaaliin tai kuihtuu pois. (Hiltunen 2012, 111–114; Kamppinen, Malaska & Kuusi 2003, 32–33; Mannermaa 2004, 23–26, 113–114.)

Tutkimuksessani *rakennettu ympäristö* toimii muotoiluprojektin näyttämönä. Vaikka käytän termiä useimmiten yhteyksissä, joissa siihen liittyy rakennettua kaupunkiympäristöä taloineen, teineen ja pihoineen, on rakennettu ympäristö mikä tahansa ihmisen muokkaama tila tai paikka. Koska käsite tuote voidaan ymmärtää hyvin suppeasti tai laajasti, katson myös sen määrittämisen tarpeelliseksi. Kotler ja Armstrong (2001, 7–8, 291–294) toteavat ”*tuotteen olevan mitä vain, mitä voidaan tarjota markkinoille tyydyttämään (kuluttajien) tarpeita tai haluja*”. Tuote voi siis olla niin fyysinen esine, palvelu, käyttöjärjestelmä kuin mikä tahansa muukin asiakkaalle tarjottava asia, josta voi saada tuloa (Poikolainen & Mäkijärvi & Rissanen 1994, 47).

Muotoiluprojektini tavoitteena oli tuottaa erilaisia *liiketoimintakonsepteja* kortteli 9 sisäpihaan. Virkkusen ja Mutasen (2006, 17) mukaan liiketoimintakonseptissa määritellään ”*miten organisaatio toimii markkinoilla ja mihin sen arvonmuodostus perustuu*”.

Luovuus tai *luova toiminta* ovat käsitteinä monitahoisia ja vakiintumattomia. Luovuuteen liitetään usein mm. kyky tuottaa runsaasti ideoita, ennakkoluulottomuus ja lahjakkuus jollakin alueella. Juha T. Hakalan mukaan ”*Luova toiminta perustuu sangen paljon lainaamiseen, jäljit-*

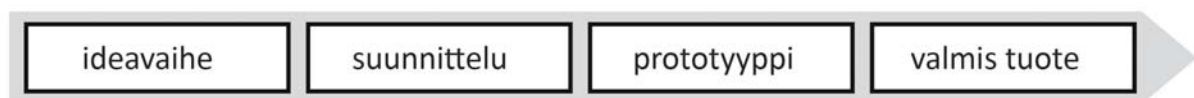
telyyn ja olemassa olevien ideoiden jalostamiseen.”. Mielestäni tämä kuvaus on erittäin osuva puhuttaessa muotoilusta luovana toimintana. (Hakala 2002, 11–21.)

4. Muotoiluprosjekti ja sen rakenne

4.1 Lineaarinen tuotekehitys – todellisuuspakoa?

Tuotekehitysprosessi on usein pitkä ja monisyinen polku, jossa pyritään etenemään ideasta tai tarpeesta aina valmiiseen tuotteeseen asti. Tuotekehitysprosessi sisältää useita erilaisia vaiheita, monia toimijoita eri osaamisineen ja näkökulmineen. Prosessin vaiheet ja niiden sisältö vaihtelevat kehitettävästä tuotteesta, sen laadusta ja kehityksen tarkoituksesta riippuen. Monimutkaisen, uutta tekniikkaa sisältävän laitteen kehittäminen vie runsaasti aikaa ja vaatii paljon teknistä osaamista. Teknisesti yksinkertaisen tuotteen kevyt uudistus, jossa ulkonäköön tehdään vain kevyttä ajanmukaistusta, on nopeaa ja vaatii kohtalaisen vähän resursseja.

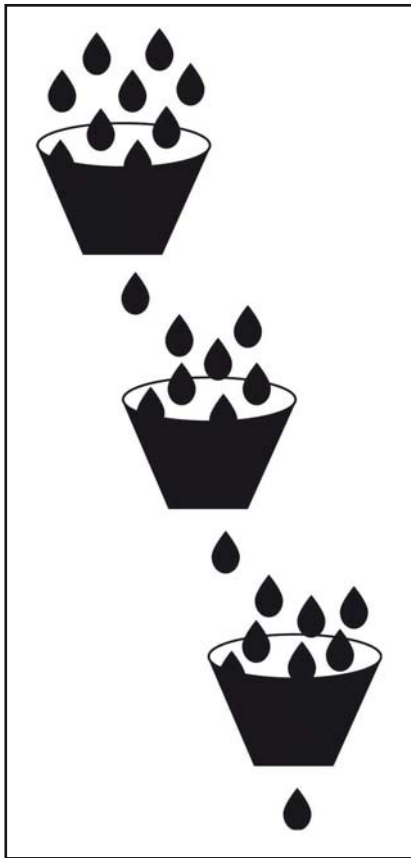
Muotoilijalle tuotekehitysprosessi näyttäytyy oman osaamisen kautta. Markkinointi, tuotanto, tekninen arkkitehtuuri yms. voivat olla kiinteä osa prosessia ja vaikuttaa muotoilijankin työhön, mutta niihin ei yleensä etsitä ratkaisuja muotoilijan työpöydältä. Sen sijaan käyttäjätiedon kerääminen, prototyypit, konseptit ja niiden testaus ovat muotoilijan työsarkaa ja usein myös osia, joiden kautta tuotekehitystä tai muotoilijan silmin muotoiluprosessia, voidaan vaiheistaa. Tuotekehitysprosessi onkin totuttu usein esittämään lineaarisena, toinen toisiaan seuraavien vaiheiden jatkumona (esim. Kettunen 2000, 56–57; Ulrich & Eppinger 1995, 14–18). Eri lähteet määrittelevät tuotekehityksen eri vaiheiden määrän ja sisällön hieman eri tavoin, riippuen siitä millaisia painotuksia eri vaiheille annetaan. Pääasiallisesti eri määrittelyistä on kuitenkin löydettävissä sama prosessi hieman eri tavoin jaoteltuna. Työterveyslaitoksen esityksessä Käytettävyydellä potkua tuotekehitykseen (2010) tuotekehitysprosessi on tiivistetty selkeästi neljään eri vaiheeseen : ideavaihe, suunnittelu, prototyyppi ja valmis tuote.



Kuva 3. Tuotekehityksen neljä vaihetta (Käytettävyydellä potkua tuotekehitykseen 2010, 15).

Kaaviossa ideavaihe pitää sisällään tuotehakua ja tuoteidean luomista ja suuntaviivojen määrittämistä tulevalle tuotteelle. Suunnitteluvaiheessa luodaan konsepti ja muotoillaan tuote ja prototyyppivaiheessa tuote testataan ja tarvittaessa vielä hiotaan muotoilua. Lopuksi valmis tuote lanseerataan markkinoille. Tiedonhaku tuotteen kilpailijoista, markkinatilanteesta, käyt-

täijistä ja heidän tarpeistaan sijoittuu yleensä kaavion alkupäähän, idea- ja suunnitteluvaiheeseen. (Kettunen 2001, 56–58; Ulrich & Eppinger 1995, 162, 169; Cagan & Vogel 2003, 169.)

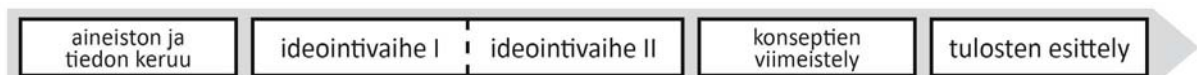


Kuva 4. Tuotekehityksen vesiputousmalli

Usein vaihekaavioiden rinnalla kulkee niin sanottu tuotekehityksen vesiputousmalli (esim. Keinonen et. al. 2003, 11; Cagan & Vogel 2003, 172). Mallilla pyritään kuvaamaan ”tiedon jalostumista” muotoiluprosessin aikana: suuresta määrästä ideoita valitaan parhaat, joita kehitetään eteenpäin ja taas valitaan parhaat. Lopulta jäljellä on kaikkein paras idea, joka on muodostunut yhdistelemällä ja edelleenkehittämällä parhaita ideoita. Suunta sekä vaihekaavioissa että vesiputousmalleissa on aina eteenpäin. Kuinka hyvin käytännön muotoilutyö kuitenkin vastaa edellä esitettyihin teorioihin?

Omassa muotoiluprojektissani työtäni rytmittivät paljolti asiantuntijatapaamiset ja niiden aikataulut¹. Kun projektini alussa rakensin sille aikataulua, toimivat välikritiikit asiantuntijoiden kanssa portteina vaiheesta toiseen. En voinut jatkaa konseptien kehittämistä eteenpäin, ennen kuin sain palautteen siihen mennessä tekemästäni työstä. Tämä havainto tukee tuotekehityksen vesiputousmallia, esittämistäni liiketoimintakonseptien ideoista valittiin ne, joita työstin eteenpäin projektin seuraavassa vaiheessa. Muotoiluprojektistani

voidaan myös piirtää neli- tai viisiosainen vaiheistus, jota voidaan verrata edellä esiteltyyn tuotekehityksen neljän vaiheen kaavioon. Vaikka oman muotoiluprojektini vaiheet on nimetty eri lailla, on vaiheistuksista helppo löytää yhtäläisyydet.

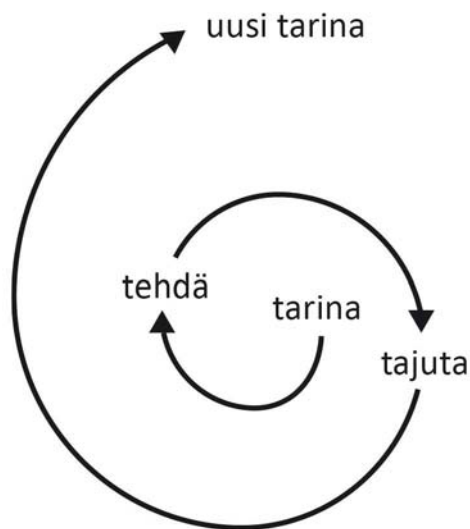


Kuva 5. Urbanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -muotoiluprojektin vaiheet

Kuvien perusteella muotoiluprojektin käsittäminen toisiaan seuraavien, erillisten vaiheiden jonona näyttää perustellulta. Empiria puhuu kuitenkin muuta. Vaikka muotoiluprojektistani voidaan piirtää sen eri osista koostuva vaiheistus, se ei paljasta muotoilutyön sisällöistä paljoakaan. Totean projektiraportissani, että: ”Muotoiluprojektini jakautui kohtalaisen selke-

1. Muotoiluprojektissani ei ollut varsinaisia, maksavia asiakkaita, mutta korttelissa 9 toimivien yritysten edustajat toimivat asiantuntijaroolissa mm. ideoiden arvioimisessa.

ästi kahteen osaan, tiedon- ja aineistonkeruuseen ja luovaan työhön.”. Toisistaan erillisten vaiheiden sijaan käytännön muotoilijuudessa työ määrittyi tiedolliseen ja luovaan työhön, olemassa olevan keräämiseen ja uuden luomiseen. Projektipäiväkirjassani ja -raportissa tuon myös esille työn eri vaiheiden päällekkäisyyden. Tiedon- ja aineistonkeruu ei lopu siihen, mistä ideointi alkaa, vaan vaiheet kulkevat rinnakkain. Tieto herättää uusia ideoita, uudet ideat vaativat tietoa tuekseen.



Kuva 6. Kettusen muotoiluprosessin malli (2013, 17).

Ilkka Kettunen, joka vielä vuosikymmen sitten piirsi muotoiluprosessista jäykän kaavion, näkee asian nyt toisin: *”Ensimmäisessä mallissani älyäminen, tieto oli ennen muotoilua, jälkimmäisessä mallissani muotoilu on ennen tajuamista. Aikaisemmin opetin, että muotoiluongelma täytyy ymmärtää ennen kuin sen voi ratkaista. Nyt opetan, että tilannetta ei voi ymmärtää ennen kuin on tehnyt jotakin.”* (Kettunen 2001, 57; Kettunen 2013, 16–17). Kun tuoteidea alkaa saada lihaa luidensa ympärille, saattaa ideavaiheen tuotos muuttua kyseenalaiseksi. Annetut suuntaviivat eivät välttämättä enää olekaan relevantteja, vaan tarjolla on parempi ratkaisu. Tällöin lineaarisessa tuotekehityskaaviossa täytyy ”palata askel taaksepäin”, tai tapaa ajatella muotoiluprosessista muuttaa. Jos hyväksytään

ajatus, että prosessin alussa luotu tarina tulee muuttumaan matkan varrella, siitä on helpompi päästää irti tarpeen tullen. Kettusen teoriaa tukee Nigel Cross, joka on tutkinut muotoilijoiden tapaa lähestyä ongelmaratkaisua. Ongelman syvällisen analysoinnin sijaan muotoilijat rupeavat nopeasti hakemaan erilaisia ratkaisuehdotuksia (Cross 2004). Muotoilija ratkaisee annettua muotoiluongelmaa tekemisen kautta, eli vastausta ei voi olla ennen tekemistä.

Lineaarinen tapa kuvata muotoilun tuotekehitysprosessia voi olla jopa haitallista. Vaihemallien tavoitteena on ollut sovittaa muotoilu johtamisesta ja teollisuudesta tuttuihin prosessikaavioihin, jolloin ”ulkopuolisten” olisi helpompi lähestyä ja ymmärtää alaa. Kolikon kääntöpuolelana on ollut, että muotoilua myös toteutetaan tuotekehityksen rautalankamalleja seuraten. Mallit ovat taanneet tuotesuunnittelun taloudellisen tehokkuuden ja kohdennettavuuden, mutta ovat samalla poistaneet uusien innovaatioiden ja kokeilevien konseptien mahdollisuuden. (Virkkunen & Mutanen 2006, 21–23) Ehkä tapa lähestyä muotoilua toisten tieteiden tai tiedonalojen kautta ja niiden kielellä heijastuu muotoilun isommasta roolihämmennyksestä? The Royal College of Art on jo vuonna 1979 julkaistussa tutkimusraportissaan esittänyt, että tieteiden jako luonnontieteisiin ja ihmistieteisiin on vajavainen. Tutkimusryhmä esitti, että tieteen ”kolmas alue” olisi Muotoilu (englanniksi Design with a capital D). Sen sijaan,

että Muotoilun asema olisi kehittynyt kohti tieteen pääluokkaa, se on ennemminkin alistunut määritettäväksi toisten tieteiden kautta. Crossin mukaan muotoilusta ei olla osattu puhua ”omalla tieteellisellä kielellä”, vaan on päädytty puhumaan käyttäen muiden alojen termistöä. (Cross 2007, 17–22.)

4.2 Kohti joustavampia prosesseja?

Muotoiluprosessissa tapahtuva tuotekehitys on toimintaa, johon useimmiten osallistuu ihmisiä eri aloilta ja eri työkuultuureista. Jotta tuotekehitystä voi tapahtua järkevästi, muotoiluprosessi tarvitsee jonkin mallin tai kehikon, minkä mukana edetä. Eri toimijoiden ja yritysten eri osastojen toiminnan yhteensovittamiseksi luodut jäykät rautalanka- ja vaihemallit voivat kuitenkin olla toteutettuina jopa haitallisia ja usein vähintäänkin harhaanjohtavia. Esimerkiksi kehitystyön vaatiman luovuuden tarkka aikatauluttaminen ja sitominen sille varattuun karsinaan prosessissa sopivaksi katsottuun kohtaan voi johtaa tilanteeseen josta luovuus on kaukana. Luova prosessi vaatii tyhjää tilaa ja mahdollisuuden antaa ajatusten harhailla. Hyvät ideat tulevat usein juuri silloin, kun niitä vähiten odottaa. Jos prosessin kehys on liian tiukka, on vaara että ”väärään aikaan” tullut kuningasidea jää tutkimatta ja kokonaan käyttämättä. Joustavassa prosessissa kuningasideasta voidaan helpommin hyödyntää edes osia. (Virkkunen & Mutanen 2006, 21–23; Hakala 2002.)

Bruce ja Bessant (2002, 38–39, 56) jakavat muotoiluprosessin karkeasti kolmeen vaiheeseen: suunnitteluvaihe, kehitysvaihe ja tuotanto- & markkinointivaihe. Jokainen näistä vaiheista sisältää useita pienempiä vaiheita, mutta Bruce ja Bessant painottavat, että prosessi vaihtelee aloittain ja yrityksittäin. Tällöin prosessin kiveen kirjoittaminen on turhaa. Itse soisin painotettavan enemmän malleja, joiden painoarvo on tarkkaan määritellyn prosessin asemesta asetettujen tavoitteiden saavuttamisessa. Tällainen on esimerkiksi Microsoftilla ja Nokialla käytössä olevat Milestone -mallit. Niissä painoarvo on prosessille määritellyissä virstanpylväissä, milestoneissa. Nokian tuotekehityksessä kukin projekti sisältää kahdeksan milestonea, virstanpylvästä, joissa tietty, ennalta määritelty osa työstä pitää olla valmiina. Lisäksi projektit sisältävät kolmesta neljään checkpointia, välitsekkausta, joissa ohjausryhmä pääsee ottamaan kantaa meneillään olevan projektin sisältöön ja sen kulkuun. Työntekijöille itselleen jää runsaasti päätäntävaltaa niihin keinoihin, joilla kukin virstanpylväs saavutetaan. (Erkkilä 2014.) Milestone-mallien etu on juuri niiden mahdollistamassa joustavuudessa. Pääpaino ei ole niinkään siinä, miten ihmiset työskentelevät, vaan yhdessä sovituissa tavoitteissa. (Microsoft 2014.) Tällöin esimerkiksi tiedonhakua ei tarvitse näennäisesti rajata tiettyyn vaiheeseen prosessia, vaan se saa jatkua niin kauan, kuin on hyödyllistä tavoitteiden kannalta.

4.2.1 *Konseptin mahdollisuudet*

Ilkka Kettunen (2001) on määritellyt, että: *”Konsepti on likimääräinen kuvaus uudesta tuotteesta, sen muodosta, tekniikasta ja käyttäjän siitä saamasta hyödystä.”*. Suomalaisessa muotoilun kentässä konseptimuotoilulle ei ole vakiintunutta määritettä. Tuotekehityksen vaihemalleissa prosessi loppuu, kun tuote on viimeistelty ja saatettu tuotantoon. Kuitenkin monet yritykset tekevät aivan tietoisesti tuotekehitystä, jonka lopputuloksena ei ole valmis tuote, vaan konsepti. Tällöin tähtäimessä on alun alkaenkin jotain muuta, kuin tuotannon seuraava työmääräys. Tuotekonseptoinnille voidaan asettaa erilaisia tavoitteita, kuten

- toteutukseen valmistautuminen
- radikaalisti uusien ratkaisujen tavoittelu
- vaihtoehtojen konkretisointi ja tulevaisuuksien kartoittaminen
- luovuuden kehittäminen
- markkinoiden odotuksiin vaikuttaminen

(Keinonen & Andersson & Bergman & Piira & Sääsکیlahti 2003, 10; 29–35.)

Itse lähestyn konseptimuotoilua sen kokeilevan ja visioivan luonteen suunnasta. Uuden tekniikan hyödyt avautuvat vasta, kun sen ympärille on rakennettu edes likimääräinen kuvaus sen mahdollisesta käyttötarkoituksesta. Tulevaisuudentutkimuksen kanssa konseptimuotoilu on mielestäni enemmän kuin luonteva pari. Tulevaisuudentutkimuksen yksi vahva perusajatus on, että me teemme tulevaisuuden (Kuusi & Kampinen 2003, 117–118). Tällöin konseptointi toimii välineenä, jonka avulla voimme tehdä kokeiluja siitä, millaisen tulevaisuuden haluamme. Urbanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -projekti onkin ennen kaikkea visioivaa konseptimuotoilua.

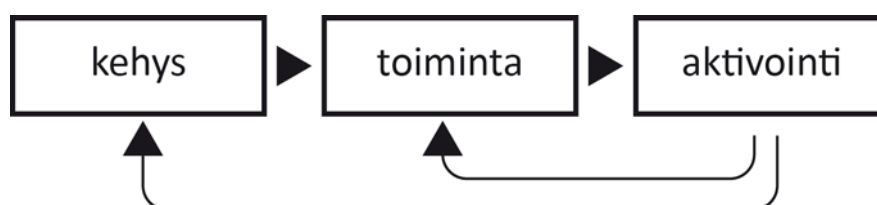
4.3 Tiedonhakua urbaanista joutomaasta

Muotoiluprojektini alussa lähdin toteuttamaan lineaarisen tuotekehityksen ideaa. Koska projektilleni valitsemani aihe, uusien liiketoimintakonseptien luominen pääasiassa vanhoista rakennuksista muodostuvan korttelin sisäpihalle, oli itselle kohtalaisen vieras aihepiiri, piti tietoa hakea ja hankkia runsaasti. Mutta mikä tieto olisi oleellista tai tärkeää, mikä taas ei? Meille suomalaisille muotoilijoille tärkeät lineaaristen tuotekehityskaavioiden oppi-isät Ulrich, Eppinger, Cagan ja Vogel painottavat tiedon tärkeyttä, rakennetaanhan sen päälle koko myöhempi tuotekehityksen prosessi. Muotoilun asemaa yrityksissä tutkinut Esko Kurvinen painottaa, että prosessikaavioiden mukaisesti, muotoilijalle (Kurvisen esimerkkitapauksessa muotoilukonsultti) olisi syytä antaa kaikki muotoilun kohteeseen liittyvä tarpeellinen informaatio heti muotoiluprosessin alussa. Kurvinen tuo kuitenkin esille tähän lähtötietoon liit-

tyvän perustavanlaatuisen ongelman: *”Mikä [tieto] sitten on oleellista ja mikä ei?”*. Kurvisen mukaan muotoilija pitäisi kyetä suojaamaan liialta informaatioilta, jotta hänen luovuuttaan ei tukittaisi. Lisäksi hän toteaa, että *”– – suunnittelukysymys tai -ongelma usein nousee esiin vasta toteutetun ratkaisun kautta.”* Hän ei esitä lähtötietoon liittyvään ongelmaan ratkaisua, vaan ongelma on ikään kuin osa muotoilutyön luonnetta. Vaikuttaa siltä, että vaikka Kurvinen on huomannut tuotekehityksen prosessikaaviossa puutteen tai virheen, hän ei ole silti halukas luopumaan tavasta nähdä muotoilu lineaarisena, eteenpäin ohjautuvana jatkumona. (Kurvinen 2004, 173–175.)

Omassa muotoiluprosjektissani kokosin tietoa niin tulevaisuudentutkimuksen eri menetelmistä, rakennetusta kaupunkiympäristöstä ja sen kokemisesta kuin kortteli 9 historiasta ja nykypäivästä. Koska tilaus työlleni ei tullut ulkopuoliselta taholta, vastasin itse myös kaikesta tiedonhausta. Kurvisen (2004) esimerkistä poiketen olin tilanteessa, jossa tarvitsin tietoa siitä, mitä tietoa tarvitsisin. Kun olin kartoittanut sekä tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä että korttelin 9 historiaa ja nykypäivää, tiesin tarvitsevani tietoa mm. alueen matkailusta. Kortteliin liittyvää tietoa tuli vastaan myös yllättävistä lähteistä: korttelin 9 toiseksi vanhimman rakennuksen omistaa SOK. Sen pääkonttori sijaitsee Helsingissä, kuten myös SOK:n kiinteistöpäällikkö Jukka Lahtisen työhuone. Itselleni yksi merkittävimmistä korttelin historiaa valottavista lähteistä oli juuri Lahtisen kautta käsiini saama Tapani Tervon vuonna 2003 tekemä yhteenveto Korttelin 9 rakennuskannan vaiheet. Kukaan rovaniemeläinen ei ollut osannut kertoa minulle kyseisen teoksen olemassaolosta.

Etsiessäni ja kootessani prosessissani tarvittavaa tietoa rakensin tiedostamattani itselleni kehysten, kontekstin jonka sisällä aloin toimia ja hakea lisää tietoa. Tämä kehys ei ole stabiili, vaan se elää muotoilijan tarpeiden ja toiminnan mukana. (Kettunen 2013, 32.) Tiedonhankinta ei suinkaan prosessikaavioiden mukaisesti loppunut, kun ideavaihe alkoi. Uudet ideat synnyttivät usein tarvetta uudelle tiedolle. Lisäksi aikataulut ja todellisuus aiheuttivat sen, että tulevaisuuskartat, joiden päälle olin kuvitellut ideoitani rakentavani, saivat lopullisen muotonsa vasta hyvän tovin sen jälkeen, kun ensimmäiset ideat oli muotoiltu. Sen sijaan, että olisin palannut prosessissani *”askeleen taakse päin”* ja aloittanut ideointia alusta, muovasin toimintani kehystä ja tulevaisuudentutkimuksen roolia siinä.



Kuva 7. Schöniläinen muotoiluprosessin malli (Lawson & Dorst 2009, 35; Kettunen 2013, 32).

Tuotekehityksen kankeita vaihemalleja on alettu kasvavassa määrin kyseenalaistamaan (esim. Kettunen 2013; Lawson & Dorst 2009). Virkkusen ja Mutasen (2006, 23–25) mukaan: *”Tällä hetkellä tuotekehitys- ja muotoilutyö hahmotetaan yhä enemmän monitasoisena, kehämäisesti etenevänä prosessina, jossa eri vaiheisiin liittyviä kysymyksiä käsitellään iteratiivisesti ja ne nähdään pikemminkin suunnittelutyön eri puolina kuin jyrkästi toisistaan erottuvina vaiheina.”* Muotoilutyöni ensimmäisessä vaiheessa käynnistin tiedonhaun ja tulevaisuuksien kartoittamisen. Vaikka tiedonhakuni tapahtui pääosin projektin alkuvaiheessa, se jatkui jossain määrin läpi koko prosessin. Tiedonhaun toisena puolena oli uusien ideoiden ja konseptien kehittäminen. Usein joku idea sai alkunsa tiedonhaussa vastaan tulleesta nippelitiedosta tai esimerkiksi korttelin historiasta.

4.4 Muotoiluprosessin luova vaihe

Tieto ja informaatio ovat usein koukuttavia ja lähtötiedon keräämistä voi jatkaa lähes loputtomiin. Jossain vaiheessa muotoiluprojektia tulee kuitenkin se hetki, jolloin tiedonkeräämisestä on aika siirtyä luovaan vaiheeseen. Kun kerätty tietoa alkaa muodostua osaksi uutta ideaa, tapahtuu samalla kerätyn tiedon merkityksellisyyden arviointia. (Cross 2011, 121.) Ideoiden työstämisen ja karsimisen myötä muotoilija huomaa, mikä tieto on ollut oleellista ja mistä aiheesta tarvitaan mahdollisesti lisää tietoa.

Kuten niin usein, aloitin luovan työn prosessini edessäni tyhjä paperi. Jos minulta kysyttäisiin, mikä on muotoilijan tärkein työkalu tai menetelmä, vastaisin enempää mieltimättä sen olevan aivoriihi. Vaikka en useinkaan käytä menetelmää järjestelmällisesti ja ”oikein”, käytän sitä jokaisessa muotoiluprosessissa, johon osallistun ja lähes kaikessa tekemässäni, joka vaatii luovuutta ja vaihtoehtojen kartoittamista. Aivoriihen avulla kokoon pääni sisällä vellovat ideanpoikaset näkyväksi kokonaisuudeksi. Kun ajatukset on saanut kirjattua paperille, aukeaa mahdollisuus yhdistellä ideoita ja aiheita. Mieleen kerätty informaatio valuu osaksi ideoita ja ne kohdat, joista tietämys on vaillinaista, tulevat näkyviksi.

Ideointivaihe kesti pari viikkoa. Sinä aikana sovelsin vastaan tulleita ideoita ja ajatuksia kortteiliin 9 ja pyrin luomaan uutta. Mikään ideoistani ei ollut ennen kuulumaton vaan enemmänkin oli kyse asioiden tuomisesta uuteen kontekstiin tai uudenlainen tapa soveltaa tai yhdistellä liikeideoita. Työtapani oli usein tehdä sanan tai ajatuksen pohjalta aivoriihi, josta saattoi kasvaa useampiakin ideoita. Kun ideoita oli riittävästi, karsin niistä mielestäni itsestäänselvät tai kaupallisesti heikoimmat ja yhdistelin samankaltaiset. Jätin tarkoituksella mukaan myös villimpiä ideoita (kuten tuuliturbiinipuisto tai ulkoilmaelokuvateatteri), jotta keskustelu kort-

telin sisäpihasta ei jäisi pyörimään totuttuihin uomiinsa, vaan mukaan tulisi uskallusta visioida turvallisten rajojen ulkopuolellakin. Ensimmäisen ideointikierroksen lopussa minulla oli esittää yhteensä 18 liiketoimintakonseptin ideaa. Lisäksi olin koostanut jokaiselle korttelin toimijalle (Laaksonen/Sokos Hotel Vaakuna, Vallas/Valtakatu 22 ja Lahtinen/SOK) yleisiä huomioita pihalueesta. Huomiot koskivat kunkin asiantuntijan vastuulla olevaa aluetta korttelin sisäpihasta.

Rakennettu kaupunkiympäristö toimi läpi koko muotoiluprojektin kulkeneena punaisena lankana. Koko prosessi lähti liikkeelle ikkunastani avautuneesta urbaanista sisäpihanäkymästä ja se myös määrittä työni jokaista vaihetta. Hyväkään idea ei ollut minkään arvoinen, jos se ei sopinut kortteliin 9. Jotkin ideoistani karsiutuivat fyysisiin seiniin: nyt jo puretun tiilitalon rakenne ei olisi kestänyt sisäseinin purkua suurempien tilojen aikaansaamiseksi. Avaan rakennettua ympäristöä ja ympäristöpsykologista näkökulmaa enemmän luvussa 4.5.

Kun kävin läpi ensimmäisen vaiheen ideoitani korttelin 9 mahdollisuuksista Vallaksen, Laakso- sen ja Lahtisen kanssa, esittelin heille myös koostamani korttelin 9 tulevaisuutta luotaavat tulevaisuuspyörät (Futures wheels). Tulevaisuuspyörä -menetelmä on kohtalaisen kevyt tulevaisuudentutkimuksen väline, jonka etuna on mahdollisuus esittää löydökset visuaalisena karttana. Käytin itse tulevaisuuspyöriä osana omien ideoideni elinvoimaisuuden ja potentiaal- in arviointia. Luvussa 5 käsittelen tulevaisuudentutkimusta ja sen hyödyntämistä muotoi- lussa laajemmin. Asiantuntijoille esittelemäni tulevaisuuspyörät saattoivat hyvinkin olla heidän ensimmäiset kosketuksensa tulevaisuudentutkimuksen kenttään. Vaikka tulevaisuuspyörien esille nostamista teemoista ei aktiivisesti keskusteltu eri liiketoimintakonseptien ideoiden esittelyn aikana, uskon niiden vaikuttaneen taustalla. Esitellessäni ideoitani saatoin perustella niiden relevanttiutta tulevaisuuden todennäköisillä mahdollisuuksilla tai muutoksilla.

4.4.1 Monialainen muotoiluprosessi

Muotoiluprojektini alkupäätä kuvasivat tiedonkeruu ja luova ideointi. Ensimmäisten ideoiden esittäminen asiantuntijoille, korttelin toimijoille, toimi porttina muotoiluprojektin keskustele- vampaan vaiheeseen. Ilkka Kettusen (2013, 178) havainto tuo hyvin esille myös muotoilun monialaisen luonteen: *”Piirustukset, mallit ja prototyypit toimivat muotoilijan oman ymmärtä- misen työkaluina, mutta niiden toinen funktio liittyy yhteisen mielekkyyden luomiseen. Muotoilija tekee alustavan manipulaation, ratkaisuehdotuksen, mutta hän ei voi saada tuotetta aikaiseksi yksinään, vaan hänen on vakuutettava muut työskentelemään näkemyksensä eteen tai muutet- tava ehdotustaan vastaamaan muiden näkemystä.”* Yritysten tuotekehitykseen osallistuu yleensä väkeä markkinoinnin puolelta sekä teknisen asiantuntemuksen (tässä yhteydessä niin insinööriosaaminen, palveluiden toteutus kuin muu yrityksen strateginen ydinosaaminen)

puolelta. Muotoilijan osallistuminen yrityksen tuotekehitykseen ei ole mikään itsestäänselvyys (Design ROI 2012, 62–63).

Tuotekehitystoiminnan monialaisuus on usein välttämättömyys, mutta se on myös mahdollisuus. Esimerkiksi teknisesti haastavan tuotteen suunnittelu voi vaatia monen eri osa-alueen erityisosaamista, jolloin yhden ihmisen olisi mahdotonta hallita niitä kaikkia. Kun tuotekehitykseen osallistuu ihmisiä, joiden näkökulmat ja osaaminen poikkeavat huomattavasti toisistaan, voidaan saavuttaa yllättäviä lopputuloksia. Parhaimmillaan näkökulmat täydentävät toisiaan ja lopputulos on enemmän kuin osiensa summa: ensimmäiset kameralla varustetut puhelimet olivat paitsi teknisesti edistyneitä, myös yllättäviä: kuka nyt kameraa puhelimeensa tarvitsisi? Aikansa edelläkävijyys on nyt puhelimen standardiominaisuus.

Erilaisten näkemysten ja osaamisalojen huomioiminen tuotekehityksessä on paitsi tärkeää, usein myös haastavaa (Poikolainen & Mäkijärvi & Rissanen 1994, 86; Cagan & Vogel 2003, 208–211). Kortteli 9 toimijoiden Laaksosen, Lahtisen ja Vallaksen näkökulmat poikkeavat suuresti omistani. Työssään he ovat päivittäin tekemisissä taloudellisten realiteettien kanssa. Laaksonen kohtaa työssään matkailijoita ja matkailun eri trendejä, Lahtisen vastuu on kiinteistöjen pitäminen tuottavina ja kunnossa ja Vallas toimii pienyrittäjänä korttelista käsin. Ottamalla heidät mukaan muotoiluprosessiin kiinnitin työhöni liudan erilaisia, korttelin kannalta hyvin oleellisia näkökulmia ja osaamista. Samalla luovutin pois päättävän asemani konsepti-ideoiden arvioijana ja karsijana. Kun ensimmäisen ideointivaiheen lopussa olimme asiantuntijoiden kanssa käyneet läpi esittämäni ideat, minulla oli jäljellä kahdeksan ideaa otettavaksi toisen ideavaiheen pohjaksi. Mikään esittämäni ideoista ei saanut kannatusta useammalta korttelin toimijalta, vaan jokainen todella valitsi omat suosikkinsa. Jokainen asiantuntija myös perusteli valintansa omasta näkökulmastaan. Ideat, joiden parissa jatkoin työskentelemistä, eivät olleet ne samat kahdeksan ideaa, jotka minä olin asiantuntijoille esittänyt. Jokainen idea oli saanut mukaansa uusia sävyjä ja niihin oli tarttunut uusia aineksia keskusteluista, joita kävimme alkuperäisten ideoiden esittelyn yhteydessä.

Jatkaessani liikeideakonseptien hiomista palasin monet kerrat mielessäni eri ihmisten kanssa käymiini keskusteluihin. Vaikka asiantuntijat eivät osallistuneetkaan konseptien työstöön esittelykertojen välillä, pyrin parhaani mukaan ottamaan huomioon heidän näkemyksensä, tai oman tulkintani niistä, konseptien mahdollisuuksista ja haasteista. Jäljelle jääneistä kahdeksasta konsepti-ideasta muotoutui viisi ehdotusta toisen ideointikierroksen lopuksi esitettäväksi. Pyrin tarkoituksella muovaamaan konsepti-ideoitani huomattavasti toisistaan eroaviksi, jotta ne herättäisivät mahdollisimman paljon keskustelua niitä arvioivissa asiantuntijoissa. Kun ensimmäisessä ideointivaiheessa tiedonhaku oli merkittävää, toisessa vaiheessa se näyttäytyi enemmän tukitoimen roolissa. Mitä pidemmälle ideat kehittyivät, sitä yksityiskohtaisemmiksi

ne muuttuivat. Vaikka en esittänytkään ideoitani piirtämällä, kuvitin niitä valmiista kuvista tehdyillä mood boardeilla.

Toisen ideointivaiheen lopuksi jalkauduin jälleen korttelin toimijoiden pariin. Viidestä heille esittelemästani ideasta valikoitui kohtalaisen helposti kolme liikeideaa viimeisteltäväksi. Mikään lopulliseksi konseptiksi päätyneistä ideoista ei kulkenut läpi prosessin itsenäisenä, muusta irrallaan kehittyvänä ideana. Kuten Kettunen muotoiluprosessin mallissaan esittää, rakensin tarinoita, jotka muuttuivat tekemisen myötä uusiksi tarinoiksi (Kettunen 2013, 17). Ideat, joita kehitin eteenpäin, ottivat aina vaikutteita ja osia itsestään myös hylätyistä ideoista sekä eri asiantuntijoiden kanssa käydyistä keskusteluista. Lähtökohtani, josta jotakin ideaa lähdin rakentamaan, ei enää ollut olemassa lopullisen konseptin valmistuessa.

Viimeistellesäni kolmea liiketoimintakonseptia esiteltäväksi suurelle yleisölle jäin taas työni kanssa kahden. Toisen palautekierroksen jälkeen vastuu ja päätökset olivat jälleen omilla harteillani. Pitkässä, kokonaan omalla vastuullani olleessa muotoiluprojektissa korostui muotoilun ja muotoilijuuden ongelmanratkaisukeskeisyys. Muotoilijan pitää kyetä löytämään tehtävänannosta itselleen se ongelma, johon hän lähtee ratkaisua etsimään. Ongelmaan ja etenkin sen ratkaisuun pitää jaksaa sitoutua koko pitkän prosessin ajan. (Lawson & Dorst 2009, 170.) Projektin loppurastitus keskittyi konseptien hiomisen ohella niiden viestimiseen. Kun itsestä jo tuntui, että konseptit ja sitä myöten projekti olivat piirua vaille valmiit, piti vielä jaksaa piirtää, kuvittaa, esitellä ja perustella. Minun oli päätettävä, missä muodossa ja missä paikassa konseptit yleisölle esittäisin. Esityspaikka järjestyi lopulta lähes itsestään, kun tilaisuus laittaa konseptit esille Kahvila Kauppayhtiöön, kortteli 9:n hoitui Lapin muotoilijat ry:n kautta. Sen sijaan esitystavan valinta oli haastavampi päätös. Päätökseen vaikutti merkittävästi käytössäni ollut aika ja omat taitoni. Niin tylsänä kuin konseptien esittämistä julisteiden kautta pidänkin, se näyttäytyi järkiratkaisuna. Muotonsa puolesta julisteet sopivat myös hyvin osaksi muotoilua esittelevään näyttelyyn

4.5 Ympäristöpsykologinen näkökulma

Millainen on se paikka, urbaani joutomaa, joka saa muotoilijan tekemään gradun itsestään? Ja mikä rooli tilalla lopulta oli muotoiluprojektissa ja koko graduprosessissa? Kortteli 9 oli projektin näkyvin ja konkreettisin osa. Ainoa todellinen, olemassa oleva ja käsin kosketeltava. Silti juuri tuo rakennettu kaupunkiympäristö sai statistin roolin. Tila toimi näyttämönä, jossa muotoilijan ideat voisivat tapahtua. Tilan ja paikan rooli oli kuitenkin merkittävä. Kaikki esittämäni ideat liittyivät valittuun tilaan. Koska paikka ja sen luonne olivat mielestäni niin erityiset,

luomani konseptit saivat taipua tilaan eikä toisinpäin. Valittu tila kulki mukana prosessin jokaisessa vaiheessa, näkyvillä tai vain reunaehtoja asettaen.

4.5.1 Paikan habitus

Raija Erkkilä toteaa, että *”paikka on käsitteenä yksinkertainen vain siihen asti, kunnes alkaa miettiä sen kokemuksellista puolta”* (2005, 202). Rovaniemen keskustassa, joen ja vanhan torin läheisyydessä sijaitsee kortteli numero 9. Lapin sodan melskeissä Rovaniemen rakennuskannasta tuhoutui suurin osa ja vain harvoja keskustan taloista säästy. Myöhemmin, eri ajanjaksoina keskusta-alueella on rakennettu täydentämällä ja vanhan tilalle uutta rakentaen. Myös kortteli 9 on ollut tässä kehityksessä mukana: kortteli 9 rakennusten ikä vaihtelee 20 yli 90 vuoteen. Vanhojen rakennusten purkamisvimman kourissa olevassa kaupungissa kortteli 9 on niitä harvoja, joissa tyypillisin rakennusmateriaali ei ole betonielementti. Mutta riittääkö rakennusten korkea ikä tekemään paikasta erityisen? Liiketoimintakonseptieni näyttämönä toimiva kortteli 9 on nykypäivän Rovaniemellä ainutlaatuinen. Rakennustensa rajaamasta korttelista tekee erikoislaatuisen muun muassa sen avara sisäpiha. Vaikka korttelia on rakennettu ja rakennuksia korjattu ajan saatossa useita kertoja, on 1900 luvun alkupuolen sisäpiharatkaisu säästynyt. (Tervo 2003.)

Paikoilla, kuten ihmisillä, voidaan ajatella olevan oma habituksensa. Kopomaan (1997, 37) mukaan habitus rakentuu paikan muuttuvasta luonteesta, sen karaktääriin antamasta ominaisuusjoukosta, paikan hengestä. Tätä habitusta voidaan muuttaa ja sitä voidaan vaalia ja hyödyntää. Tämä näkyy esimerkiksi rakennusperinnön suojelemisessa, joka on siirtymässä pikkuhiljaa ammattilaisten suorittamasta fyysisten rakennusten suojelemisesta enemmän kohti koetun kulttuuriperinnön suojelemista. Tähän kokemukseen vaikuttavat niin kokemus tilasta ja rakennetusta ympäristöstä kuin myös tietoisuus tilan historiasta ja sen välittämistä tarinoista. (Olsson 2010, 257.)

Korttelin 9 habitukseen vaikuttaa voimakkaasti sekä korttelin rakennukset ja paikan fyysiset ulottuvuudet että historia. Kirsi Salonen (2010, 32) määrittää miellyttävää ympäristöä seuraavasti: *”Miellyttävän ympäristön pitäisi olla jäsentynyttä, monimuotoista, salaperäistä, luettavaa. Siinä pitäisi olla paljon pyöreitä muotoja, vihreää kasvillisuutta ja vettä. Tyypillisesti kaupunkimaisemat ovat varsin jäsentyneitä ja luettavia, mutta eivät monimuotoisia tai salaperäisiä, eikä niissä ole pyöreitä muotoja.”* Eri aikakauden rakennukset tuovat korttelin ilmeeseen vaihtelevuutta. Vaikka suurin osa rakennusten pinnoista onkin suoraa, löytyy sisäpihalta kaareva porraskäytävä ja erilaisia tornimaisia muotoja vanhoine mainosmaalauksineen. Maalaukset viestivät korttelin historiasta samalla, kun ne tuovat sinne lisäväriä. Villiintynyt pihakasvusto tarjoaa etenkin kesäaikaan vehreitä elementtejä ja korttelin talojen ylimmistä ikkunoista

voi nähdä vilauksen Kemijokea ja Ounasvaaran rinteitä. Kokemuksena kortteli on jokaiselle ainutlaatuinen. Vanhemmat rovaniemeläiset saattavat muistella Kauppaosakeyhtiön aikaisia liikkeitä tai Sokoksen myymälää. Monille nuorille ja matkailijoille ensi kosketus kortteliin on saattanut olla käynti Tuhattori -kirpputorilla tai kahvila Kauppayhtiössä. Korttelin rakennuksista näkyy sen (rovaniemeläisittäin) sangen pitkä historia. Se mahdollistaa tarinoiden syntymisen ihmisten mielissä ja erilaisten kiinnekohtien syntymisen. Onkohan minunkin äitini käynyt korttelissa vieraillessaan Rovaniemellä 1970-luvulla?

4.5.2 Rakennettu ympäristö konseptien näyttämönä

Muotoilu on laaja ala joka pitää sisällään niin fyysisten kuin aineettomien asioiden muotoilua. Kun muotoilun kohteena on esimerkiksi auto, kuppi tai rannetietokone ovat muotoilijan mahdollisuudet vaikuttaa tuotteen käyttöympäristöön rajalliset. Useimmiten tuotteen tarkan käyttöympäristön määrittäminen on myös hyödytöntä. Riittää, että tiedetään, ajetaanko autolla maantiellä vai kaupungissa, juodaanko kupista kahvia vai teetä ja että rannetietokonetta käytetään pääasiassa kuntosalilla. Palveluiden kohdalla tilanne on jo toisenlainen. Palvelut, joihin liittyy henkilökohtainen kontakti toiseen ihmiseen vaativat tilan jossa tapahtua. Usein palvelut tapahtuvat niitä tarjoavan yrityksen tiloissa, esim. kahvilassa, sairaalassa tai myymälässä. Palvelumuotoilussa on yleistä käyttää nopeita prototyyppisiä työn alla olevasta palvelusta. Prototyypit voivat olla esimerkiksi tilanteiden näyttelemistä, ”nukkeotileikkejä” (esim. Lego Serious Play) tai kuvitteellisia tarinoita ihmisistä käyttämässä palvelua (Stickdorn & Schneider 2010, 182–201; Tuulaniemi 2013, 196–225). Tilan roolia palvelussa kuvaa mielestäni hyvin Juha Tuulaniemen (2013, 189) huomio koskien palveluiden prototypointia: *”Fyysiset mallit pyritään tekemään nopeasti, koska viimeistely ei tässä kontekstissa tuo lisäarvoa suunnitteluun: se saattaa jopa turhaan lukita suunnitteluryhmän ajatukset juuri ulkonäkönsä kaltaiseksi. Mallien tehtävä on kuitenkin vain antaa summittainen kuva palveluun liittyvästä fyysisestä ympäristöstä.”* Kun muotoilua tehdään rakennettu ympäristö edellä, se tuo työhön omat erityispiirteensä. Omassa projektissani pyrin muovaamaan kortteliin sijoittamani palvelut ja liiketoimet mahdollisimman hyvin ympäristöönsä sopiviksi. Palvelumuotoilussa tila pyritään muovaamaan mahdollisimman hyvin palvelua tukevaksi (Tuulaniemi 2013, 82–90). Muotoilu-projektini lähtökohtanani oli, että rakennukset ja niiden habitus ovat oleellinen osa tarjottavaa kokemusta eivätkä paikan toiminnot ole sellaisenaan siirrettävissä toiseen tilaan. Marshall McLuhanin mukaan media, joka välittää viestin, on oleellisempi kuin viestin sisältö (1984, 27–28). Ajatus pätee myös rakennettuun ympäristöön. Kokemus siitä, että on istunut kahvilla Berliinin tv-tornissa on oleellisempi kuin itse kahvila ja sen tarjoamat tuotteet.

Raija Erkkilä toteaa, että *”Tällä hetkellä paikka nähdään perinteisen maantieteellisen näkökulman lisäksi yhä enemmän kokemuksellisenä ja sosiaalisena ilmiönä, joka liittyy jokapäiväiseen elämään.”* Paikkaa voidaan siis tutkia monesta eri näkökulmasta tai viitekehyksestä käsin. Tähän on vaikuttanut etenkin fenomenologian, merkityssuhteiden ja niiden rakentumisen tutkimuksen, saama jalansija monissa eri tieteissä. Millaisia erilaisia merkityksiä annamme rakennuksille oman ikämme tai kulttuurisen lukutaitomme perusteella? Miten luemme ympäristömme visuaalisia viestejä? (Erkkilä 2005, 203.)

Erkkilä jakaa paikan tarkastelun kolmeen eri näkökulmaan:

- fyysis-sijainnillinen
- sensuaalis-emotionaalinen ja
- sosiaalis-kulttuurinen

Ensimmäinen näkökulma on luonnontieteellinen sijaintiin ja objektiiviseen kuvailuun keskittyvä näkökulma. Paikka nähdään rajattuna alueena tai tilana, joka voidaan tietyin kriteerein erottaa muista paikoista. Toinen, sensuaalis-emotionaalinen näkökulma korostaa tunteilla ja eri aisteilla tapahtuvaa paikan kokemista. Kokemus paikasta ei noudata fyysisiä rajoja. Viimeinen, sosiaalis-kulttuurinen näkökulma painottaa paikan omaleimaisuutta kulttuurisen tai yhteisöllisyyden yhtenäisyyden mielessä. (Erkkilä 2005, 203–204)

1960-luvun lapsen, massaturismin, kasvun myötä lappilainen maisema on muuttunut itseisarvosta raaka-aineeksi. Maisemaan häipyvien rakennusten sijaan Lapin lomakohteet täyttyvät massiivisista, hulpeista loma-asunnoista. Näitä toinen toistaan samankaltaisempia rakennuksia on pystytetty jopa keskelle perinteisiä kylänraitteja, kuten Äkäslompolossa ja Pelkoseniemen Suvannon kylässä on käynyt. Luonnonmaisemien lisäksi perinteisiä matkailukohteita, kulttuurimatkailukohteita, on uhrattu modernin massamatkailurakentamisen alle pelkin taloudellisin perustein. (Hautajärvi 2014, 357–365.) Sama ilmiö on nähtävissä myös Rovaniemellä. Täällä yleinen keskustelu kaupunkitilasta tai rakennuksista on yleensä ollut vahvasti taloudellisesti orientoitunutta. Paikat on perinteisesti nähty vain fyysis-sijainnillisina kohteina, joiden arvo määrittynyt lähinnä rakennusten rahallisten arvon myötä. (Jarkko 2014, 47–52.) En tiedä, onko kyse ymmärtämättömyydestä tai haluttomuudesta, mutta liian harvoja liikeideoita on täällä uskallettu rakentaa tarinoiden ja miljöön, rovaniemeläisen kulttuurin varaan. Kaupunkitilan tuotteistamisessa pitäisi antaa enemmän tilaa sensuaalis-emotionaalille ja sosiaalis-kulttuuriselle näkökulmalle. Vaikka näin tuotettua (lisä)arvoa ei voida mitata rahassa samalla tavalla kuin esim. kiinteistön arvoa, uskon että niillä olisi myös merkittävää taloudellista vaikutusta.

5. Tulevaisuudentutkimus, muotoilu ja metodit

Tulevaisuudentutkimus (eng. futures studies) on verrattain nuori ja monitieteinen tiedon- tai tieteenala. Tulevaisuudentutkimuksen perusoletuksia on, että tiedon ja tutkimuksen avulla mahdollisista tulevaisuuksista voidaan tehdä hyvin perusteltuja arvauksia, tulevaisuuskuvia. Niiden avulla omaa tai esimerkiksi yrityksen toimintaa voidaan suunnata niin, että tulevaisuudesta muovautuisi omalta kannalta hyvä tai haluttava. (Kamppinen & Malaska & Kuusi 2003, 19–20.) Leppimäki et al. tiivistävät tulevaisuudentutkimuksen roolia osuvasti: *”Tulevaisuudentutkimuksessa ei siis pyritä puhtaaseen objektiivisuuteen, vaan edistämään haluttavaa tulevaisuutta tai välttämään tulevaisuuden uhkakuvia. Se mikä on hyvää ja haluttavaa, riippuu tarkastelijasta eikä objektiivista hyvää ole olemassa.”* (Leppimäki, Meristö, Peltola & Bergman 2004, 138–139).

Muotoilu toimintana pyrkii luomaan tuotteita ja konsepteja, jotka ovat käyttäjälleen hyödyllisiä ja jotka eroavat edukseen jo olemassa olevista. Markkinoille pyritään tarjoamaan uusia tuotteita yhä kiihtyvällä tahdilla. Kun tuotekehitysajat lyhenevät ja trendit muuttuvat nopeassa tahdissa, on muotoilijan pyrittävä olemaan askel edellä suunnittelemiensa tuotteiden loppukäyttäjiä. (Pekkala 2012; Kotler & Armstrong 2001, 7–8, 291–294.) Tänäpäin on pystyttävä suunnittelemaan se, mitä ihmiset huomenna haluavat kuluttaa. Tulevaisuudentutkimuksen metodeja on jo jonkin aikaa käytetty hyödyksi yritysmaailmassa. Yritykset haluavat tietoa mahdollisista tulevaisuuden trendeistä ja esim. erilaisten teknologioiden kehityksestä ja vaikutuksista, eli niistä seikoista, jotka todennäköisimmin tulevat vaikuttamaan niiden keskeisiin toimintoihin. Omaa alaa koskevaa strategiatyötä tehdään usein noin 10 vuoden perspektiivillä tarkoituksena hahmottaa niitä tulevaisuuksien uhkia ja mahdollisuuksia, jotka voivat vaikuttaa yritysten suuriin linjoihin. Mutta miksi tätä samaa tulevaisuustietoa ei voisi käyttää hyväksi myös arkisemmassa, pienemmän mittakaavan (muotoilu)työssä? (Mannermaa 2004, 11, 186–189.)

Mikä sitten tekee juuri muotoilijasta sen henkilön, joka kannattaisi ottaa mukaan yrityksen tai sen tuotteiden tulevaisuusarviointiin? Yksi muotoilijan tehtävistä on katsoa asioita erilaisista näkökulmista, ”out of the box”. (Rontti [2012]) Mannermaa toteaa kirjassaan, että tulevaisuusprojekteissa on lupa ajatella toisin. Iso osa muotoilijan koulutusta ja ammattiosaamista on ideointi ja ideoiden kehittäminen. Samaan ongelmaan tai muotoiluhaasteeseen pitää keksiä kymmeniä erilaisia ratkaisuja, pitää luoda uutta, lainata ja soveltaa toisilta aloilta. Lisäksi tulevaisuustyö on jotain, mitä ei kannata jättää vain erilaisille asiantuntijoille. Tämän puolesta puhuu, että esim. heikkojen signaalien (weak signals, villit kortit) kartoituksessa alan asiantuntijat eivät ole useinkaan kovin hyviä havaitsemaan uusia signaaleita. He katsovat asioita helposti liikaa oman alansa keskiöstä. Heikoista signaaleista ja villeistä tulevaisuusvaihtoeh-

doista pitää yksinkertaisesti uskaltaa innostua, epäonnistumisenkin uhalla. (Mannermaa 2004, 12, 116–121.)

5.1 Kohti tulevaisuuden tutkimista

The natural sciences are concerned with how things are...design on the other hand is concerned with how things ought to be.

— Herbert Simon (Cross 2001, 51.)

Tehdessäni projektisuunnitelmaa itselleni Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -projektia varten, minulla oli mielessäni selvä kuva tulevaisuudentutkimuksen menetelmien käyttämisestä ja niiden roolista projektissa. Kirjoittaessani graduni tutkimussuunnitelmaa olin jakanut muotoiluprojektini kolmeen vaiheeseen:

- (aineistonkeruu ja) tiedonhaku
- ideoiden kehittäminen
- viimeistely ja arviointi

Tavoitteenani oli projektin ensimmäisessä, aineistokeruu ja tiedonhakuvaiheessa aineistonkeruun ohella valita sopiva tulevaisuudentutkimuksen menetelmä ja tehdä sen avulla tulevaisuushaarukointia ennen, kuin aloitan ideoiden kehittämisen ja kasaamisen. Tulevaisuudentutkimukselle ajateltu rooli oli toimiminen ideoinnin apuvälineenä. Tutkimussuunnitelmassa oli myös maininta toisesta tulevaisuudentutkimuksen käyttökohteesta. Kun muotoilijan pitää perustella omia valintojaan tai ideoidensa relevanttiutta, voisi tulevaisuudentutkimus tarjota tutkimuspohjaa, jolla omia päätöksiä voisi perustella. Nämä kaksi käyttökohdetta mielessäni lähdin etsimään projektiini sopivaa tulevaisuuden haarukoimisen menetelmää.

Koska johtoajatuksenani oli tutkia tulevaisuudentutkimuksen käytön vaikutuksia juuri muotoiluprosessiin, halusin löytää menetelmän jonka kohderyhmänä olisivat ensisijaisesti muotoilijat. En halunnut nojautua menetelmään, joka olisi helppo ja kaikille sopiva. Tällaisten menetelmien riskinä koin niiden huonon istuvuuden ja mahdollisesti väärän tavoitteen muotoiluprosessia ajatellen. Esimerkiksi heikot signaalit ja niiden aikainen havaitseminen on jo noteerattu joissakin yrityksissä. Nämä nimensä mukaisesti heikot tai hiljaiset signaalit tulevasta muutoksesta ovat ensi merkkejä (mahdollisesti) nousevasta ilmiöstä. Ne herättävät meissä usein epäuskoisia naurunpyrskähdyksiä, ihmetystä tai halua ohittaa koko aihe. Heikot signaalit voivat olla yksilölle tai yrityksille uhka tai mahdollisuus ja ne ovat aina epävarmoja: vain aika voi näyttää, onko signaali ollut ensimmäinen merkki isommasta muutoksesta vai vain hälyä muun kohinan joukossa. Heikkoja signaaleja järjestelmällisesti hyödyntävissä yrityksissä on usein tavoitteena,

että mahdollisimman moni yrityksen työntekijöistä pyrkii ”bongaamaan” mahdollisia signaaleita. Heikkojen signaalien keräämien kuuluukin niihin tulevaisuustiedon hankkimisen välineisiin, joiden pitäisi olla sisällä yrityksen perustoiminnassa ja apuna tulevaisuuden muutoksiin varautumisessa. Halusin kuitenkin löytää tulevaisuudentutkimuksen kentältä välineen, jonka avulla muotoilija pystyisi aktiivisesti tekemään tulevaisuutta. (Hiltunen 2012, 111–113; Mannermaa 2004, 46, 183.)

5.1.1 *Muotoilulliset metodit*

Muotoilu käytännön tekona ja muotoilutieteenä eroavat toisistaan. Käytännön muotoilutyössä tutkimus, tutkimusmenetelmät ja muotoilumenetelmät eivät täytä muotoilun tutkimuksen tieteellisiä vaatimuksia. Vaikka muotoilua on ajan saatossa yritetty enemmän ja vähemmän tieteellistää, ero ”epätieteellisen” muotoilun tekemisen ja muotoilutieteen välillä on nykyisin enemmänkin selviö. (Cross 2001, 49–51.) Vaikka muotoilutyö ei ole tieteellistä, muotoilussa on käytössä lukuisia enemmän ja vähemmän vakiintuneita muotoilumenetelmiä. Ne ovat muotoilijan työkaluja, kuten laskin on insinöörien. Voidakseen hyödyntää tulevaisuudentutkimusta työssään, muotoilija tarvitsee toimintatavoilleen sopivan metodin.

Millaisia ovat muotoilijoiden käyttämät ja heille sopivat menetelmät? This is Service Design Thinking kirja käsittelee laajasti palvelumuotoilua ja sen käyttöä metodeineen (Stickdorn & Schneider 2010). Kirjan esittelemät muotoilumenetelmät ovat vain osa ”muotoilun kentällä” käytössä olevista, mutta ne luovat mielestäni kohtalaisen kattavan esityksen muotoilumenetelmien kirjosta. Muut muotoilun menetelmiin liittyvät kirjat tarjoavat lisäksi menetelmiä, joissa keskitytään teknisiin ominaisuuksiin tai fyysisiin ulottuvuuksiin sisältäviin tuotteisiin. Olen jakanut menetelmät karkeasti viiteen eri ryhmään tai kategoriaan sen mukaan, miten ne toimivat tai mikä niiden tavoite on:

Visuaaliset ”kartat” ja mind mapit. Näiden avulla pystytään mm. saamaan kuvaa siitä, miten ja mitkä asiat vaikuttavat suunnittelun kohteeseen. Esim. Stakeholder maps (sidosryhmäkartta) on visuaalinen esitys siitä, mitkä kaikki ryhmät ovat tekemisissä tai vaikuttavat tiettyyn palveluun.

Tarinat. Eläytymällä toisten ihmisten asemaan pyritään saamaan tietoa kohderyhmän tarpeista, tottumuksista ja tavoista sekä ”testataan” tiettyjä tuotteita. Esim. Personas jossa eri kohderyhmien pohjalta tehdään asiakasprofieileja. Eri profieileille luodaan kuvitteelliset esimerkkihenkilöt.

Skenaariot. Erilaisten kevyiden ja tarinallisten skenaarioiden avulla voidaan kohdentaa tuotteita mahdollisille huomisen asiakasryhmille tai yritys voi paremmin varautua tuleviin muutoksiin. Esim. What if... on menetelmä, jossa testataan ajatuksen tasolla, miten palvelu toimii erilaisissa ääritilanteissa. Mitäs jos netti kaatuu... Design scenarios’in avulla etsitään

ratkaisumahdollisuuksia suunnittelun ongelmallisiin kohtiin ja etsitään potentiaalisia ongelmia.

Tiedonhankinta. Nimensä mukaisesti tiedonhankinnassa pyritään hankkimaan tietoa kohderyhmästä, sen tavoista, tarpeista ja kulutustottumuksista, kilpailijoiden tuotteista yms. Esim. Cultural probes ja muut ”luotaimet” ovat välineitä, joiden avulla kohderyhmään kuuluvat henkilöt dokumentoivat omaa elämäänsä ja muotoiltavaan tuotteeseen liittyviä asioita. Benchmarking kartoittaa kilpailijoiden vastaavia tuotteita ja niiden hyviä ja huonoja puolia, kohderyhmiä, onnistumisia ja epäonnistumisia.

Ideointiyökalut. Muotoilijan olennaisinta osaamista, lukuisten ideoiden luominen, jalostaminen ja variointi. Esim. Six Thinking hats on metodi, jossa jokaisella ideointiin osallistuvalla on oma roolinsa, jota tietyn värinen hattu ilmentää. Ideoita ehdotetaan ja arvioidaan oman roolin näkökulmasta, pessimisti etsii ongelmia ja faktasidonnainen nojaa tutkittuun tietoon.

(Stickdorn & Schneider 2010, 144–215; Kettunen 2000, 70–89; Ulrich ja Eppinger 1995, 41–48.) Jotkin esimerkkien metodeista voivat itse asiassa kuulua useampaan kategoriaan, mutta koska ryhmittelyn ideana ei tässä ole luoda tyhjentävää luokittelua muotoilun metodeista, se ei ole oleellista. Sen sijaan ryhmittely auttaa jäsentämään ja näkemään, millaisia ovat tyyppilliset muotoilijoiden käyttämät metodit ja mitä ne eivät ole.

Esittämäni ryhmittelyyn ja omaan muotoilijan ammattikokemukseen pohjaten muotoilijoiden metodeilla näyttäisi oleva joitakin tyyppillisiä piirteitä. Monet metodeista esittävät tietoa visuaalisesti, yhdistelevät kuvia ja tekstiä vapaamuotoisesti. Muotoilijat pukevat mahdollisuuksia ja ”kylmää faktaa” tarinoiden muotoon. Muotoilutyön tiedonhankinnalle ominaista on sen monimuotoisuus. Tietoa kootaan eri lähteistä ja erilaisissa muodoissa, tekstinä, kuvina, esineinä yms. Koska muotoilu on useimmiten nopeasyklistä, käytetyimmät metodit ovat helposti omaksuttavia, helposti muokattavissa kulloiseenkin tarpeeseen ja toteutettavissa kohtuullisessa ajassa. Käytännön muotoilutyön ei ole tarkoitus tuottaa tieteellisen tarkkoja, toistettavissa olevia tutkimustuloksia. Informaation mahdollisimman suuri määrä ei tarkoita parempaa muotoilua, vaan usein päinvastoin. Jotkin tutkimukset puoltavat sitä, että luovaa työtä tekevät muotoilijat menestyvät, kun he eivät liikaa keskity annettuun informaatioon. Sen sijaan he muodostavat annetusta tehtävästä itselleen nopeasti haasteen ja pyrkivät ongelman analysoinnin sijaan keskittymään erilaisten ratkaisuehdotusten löytymiseen ja keksimiseen. Muotoilija ikään kuin lähestyy ongelmaa ratkaisuehdotusten kautta. (Cross 2004.)

5.1.2 Notkea ja nopea tulevaisuudentutkimuksen metodi

Itselleni entuudestaan tuttuja tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä olivat FAR-menetelmä, PESTE-analyysi ja tulevaisuusskenaariot. Kyseiset menetelmät ovat kohtalaisen raskaita toteuttaa, vaativat runsaasti aikaa ja paneutumista. Jos tulevaisuudentutkimusta halutaan

hyödyntää käytännön tuotemuotoilussa, notkeat ja kohtalaisen nopeat menetelmät ovat avainasemassa, epätarkkuuden ja tieteellisen epäuskottavuudenkin uhalla. Tulevaisuudentutkimuksella on käytössään lukuisia erilaisia metodeja, eli valinnanvaraa mistä etsiä ja löytää riittää.

Kirjassaan *Foundations of Futures Studies* Wendell Bell (1997) esittelee eri tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä. Jokaisen menetelmän käyttö vaatii erityistä osaamista ja paneutumista. Osa tulevaisuudentutkimuksen menetelmistä pohjaa matemaattisiin malleihin tai tilastojen analyysiin. Jotta niitä olisi järkevä käyttää, pitäisi Bellin mielestä omata keskivertoa akateemista paremmat taidot ja ymmärrys matemaattisista tai tilastollisista menetelmistä. Muotoilijana koin järkeväksi keskittyä toisenlaisia taitoja hyödyntäviin metodeihin. Paras tulos eri tulevaisuuksien hahmottamisessa saadaan käyttämällä useaa eri metodia samaan tutkimuskohteeseen. (Bell 1997, 239–244.)

Koska tulevaisuudentutkimuksen metodeja on hyvin runsaasti ja suurin osa niistä on itselleni outoja, en kokenut mielekkääksi tutustua jokaiseen vastaan tulevaan metodiin perinpohjaisesti. Turun yliopiston Tulevaisuuden tutkimuskeskuksen kurssimateriaaleissa on The Millenium Projectin kokoama CD-rom, joka sisältää mm. yli 30 eri metodin esittelyn. Levyn hyödyllisintä antia olivat myös erilaiset jaottelut, joiden avulla metodeista pystyi tekemään edes jonkinlaista esikarsintaa. Taulukko, jossa menetelmät oli jaoteltu käytön perusteella kvalitatiivisiin, kvantitatiivisiin, normatiivisiin ja eksploratiivisiin (etsinnällisiin tai kokeilullisiin) metodeihin, toimi hyvänä lähtökohtana. Muotoilu on luonteeltaan enemmän laadullista kuin määrällistä, säännönmukaisuuksia välttävää ja uutta kokeilevaa ja siitä innostuvaa. Normatiiviset tulevaisuudentutkimuksen metodit keskittyvät kysymykseen, millaisen tulevaisuuden me haluamme, kun taas eksploratiiviset metodit keskittyvät tutkimaan, mikä kaikki on mahdollista, vaikka ei aina haluttavaa. Muotoilijana minusta tuntui luontevalta keskittyä eksploratiivisiin ja kvalitatiivisiin metodeihin. Taulukon metodeista sekä kvalitatiivisia että eksploratiivisia oli 16. (Glenn [2009]a, 6–10.)

A Simple Taxonomy of Futures Research Methods

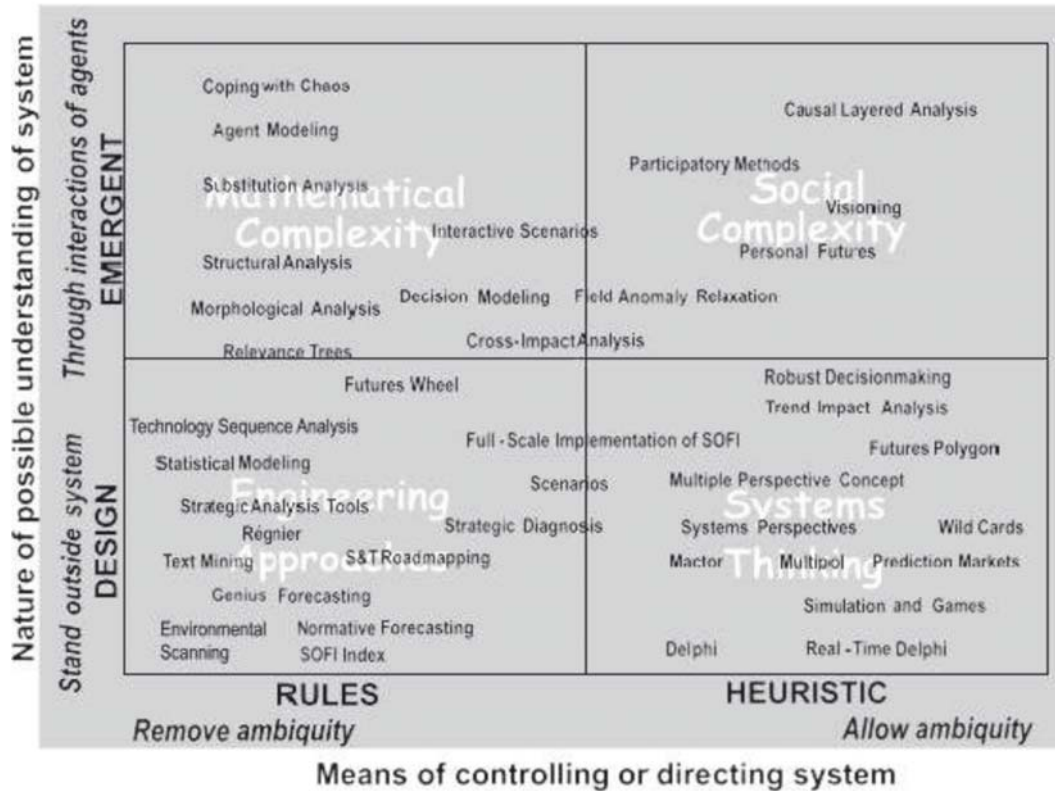
Method	Quantitative	Qualitative	Normative	Exploratory
Agent Modeling		X		X
Causal Layered Analysis		X		X
Chaos and Non-Linear Systems	X			X
Cross-Impact Analysis	X			X
Decision Modeling	X			X
Delphi Techniques		X	X	X
Econometrics and Statistical Modeling	X			X
Environmental Scanning		X		X
Field Anomaly Relaxation		X		X
Futures Polygon	X	X	X	X
Futures Wheel		X	X	X
Genius Forecasting, Vision, and Intuition		X	X	X
Interactive Scenarios		X	X	X
Morphological Analysis		X	X	
Multiple Perspective		X	X	X
Participatory Methods		X	X	
Prediction Markets	X		X	
Relevance Trees		X	X	
Robust Decisionmaking	X			X
Scenarios	X	X	X	X
Science and Technology Roadmapping	X	X	X	X
Simulation-Gaming		X		X
State of the Future Index	X	X	X	X
Structural Analysis	X	X		X
Substitution Analysis				
Systems Modeling	X			X
Technological Sequence Analysis		X	X	
Text Mining		X	X	X
Trend Impact Analysis	X			X
Visioning		X	X	
Wild Cards	X	X		X

Kuva 8. Taulukko, jossa tulevaisuudentutkimuksen metodit on lajiteltu ominaisuuksiensa mukaan (Glenn [2009]a, 8). Ne metodeista, jotka ovat sekä kvalitatiivisia että eksploratiivisia, on korostettu keltaisella.

Metoditaulukon lisäksi The Millennium Projectin CD-rom levytä (Glenn [2009]a) löytyy myös alun perin Mika Aaltosen luoma nelikenttä, johon eri tulevaisuudentutkimuksen metodit on sijoitettu. Nelikentässä eri metodeja on arvioitu niiden käytön matemaattisen monimutkaisuuden, sosiaalisen monimutkaisuuden, systemisen ajattelun ja insinöörimäisen lähestymistavan mukaan. Matemaattisiin ja insinööritaitoisiin menetelmiin nojaavat metodit ovat

säännönmukaisempia, kun taas sosiaalisesti ja systeemin ajatteluun painottuneet menetelmät sallivat enemmän monitulkintaisuutta ja oivaltavuutta ja kokeilemista.

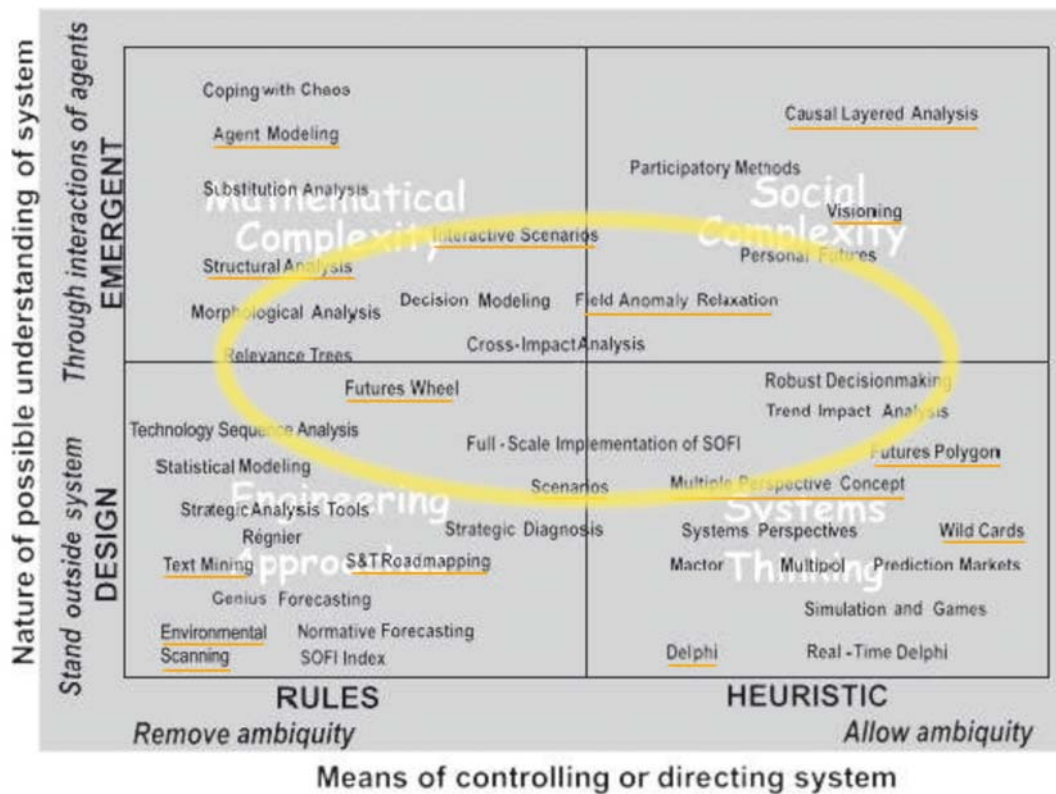
Figure 2. The Evaluation and Organization of *Futures Research Methodology – Version 3.0*



Kuva 9. Nelikenttä, jossa tulevaisuudentutkimuksen menetelmät on jaoteltu mm. tulkinnallisuuden ja systeemin ymmärtämisen luonteen mukaan (Glenn [2009]a, 10).

Esikarsimani 16 metodia jakautuvat nelikentälle kohtalaisen tasaisesti. Nelikentän laidoilla olevat metodit ovat tyypillisesti niitä, jotka vaativat kyseisen alueen, esim. sosiaalisen monimutkaisuuden, syvää hallintaa. Matemaattisesti monimutkaiset mallit olin päättänyt jo aiemmin jättää väliin liian vaativina ja koin viisaaksi tehdä samoin myös vahvaa insinöörintaitoa vaativien menetelmien kanssa. Systeemiseen ajatteluun painottuvan nelikentän osan reunoille sijoittuvat mm. Delfoi -metodit (eng. Delphi). Delfoin keskeinen väline on asiantuntijapaneelin tai laajan asiantuntijajoukon toistuvat haastattelut ja saadun tiedon vertaisarviointit. (Rubin 2003, 889) Näin ollen myös Delfoi pohjatoineen on liian suuritöinen nopean muotoiluprojektin käytettäväksi. Sosiaalisen monimutkaisuuden ääri laidalta löytyvä Causal Layered Analysis -metodi (CLA) vahvasti mielikuvaani, että nelikentän laidoille sijoittuvat menetelmät eivät ole etsimiäni. CLA rakentuu neljästä eri tasosta, joiden välillä liikutaan ”ylhäältä alas”. Tasoissa ovat edustettuina niin valtiotoimijan ”litaniataso” virallisine diskursseineen kuin myyttien ja metaforien taso. CLA sopii hyvin käytettäväksi osana laajojen skenaarioiden rakentamista ja sopinee siksi paremmin yrityksen strategisella tasolla käytettäväksi. (Inayatullah [2009].)

Figure 2. The Evaluation and Organization of *Futures Research Methodology – Version 3.0*



Kuva 10. Kvalitatiiviset ja eksploratiiviset menetelmät on alleviivattu. Nelikentän keskelle sijoittuvat menetit vaikuttavat muotoiluun parhaiten soveltuivilta. (Glenn [2009]a, 10.)

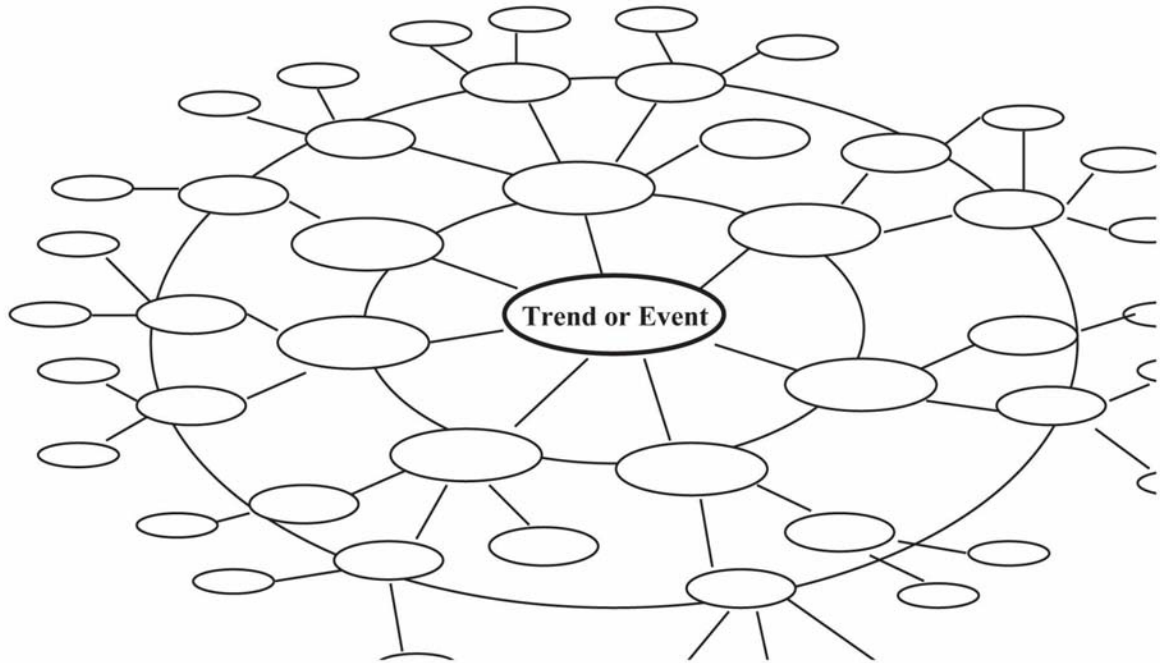
Keskittymällä metodien etsimisessä nelikentän keskiosaan, kvalitatiivisten ja eksploratiivisten metodien määrä rajautui kuuteen. Tämä oli sellainen määrä metodeja, joihin kaikkiin pystyi edes pintapuolisesti tutustumaan. Field Anomaly Relaxation -menetelmä (FAR-menetelmä) oli itselleni jo entuudestaan tuttu ja pidän sitä kohtalaisen raskaana metodina. Hyvin nopeasti löysin menetelmistä sen, joka tuntui sekä helposti lähestyttävältä että muotoilutyöhön hyvin istuvalta: The Futures Wheel eli tulevaisuuspyörä (itse pitäisin osuvampana suomennoksena tulevaisuuskehää). Tulevaisuuspyörä on helposti ja nopeasti omaksuttava metodi, jossa asiat kytketään toisiinsa visuaalisesti. Itse koen, että tulevaisuuspyörän mind map-tyylinen toteutus tekee siitä muotoilijalle helpon lähestyä. Muotoilun yksi oleellisimpia tehtäviä on tehdä tieto visuaaliseksi². Victor Papanek (1973, 22) on todennut, että ”muotoilu on tietoista yrittämistä merkityksellisen järjestyksen saavuttamiseksi”.

Tulevaisuuspyörä on tulevaisuudentutkijoidenkin keskuudessa paljon käytetty metodi, jonka toteuttamiseen vaaditaan vain kynä ja paperia. Sen välityksellä tutkittavasta kohteesta voidaan luoda kuvaa, jossa monimutkaiset riippuvuus-suhteet, yhden tapahtuman monenkirjaiset seuraukset ja tulevaisuuden eri vaihtoehdot voidaan tehdä näkyviksi. Tulevaisuuspyörän

² Yliopisto-opettaja Pertti Aula, 2011

vahvuuksia ovat juuri sen helppokäyttöisyys ja omaksumisen nopeus. Samaa metodia voidaan käyttää nopeasti ideointityökalun tavoin herättämään uusia ajatuksia tai sen avulla voidaan rakentaa kokonaisvaltaisempia ja "asiantuntijamaisempia" kuvia tulevaisuuden eri vaihtoehtoista. (Glenn [2009]b, 2, 8–9; Rubin 2003, 904.)

Figure 1. Basic Futures Wheel



Kuva 11. Tulevaisuuspyörän perusrakenne. Keskellä on trendi tai tapaus jota tutkitaan. Vaikutukset sijoittuvat "kehille" sen mukaan, kuinka välittömässä syyhytydessä ne ovat keskeiseen tapahtumaan. (Glenn [2009]b, 1.)

5.2 Tulevaisuuspyörän toteutus

5.2.1 Materiaalin lähteillä

Etsiessäni muotoilutyöhön sopivaa tulevaisuudentutkimuksen metodia, työstin samaan aikaan graduni taiteellista osaa. Tämä toi metodin etsimiseen ja valintaan perspektiiviä ja empiiristä näkökulmaa. Konseptimuotoiluun keskittyvä taiteellinen osani oli vaiheessa, jossa minulla oli käytettävissäni tietynlaista informaatiota ja aihepiiri, jotka vaikuttivat metodien valintaan ja tulevaisuudentutkimuksen toivottuihin tuloksiin.

Tutustuessani taiteellisen työni aiheeseen olin käynyt läpi niin korttelin 9 historiaa, elinkeinoja kuin Rovaniemen keskustan tilaa. Halusin konsepteja työstäessäni hyödyntävää ja hyötyä korttelissa ja sen läheisyydessä jo olevista elinkeinoista ja alueella liikkuvista käyttäjistä. Tästä seurasi, että matkailu nousi merkittävään rooliin. Korttelissa 9 ja sen välittömässä läheisyydessä on niin hotelleja, safariyrittäjiä, ravintoloita kuin jokimaisema kivenheiton päässä. Olin kahlannut läpi lukuisia MEK:n raportteja talvimatkailustrategiasta aina kulttuurimatkailun kehittämisstrategiaan ja Suomen maakuvasta kilpailija-analyyysiin. Näiden raporttien pohjalta pystyin muodostamaan kuvaa siitä, mitkä tekijät vaikuttavat Suomen ja Lapin matkailuun, mitä ovat suurimmat haasteet ja koetut mahdollisuudet.

Matkailu on elinkeino, johon vaikuttavat monet maailmanlaajuiset ja paikallistason ilmiöt. Matkustamisen hinnan- ja teknologian kehitys, kuluttajien tarpeet ja paikallinen lainsäädäntö muutaman mainitakseni, vaikuttavat suorasti tai epäsuorasti myös matkailuun. Jotta voimme tutkia matkailun tulevaisuutta, täytyy huomioon ottaa myös siihen vaikuttavia, muiden alojen kehityssuuntia eli trendejä. Trendeistä puhuttaessa ne jaetaan usein muutamaan eri kategoriaan kokonsa ja aikaperspektiivin mukaan. Keijo Mäkelän (2006) mukaan megatrendit (ja metatrendit) ovat pitkän aikavälin maailmanlaajuisesti merkittäviä kehitysaaltoja, joiden olemassaolo on yleisesti hyväksytty. Esimerkkinä megatrendistä on väestön voimakas ikääntyminen. Trendit ovat lyhyen aikavälin kehitysaaltoja ja niiden olemassaolo tai mahdolliset kehityssuunnat eivät ole samalla tavalla yleisesti hyväksytyjä, kuin megatrendien kohdalla. Trendit ovat myös megatrendejä ”pienempiä”, ja globaalin mittakaavan sijaan ne ovat useammin maatai maanosakohtaisia, esimerkiksi kuntien palvelurakenteen muutos tai äärioikeiston nousu Euroopassa. Kolmas trendiluokka ovat ns. heikot signaalit, jotka ovat ensimmäisiä ilmauksia mahdollisesta tulevasta murroksesta. Heikko signaali on epävarma, usein yllättävä kehityssuunta, joka saattaa kasvaa merkittäväksi trendiksi tai jopa megatrendiksi. Niille ominaista on juuri epävarmuus ja vaikutusten merkittävyyden hankala arviointi. (Rubin 2003, 892, 895.)

Patricia Aburdene (2005) pitää maailmanlaajuisen kehityssuuntien, megatrendien, huomioon ottamista suunnittelukohteen tulevaisuuden kartoittamisessa oleellisena. Aburdenen kirjat ovatkin yksi helppo lähde muotoilijalle sen hetkisten megatrendien löytämiseen ja niiden ymmärtämiseen (mm. Aburdene 2005 ja John Naisbitt & Patricia Aburdene 1990: Megatrendit 2000. Kohti uutta vuosituhatta). Megatrendit yksinään antavat kuitenkin hyvin ylimalkaista tietoa. Trendien analysointi ja etsiminen on lähestulkoon tieteenala itsessään, joten muotoilijan on käytännössä mahdoton lähteä sitä puhtaalta pöydältä itse tekemään. Tulevaisuudentutkimuksen kirjallisuudessa ja muussa materiaaleissa törmää usein parivaljakoon Marvin J. Cetron ja Owen Davies. Heidän ansiokseen lukeutuu muutaman vuoden välein päivitetty noin 50 ajankohtaisen trendin lista. Listan painoarvoa tai ”oikeellisuutta” on helppoa ja syytäkin epäillä, sillä jonkin asian arvottaminen trendiksi ja toisen ei, ei välttämättä vaikuta omien mielipiteiden esittämistä perustellummalta. Omalla kohdallani listan uskottavuus pohjaa sekä siihen viittaa-

viin lukuisiin akateemisesti uskottaviin henkilöihin (mm. Mäkelä 2006) että sen julkaisukanaavaan, *The Futurist* lehteen. Cetronin ja Daviesin (2010a; 2010b) listausten ehdottomaksi eduksi on laskettava niiden helppo lähestyttävyyys ja hyödyntäminen. Listauksessa esitettävät trendit eivät pyri ennustamaan pitkää aikaväliä. Cetron ja Davies toteavat itse, että *”Mikä tahansa aihe sinua kiinnostaa, osa trendeistä vaikuttaa siihen suoraan. Muut auttavat sinua muovamaan maailmaa, jossa elämme ja työskentelemme.”* (suomennos kirjoittajan) (Cetron & Davies 2010a, 35). Muotoilija joutuu usein tekemisiin itselleen oudohkojen aihepiirien kanssa. Tällöin lista mahdollistaa niiden muuttujien ja trendien löytämisen, jotka ovat kosketuksissa ja vaikutussuhteessa kyseeseen aiheeseen. Listasta on helppoa poimia kulloinkin oleelliset trendit ja niiden avulla hahmottaa oleellisia kehityssuuntia, heikkoja signaaleja tai mielenkiintoisia tulevaisuusmahdollisuuksia.

5.2.2 Tulevaisuuspyörän ja trendien heikkoudet ja rajoitteet

Jerome C. Glennin mukaan tulevaisuuspyörän heikkous on monen muun tulevaisuudentutkimuksen metodin tavoin siinä, että se ei ole parempi kuin sitä tekemässä olevien ihmisten arviointikyky. Vaarana on, että sen tekijä tai tekijät eivät osaa katsoa aihetta oman alansa ulkopuolelta. Toinen merkittävä riski on, että luullaan riippuvuussuhteita kausaaliseksi suhteiksi. ([2009]b, 8–9) Tällöin on olemassa riski, että merkittäviä tapahtumia tai vaikuttimia arvioidaan väärin tai jätetään huomiotta. Koska muotoilutyöni aihepiiri liittyi itselleni outoon alaan, matkailuun, katsoin tarpeelliseksi saada tulevaisuuskuvien rakentamiseen ja arviointiin asiantuntevaa apua. Lähtökohtaisina vaihtoehtoina minulla oli joko yrittää

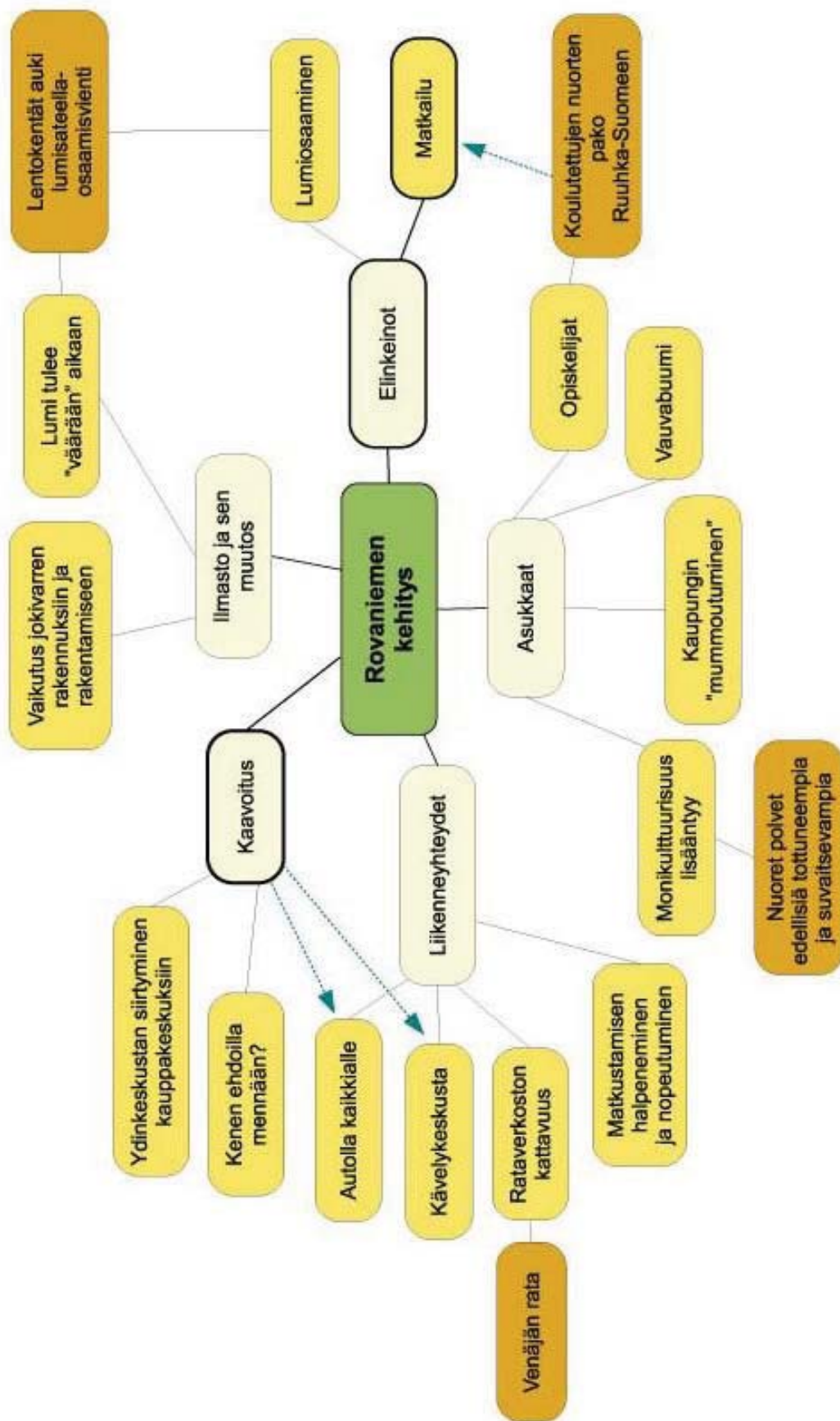
- a) haastatella asiantuntijoita ja rakentaa tulevaisuuspyörät tukeutuen näin saatuun tietoon tai
- b) rakentaa tulevaisuuspyörät käsilläni olevan tiedon pohjalta ja pyytää asiantuntijoita arvioimaan ne.

Lappilaisen ja rovaniemeläisen matkailun asiantuntijoiksi projektiini sain professori Soile Veijolan Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutista ja toimitusjohtaja Jyrki Nivan Lapin Safareilta. Aikataulujen yhteensovitus kiireisten asiantuntijoiden kanssa on haastavaa. Koska yhteiset ajat tapaamisille löytyivät vasta maaliskuulta 2011, ei ollut mitenkään mielekästä jäädä odottamaan haastattelujen toteutumista ja ryhtyä vasta sen jälkeen tekemään tulevaisuuspyöriä. Tein siis MEKin raporttien, Cetronin ja Daviesin trendien (Cetron & Davies 2010a; Cetron & Davies 2010b) ja oman ”kotikaupunkituntemukseni” pohjalta kaksi tulevaisuuspyörää asiantuntijoiden arvioitaviksi. Tulevaisuuspyörien ei ollut tarkoitus olla tyhjentyviä, vaan enemmänkin hieman yleisellä tasolla liikkuvia. Toinen pyöristä käsitteli matkailua Rovaniemi ja Lappi painopisteinään, toinen Rovaniemen kehitystä alueena ja kaupunkina.

5.3 Rovaniemen matkailun tulevaisuuskuvia

Rakentamistani kahdesta tulevaisuuspyörästä on löydettävissä hyvin eri tyyppisiä trendejä. Matkailuun, kuten tulevaisuuteen yleensä vaikuttavat niin erilaiset teknologiat, ympäristö kuin arvotkin. Toisia muuttujia on helpompi mitata ja arvottaa kuin toisia, ja toiset ovat itselleni tutumpia kuin toiset. Vapaa-ajan merkityksen kasvu on itselleni konkreettisempaa kuin liikenneyhteyksien parantuminen. Ilman valmiita tietopohjia tulevaisuuskartoistani uupuisi kokonaan esimerkiksi teknologian kehityksen todennäköiset linjat kuten myös harmaat panterit ja muut nousevat asiakasryhmät. Muiden tuottama tieto tulevaisuuden trendeistä ei sekään yksin riitä. Tieto täytyy kyetä sovittamaan sille asetettuihin tavoitteisiin ja sitä pitää uskaltaa soveltaa. S.A. Gregory (Cross 2001, 51) mukaillen, tiede (tai tässä tapauksessa tietolähteet) tarjoaa meille tietoa siitä, miten asiat ovat, kun taas muotoilun avulla voimme keksiä asioita, joita ei vielä ole.

Marssiessani tapaamaan matkailun asiantuntijoitani, minulla oli taskussani pari kappaletta tulevaisuuskarttoja ja muistiinpanovälineet. Pyöritin mielessäni vaihtoehtoisia skenaarioita siitä, miten tapaamiset voisivat edetä. Kuten aina, mikään skenaarioistani ei toteutunut sellaisenaan. Tekemäni visuaaliset tulevaisuuskartat toimivat keskustelujen ruokkijana. Jotkin karttojen esille nostamista asioista herättivät enemmän keskustelua, jotkin vähemmän. Mitään karttojen sisältämistä teemoista ei teiltu ”väärinä” tai hyvin epätodennäköisinä. Sen sijaan osa teemoista oli sellaisia, joita myös haastattelemani asiantuntijat työstivät tai joiden aiheuttamia mahdollisuuksia tai uhkia he olivat pohtineet. Koin, että visuaalinen esitykseni asiantuntijoilleniikin tutusta aiheesta pystyi tarjoamaan jotain uutta myös heille.



Kuva 12. Rovaniemen tulevaisuuspyörä

6. Analyysi

Sisällönanalyysin tavoitteena on järjestää keräämääni aineistoa johtopäätösten muodostamista varten (Tuomi & Sarajärvi 2002, 105). Anttilan (2000, 254) mukaan sisällönanalyysin pääkohdealueet ovat verbaalit sisällöt, symboliset sisällöt ja kommunikatiiviset sisällöt. Omassa tutkimuksessa painottuvat verbaalit ja kommunikatiiviset sisällöt symbolisten sisältöjen jäädessä lähes huomiotta. Koska käytössäni on teoriaohjaava sisällönanalyysi, analyysia ohjaa abduktiivinen logiikka.

Lähden analyysissani liikkeelle aineistopohjaisen analyysin tavoin sisällön pelkistämällä. Aineiston ryhmittelyn vaiheessa poikkeen aineistolähtöisen analyysin polulta teoriapohjaisen analyysin tielle. Tukipilarinani on teoria muotoilusta prosessina, jossa ongelmaa lähestytään erilaisten ratkaisuvaihtoehtojen kautta esimerkiksi luonnontieteissä tutumman ongelman perinpohjaisen ymmärtämisen sijaan (Lawson 1997, 113–127). Crossin mukaan olennaista muotoiluprosessille on vaihtoehtojen ratkaisumahdollisuuksien synnyttäminen välineenä muotoiluongelman ymmärtämiseen. Muotoiluongelmille on luonteenomaista, että ne eivät ole selvärajaisia eivätkä ne tarjoa (kaikkea) ratkaisuun tarvittavaa informaatiota. Osa tarvittavasta tiedosta voidaan saavuttaa vain kokeilemalla ja testaamalla eri ratkaisuvaihtoehtoja. (Cross 2007, 33–38.) Papanek on jo vuonna 1973 korostanut eri alojen tuntemuksen roolia muotoiluprosessissa: *”Useiden eri alojen tuntemus voi helpottaa vapaata assosiointia. Tiedon määrä sekä muistin ja mieleenpalauttamiskyvyn laatu voivat rikastuttaa tätä prosessia. Taito tarkastella asioita uusista näkökulmista on välttämätön.”* (Papanek 1973, 170). Omaan muotoilun taustateoriaani vaikuttaakin voimakkaasti ajatus, että eri alojen tieto ja informaatio voivat vaikuttaa muotoiluprosessiin positiivisesti lisäämällä vaihtoehtojen ideoiden määrää.

Aineistopohjaisessa sisällönanalyysissä työtä johdattavat aineistosta nostetut, samankaltaisuuksien pohjalta tehdyn ryhmittelyt. Teoriaohjaavassa sisällönanalyysissä analyysiani ohjaavat sen sijaan löyhät, ennalta valitut teemat (Tuomi & Sarajärvi 2002, 110–119). Nämä teemat nousevat luontevasti tutkimuksen viitekehyksestä ja sen sisältämistä toimintaympäristöistä, tulevaisuudentutkimus ja muotoilu. Tutkimuskysymysten kanssa näistä muodostuu analyysiin kolme teemaa: muotoiluprosessi ja muotoilijuus, tulevaisuudentutkimus ja tulevaisuusorientaatio. Pelkkä eri teemojen esiintymiskertojen tilastoiminen ja laskeminen voi helposti johtaa harhaan ja antaa painoarvoa vain niille asioille, jotka näyttävät esiintyvän tutkimuksissa dokumenteissa useimmin. Tilastollisen kuvailun sijaan lähestynkin aineistoa sanallisen kuvailun keinoin. (Pietilä 1976, 31–34; Tuomi & Sarajärvi 2002, 106–109.)

6.1 Analyysin teemat

6.1.1 *Muotoiluprosessi ja muotoilijuus*

Tutkimukseni kiinnostuksen kohteena on selvittää, millaisia mahdollisia vaikutuksia tulevaisuudentutkimuksen käytöllä on muotoiluprosessiin sekä muotoilutyöhön. Yhdeksi analyysin teemaksi valitsin esiyymmärrykseni pohjalta muotoiluprosessin ja muotoilun esittämisen, miten muotoilu näyttäytyy dokumenteissa?

Aineistoni perusteella muotoilu ei näyttäydy yleisesti ja yhteisesti tunnettuna. Muotoiluprosessia, etenemistä tiedonhausta valmiisiin konsepteihin, on käyty läpi eri asiantuntijoiden kanssa kuvin ja sanoin. Myös Urbanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -projektin ominaispiirteitä on sivuttu mm. kertomalla, että kyseinen projekti oli erittäin tiedonhakupainotteinen. Myös työssä käytettyihin lähteisiin on viitattu ja niitä on tuotu esille, vaikka muotoilutyön tavoitteena ei ole ollut olla tieteellistä tutkimustyötä. Muotoilu määrittyy myös visuaalisuuden kautta. Kuvat ovat muotoilun rajapinnoissa, tapaamisissa korttelin asiantuntijoiden kanssa, aina läsnä. Muotoiluprosessin vaiheista korttelin asiantuntijat Laaksonen, Lahtinen ja Vallas ovat olleet osallisina pääosin ideoimisvaiheessa. Tiedonhaun aikana kontaktoitujen, ulkopuolisten asiantuntijoiden rooli on ollut enemmänkin arvioiva ja keskusteleva kuin yhdessä tekevä.

Projektipäiväkirjassani olen asettanut muotoiluminälleni vaatimuksen esittämieni ideoiden perusteltavuudesta. Perustelut ja ideoiden relevanttiuden arvioiminen ja osoittaminen tulevat vastaan dokumenteissa toistuvasti. Keskustelua eri ideoista on käyty usein (taloudellisten) perustelujen kautta: mikä on kannattavaa tai mahdollista. Tunteet tai arvot eivät sen sijaan näyttäydy aineistossa paljoakaan.

Kirjallisissa dokumenteissa näkyy muotoilun lähestymistapa, jossa ongelman läpikotaisen tutkimisen sijaan keskitytään ratkaisujen löytämiseen (Cross 2007, 22–26). Esimerkiksi korttelin 9 toimijoille on ensimmäisen ideointikierroksen yhteydessä esitelty puutteita tai ongelmia sisäpihaan liittyen. Diasarjassa (katso B-osa, liite 3) ongelmia on kuitenkin lähestytty ratkaisun kautta: uusi aita lisää viihtyisyyttä, valaistuksen parantaminen poistaisi synkeitä nurkkia yms. Muutenkin erilaisia tuote-ehdotuksia tulee vastaan useassa yhteydessä. Esimerkit siitä, mitä muualla on tehty ja toteutettu näyttäytyvät yhtenä tapana kommunikoida.

6.1.2 *Tulevaisuudentutkimus*

Tulevaisuudentutkimus on analyysin teemoista itsestäänselvin. Jotta voisin selvittää tulevaisuudentutkimuksen mahdollisesti tuomaa lisäarvoa ja uutta antia muotoilulle, täytyi minun ensin paikantaa mitkä ovat tulevaisuudentutkimuksen vaikutusalueet?

Tulevaisuudentutkimuksen tarkoitusta ja tavoitteita sekä eri menetelmiä käyttötapoineen selvitettiin monessa kohtaa muotoiluprojektia. Aivan aluksi muotoilija, eli minä itse, selvitti sitä itselleen, jonka jälkeen aihetta esiteltiin eri asiantuntijoille. Usein tulevaisuudentutkimuksen käyttökohteiden esimerkkinä olivat kohderyhmät ja heidän oletetut, ja tulevat, tarpeensa.

Jo tutkimuksen alussa esittämäni ajatus, että tulevaisuudentutkimus voisi ruokkia ideointia näyttää saavan vahvistusta. Osassa ideoista on selvästi löydettävissä tulevaisuuden trendi, josta idea on mahdollisesti saanut alkunsa. Kaikki tieto, mitä muotoilija prosessinsa aika vastaanottaa, on potentiaalinen uuden idean siemen. Projektipäiväkirjassa on useita kohtia, joista näkyy innostuminen kerätystä tiedosta ja informaatioista. Se, onko tietty tieto johtanut uuteen ideaan, on lähes mahdotonta selvittää (Hakala 2002).

Tulevaisuudentutkimuksen avulla saatua tietoa, etenkin erilaisia trendejä on prosessin eri vaiheissa käytetty esitettyjen ideoiden tai konseptien perusteluna. Esimerkiksi Pakarin piha-konseptin kohdalla kohderyhmän valintaa on suoraan perusteltu trendien perusteella: *”Harmaiden panttereiden eli virkeiden, matkusteluun tottuneiden eläkeläisten lisääntyessä kulttuurimatkailu lisääntynee Rovaniemelläkin, jolloin esim. käsityökurssille voi löytyä yllättävää kysyntää. Galleria pakaritornin alueelle sijoittamissani liikkeissä näkyvät muutenkin tulevaisuuden trendit: puhdas lähiruoka, elämyksellisyys ja kokemuksellisuus sekä yksilöllisyyden korostuminen.”* (katso B-osa, 13). Ideoita on myös arvoitettu ja ”testattu” tulevaisuudentutkimuksen avulla. Muotoiluprojektin aikana omana vaatimukseni oli, että esittämieni ideoiden on pitänyt sopia kortteliin ja sen tulevaisuuskuviin. Tulevaisuudentutkimus on ollut väline ideoiden perustelemiseen sekä arvioimiseen.

6.1.3 *Tulevaisuusorientaatio*

Yhdeksi teemaksi nousi aineiston pelkistämisen myötä tulevaisuusorientaatio. Muotoilija pyrkii tekemään tulevaisuuden tuotteita siinä missä bisnesmies yrittää tehdä voittoa panostamalla kasvaviin yrityksiin, huomispäivän lupauksiin. Kiinnitin huomioni tapoihin, joilla tulevaisuudesta kommunikoidaan ja miten tulevaisuus näyttäytyy aineistossa.

Tulevaisuus tuli projektissa vastaan jo silloin, kun kartoitin korttelin historiaa ja omistuksia. Menneisydessä sisäpihalle oli suunniteltu niin tornihotellia kuin asuintaloa. Lisäksi pihassa seisyyt tiilitalo merkkasi paikkaa, joka oli varattu hotelli Vaakunalle, jos se tulevaisuudessa tarvitsisi tonttimaata laajennusta varten. Kortteli 9 varalle oli jo olemassa erilaisia tulevaisuus-suunnitelmia.

Tulevaisuus oli usein keskusteluissa läsnä. Yksi haastateltu yrittäjä seurasi ”cooleihin” ilmiöihin keskittyvää Cool Hunting -sivustoa, jota voi pitää myös heikkojen signaalien lähteenä. Moni asiantuntija oli hyvin perillä oman alansa, usein matkailu- tai majoitusala, tarpeista ja todennäköisistä tulevista haasteista. Kuitenkaan toimet tulevaisuuden tekemiseksi tai muutoksiin varautumiseksi eivät nousseet keskusteluihin voimakkaasti mukaan. Tulevaisuuden luonne myös näyttäytyi jatkumona nykyisyydelle: kokoustilojen kysyntä osana majoitusala on ollut laskevaa, joten laskusuhdanteen odotetaan jatkossakin jatkuvan.

7. Johtopäätökset

Tulevaisuudentutkimuksen käyttämisellä on kiistatta ollut vaikutusta tekemääni muotoilu-prosessiin ja sen kulkuun. Tutkimuskysymysteni kautta olen halunnut selvittää, ovatko nämä vaikutukset olleet luonteeltaan työtä edesauttavia, haittaavia tai neutraaleja ja mitä nämä vaikutukset ovat ylipäänsä olleet.

7.1 Lisäarvo

Ensimmäinen graduni tutkimuskysymyksistä kuului: tuoko valittujen tulevaisuudentutkimuksen menetelmien käyttö lisäarvoa muotoiluprosessiin? Subjektiivisesti määriteltynä tulevaisuudentutkimuksen tuottama lisäarvo on jotakin sellaista, mitä en uskoisi muilla keinoin tai menetelmien avulla voitavan saavuttaa. Ja jotta kyse olisi lisäarvosta, tulisi tämän jonkin olla lähtökohtaisesti positiivista.

Tulevaisuudentutkimuksen metodien avulla olen hankkinut muotoilukohteestani sellaista tietoa, jota en muilla keinoin olisi tavoittanut. Tietoa itsessään ei voi suoraan pitää (lisä) arvona, vaan merkittävää on tiedon luonne ja sen käytettävyys prosessissa. Muotoiluprosessin alkuvaiheen kulkuun kuuluu tuottaa mahdollisimman paljon ratkaisuihdeita annettuun ongelmaan. Hyvin toteutuneesta ideointivaiheesta seuraa ideoiden karsinta niin, että jäljelle jäävät lupaavimmat ideat. Karsinnan voi toki tehdä niin sanotusti lonkalta, sen perusteella, mitkä ideat vaikuttavat hyviltä. Järkevämpää on toki tehdä karsintaa perusteltujen kriteerien pohjalta. Esimerkiksi kohdemarkkinoiden potentiaalisuus ja tuotteen istuvuus kohderyhmälle ovat kriteereitä, joita harvoin kannattaa sivuuttaa (Cagan & Vogel 2003, 178–179). Tulevaisuudentutkimuksen välineillä saavuttamani tieto potentiaalisista tulevaisuuden asiakasryhmistä, heidän arvoistaan ja tarpeistaan toimi monessa vaiheessa muotoiluprosessiani kriteeristönä, jota vasten ideoitani arvioin.

Mannermaan (2004, 36–37) mukaan tulevaisuusprojektissa tulisi tavoitella uskottavuutta ja vaikuttavuutta: *”Tieteellisesti uskottavat skenaariot ja strategiat on johdettu loogisesti nykyyhetkeä koskevasta ymmärryksestä. Ne ovat sisäisesti konsistentteja eli eivät sisällä sisäisiä ristiriitaisuuksia, ne käsittelevät olennaisia tekijöitä ja ovat holistisia ja monialaisia.”* Tekemäni tulevaisuusprojekti tuntuu nauttivan uskottavuudesta. Tulevaisuuspyörän ja trendien avulla toteuttamani tulevaisuusprojektin vaikutus ei kuitenkaan rajoitu vain itse tulevaisuuskuviin ja niiden uskottavuuteen. Toin tulevaisuuskuvia ja eri trendejä näkyville niin tuottamissani teks-

teissä, kuvissa kuin puheissani. Perustelin niiden avulla ideoitani ja konsepteja useammin kuin kerran. Saamani palautteen mukaan kaikissa luomissani liiketoimintakonsepteissani oli nähtävissä bisnesidea ja ne olivat uskottavia. Tulevaisuudentutkimus tarjosi minulle vahvoja perusteita, joiden avulla myös esitetyistä konsepteista rakentui uskottavia, ehkä jopa vaikuttavia.

Käyttämäni tulevaisuudentutkimuksen menetelmät tarjosivat minulla arvokasta tietoa, jonka avulla arvioin omia ideoita ja niiden potentiaalia. Tulevaisuustieto toimi monessa kohtaa perusteluna idealleni tai ajatukselleni. Koen vahvasti, että nämä piirteet tuottivat muotoilu-prosessiini lisäarvoa.

7.2 Tulevaisuudentutkimus uuden tarjoajana

Graduni toisen tutkimuskysymyksen, mitä uutta muotoilukohteen tulevaisuuksien kartoittaminen osana muotoilutyötä voi tarjota, kautta halusin tarkastella millaisia vaikutuksia valitsemillani tulevaisuudentutkimuksen metodeilla voi muotoiluun olla.

Tulevaisuudentutkimus tieteenalana on kohtalaisen uutta, kuten myös muotoilu käsitteenä ja ammattina on. Tulevaisuutta on kautta aikojen pyritty ennustamaan mitä erinäisimmin keinoin. Nykyisin on helppo hymähdellä teen lehdistä ennustamiselle tai tähtien aseman tulkitsemiselle. Yhtä helppoa on hymähtää, kun kuulee termin tulevaisuudentutkimus. Kokeukseni mukaan muotoilulla ja tulevaisuudentutkimuksella onkin yllättävä yhteinen piirre: niitä joutuu kovin usein selittämään ja selventämään. Monille kanssaihmisille tulee yllätyksenä, että muotoilija tekee muutakin, kuin piirtää kauniita viivoja tai muovaa savea. Aivan yhtä yllättävää saattaa olla, että tulevaisuudentutkimus on varteenotettavaa tieteellistä tutkimusta. Muotoilun ja tulevaisuudentutkimuksen yhteisvaikutuksena voi olla, että selittämisen, selventämisen ja itsensä uskottavana pitämisen määrä kasvaa liian suureksi. Tällöin huomio itse muotoiluprojektista ja sen aiheesta voi herpaantua ja muotoilijan asema prosessissa hankaloitua. Pahimmillaan tulevaisuudentutkimuksen ottaminen osaksi projektia voi tarjota vain uuden ongelman tai lisähaastetta.

Tulevaisuuspyörien läpikäyminen toi muotoiluprojektiin mukaan uuden näkökulman. Visuaalinen esitys kokosi yhteen palettiin monia erilaisia tekijöitä, joilla voi olla oma vaikutuksensa tulevaisuudessa. Tulevaisuuspyörien myötä esille nousi esimerkiksi tekniikan erilaiset trendit. Koska tekniikka ja etenkin sen erilaiset kehityssuunnat ovat itselleni kohtalaisen vieraita, minulla on harvoin tarjota ideoita, jotka nojaisivat esimerkiksi uusiin teknisiin mahdollisuuksiin. Tekniikan trendien mukaan ottaminen loi pohjan monille ideoilleni, joissa tekniikalla

tai sen muutoksilla oli merkittävä rooli. Tulevaisuuksien kartoittaminen tarjosi tietoa uusien ideoiden pohjaksi.

Itselleni yllättävin tulevaisuudentutkimuksen anneista oli sen rooli kommunikaation välineenä. Kettunen (2013, 178) väittää muotoiluprosessin olevan konsensuksen rakentamista, missä kommunikaation avulla yritetään luoda yhteistä todellisuutta. Sen lisäksi, että muotoilijan odotetaan työssään tuottavan uusia ideoita, hänen täytyy myös esitellä ideansa ja ajatuksensa työn vastaanottajalle. Eri viestintätilanteissa mukautamme viestintäämme vastaanottajien ja tilanteen mukaan. Ideoiden esittely toisille muotoilijoille sallii oman ammattikielen käyttämisen ja esim. visuaalisten ja *muotoilullisten* seikkojen painottamista. Kun viestin vastaanottaja ja työn arvottaja tulee toisenlaisesta viitekehuksesta kuin itse, täytyy muotoilijan yrittää löytää yhteinen kieli ja yhteiset arvot, joilla keskustelua käydään. Huomasin itse usein tuovani esille eri tulevaisuuden muuttujia ja trendejä sekä niiden luomia taloudellisia mahdollisuuksia esitellessäni ideoitani. Käytetyn kielen ja perustelujen pitää olla jotakin, mitä vastaanottaja ymmärtää ja minkä arvon hän jakaa. (Wiio 1994, 95–98, 123.)

Pelkkä yhteinen kieli ei kuitenkaan yksin riitä. Omat ideansa täytyy olla valmis ”myymään” kerta toisensa jälkeen. Muotoilijan työn olennainen osa on omien ideoiden viestiminen muille ryhmän (työryhmä, asiakkaan edustajat tms.) jäsenille. Tavoitteena on hakea kannatusta tai rohkaisua sille, että omat ideat tai konseptit ovat toteuttamisen ja yhteisen työn arvoisia ja että muotoilija on työnsä kanssa oikeilla jäljillä (Kettunen 2014, 178–180). Kun ryhmän kanssa etsitään konsensusta edelleen kehitettävistä tai toteutukseen päätyvistä ideoista, ei ole yhdentekevää miten asiansa esittää. Hyvältä kuulostava idea on vain hyvältä kuulostava idea, ellei sitä pysty perustelemaan kunnolla. Kettusen (2014, 58–59) mukaan ”*vakuuttavuus ja uskottavuus ovat tärkeimpiä mielekkyyden luomisessa kuin täysin paikkansa pitävä informaatio*”. Käytännössä tämä näkyy mm. siinä, että muotoilija valikoi tilanteen mukaan, minkälaisia näkemyksiä ja mitä informaatiota tuo esille. Hilka Kallion (2006, 70, 87) mukaan monipuoliset perustelut ovat osa vakuuttavaa esitystä: ”*Kuvaileminen ja tulevan ennakoiminen auttavat kuulijoita ymmärtämään paremmin ilmiötä*”. Tulevaisuuskartoitusten avulla monet seikat, jotka muuten olisi ehkä vain ohitettu sivulauseessa, nousivat esille ja saivat perustelunsa. Esimerkiksi kulttuurikeskus keskellä Rovaniemiä on varteenotettava idea, koska tulevaisuuden matkailijoissa on runsaasti harmaita panttereita. Nämä vetreät ikäihmiset hakevat matkoiltaan ekstreme-kokemusten sijaan kulttuuria ja hyvänolon palveluita. Vakuuttavasti perusteltu hyvä idea on helpommin myös varteenotettava idea. Myös muiden on helpompi ”ostaa” hyvin perusteltuja ideoita, joiden vision he voivat jakaa.

Tulevaisuuskartoitusten avulla muotoilutyöhön voidaan tuoda monia uusia elementtejä. Samalla, kun tulevaisuuskartoitusten avulla voidaan saavuttaa uusia ideoita vieraammiltakin aloilta, se tarjoaa myös uuden haasteen. Muotoilun kommunikointi ja sen erilaisten sisältöjen

esilletuominen ei aina ole kovin kivutonta ja helppoa. Tulevaisuudentutkimusta muotoilutyössä pitää osata käyttää harkiten. Jos työn vastaanottaja ei ole vielä tehnyt sinunkauppoja muotoilun kanssa, voi toisenkin kummajaisen, tulevaisuudentutkimuksen, esiinmarsittaminen osoittautua kuopan kaivamiseksi itselle. Toki muotoilutyön tilaaja voi tuntea tulevaisuudentutkimusta laajastikin. Pahimmillaan tilanne voi olla, että epävarmalle asiakkaalle yritetään tarjota lisää jotain kummallista, jonka (muotoilijan mielestä) potentiaalista arvoa asiakas ei lainkaan hahmota.

Mielestäni suurin *uusi*, jota tulevaisuuskartoitukset tarjosivat, oli kuitenkin niiden rooli kommunikaation välineenä. Monessa kohtaa prosessia ne toimivat tapana luoda yhteistä todellisuutta. Ennen koko pitkää muotoilu- ja tutkimusprosessia en juurikaan ajatellut tulevaisuudentutkimuksen antia kommunikaation näkökulmasta. Tiesin toki, että tulevaisuudentutkimus on asia, jota minun tulisi prosessin aikana kommunikoida sidosryhmilleni, mutta en osannut odottaa, että tulevaisuudentutkimus ja tulevaisuuskuvat toimisivat kommunikaation välineinä.

Osa tulevaisuuskuvienv tarjoamista *uusista* voivat tuottaa myös lisää arvoa muotoiluprosessiin. Uusia ideoita voidaan herätellä monin eri keinoin, jolloin samaan vaikutukseen voidaan päästä myös toisella tavalla. Tällöin edellisessä kappaleessa asettamani lisäarvon määre ei täyty. Tulevaisuuskuvat kommunikaation välineenä vertautuu ehkä parhaiten kieleen. Voimme valita käyttöömmme myös toisen kielen, mutta eri kielten vivahteet eivät koskaan ole samanlaisia. Itselleni tulevaisuuskuvat on uusi kieli, jota käytän mielelläni. Sen avulla voin yrittää löytää yhteisen sanaston ”myyntipuheideni” kohteiden kanssa. Joku toinen kokee tämän uuden kielen hankalana ja kovin vieraana ja pitäytyy mieluummin vanhassa kielessään, jota puhuu sujuvasti.

8. Pohdinta

Matka graduni alkupisteestä valmiiksi työksi asti kesti neljä vuotta. Konseptieni ideat ja tulevaisuuskartat on piirretty ja suunniteltu keväällä 2011. Nyt, vuoden 2015 alkumetreillä kortteli 9 näyttää erilaiselta kuin sinä syksynä, jolloin työni aloitin: sisäpihalla ollut tiilinen rakennus on purettu alta pois. Korttelin sisäpiha on jo kahtena kesänä ollut kesäteatterin näyttämönä. Kahden, kolmen viime vuoden aikana kaupunkiin on avattu kaksi lasten sisäleikkipuistoa ja entisestä kauppalantalosta on tulossa talon historiaa hyödyntävä hotelli. Voinkin mielestäni perustellusti väittää, että osa konseptieni ideoista on ollut hyvinkin relevantteja. Ilman tekemääni tulevaisuudentutkimusta olisin tuskin kaikkiin ideoihini päätenyt, tai niihin uskonut.

Vuonna 1992 Mika Mannermaa (1992, 22) kirjoitti tulevaisuudentutkimuksen merkityksestä nyky-yhteiskunnalle: *”Tulevaisuudentutkimus on tällaisessa tilanteessa paitsi työkalu erilaisten kehitysvaihtoehtojen perustellussa hahmottamisessa myös apuväline oppimisprosessissa, jonka ydinsisältö on toisaalta se, että tulevaisuus koostuu lukuisista vaihtoehdoista, joiden toteutumisesta päättävät ihmiset itse, ja toisaalta se, että murrosvaiheitakin sisältävä jatkuva yhteiskunnallinen muutos on oleva normaali tila, johon tulisi sopeutua.”* Tätä taustaa vasten tulevaisuudentutkimuksen arvon löytäminen sekä ideoinnin lähtökohtana että jo syntyneiden ideoiden arvioimisessa olisi toivottavaa.

Tulevaisuuskuvioiden käytön tarkoituksena ei ole luoda muotoilulle tiukkoja reunaehtoja, vaan ennemminkin toimia älyllisenä haasteena. Muotoilijan pitää pystyä perustelemaan valintojaan ja päätöksiään, niin itselleen kuin asiakkaalle. Tulevaisuuskuvioiden avulla muotoilija voi punnita, onko jokin idean aihio relevantti tietyn tulevaisuuskuvioiden valossa. Eri tulevaisuuskuvioiden kokominen ja käsittely voi myös auttaa tuottamaan hyvällä tavalla hulluja ideoita. Kukapa meistä olisi aikoinaan uskonut, että tulemme riippuvaisiksi kameran jatkuvasta mukanaolosta ja että tuo kamera löytyy mukana kulkevasta, langattomasta puhelimesta?

Tutkimuksessani olen pyrkinyt selvittämään, mitä vaikutuksia valitsemillani tulevaisuudentutkimuksen menetelmillä on muotoiluprosessiin. Tulevaisuudentutkimus on metodirikas tiedonala. Jatkotutkimus, jossa selvitettäisiin laajemmin tulevaisuudentutkimuksen eri metodien soveltuvuutta ja antaa muotoilun käyttöön voisi osoittaa uusia tapoja hyödyntää tulevaisuustietoa muotoilun parissa. Kuitenkin, aivan yhtä oleellista olisi pohtia, mitä annettavaa muotoilulla ja muotoiluajattelulla on tulevaisuudentutkimukselle.

Lähteet

Kirjat

- Aburdene, Patricia, 2005. Megatrends 2010. The rise of conscious capitalism. Charlottesville, Hampton Roads Publishing Company, Inc.
- Anttila, Pirkko, 2000. Tutkimisen taito ja tiedon hankinta. Taito-, taide-, ja muotoilualojen tutkimuksen työvälaineet. 3. painos. Helsinki, Akatiimi Oy.
- Bell, Wendell, 1997. Foundations of Futures Studies. Human science for a new era. Vol. 1, History, Purposes, and Knowledge. New Brunswick, Transaction Publishers.
- Bruce, Margaret & Bessant, John, 2002. Design in business. Strategic innovation through design. Harlow, Pearson Education Limited.
- Cagan, Jonathan & Vogel, Craig M., 2003. Kehitä kärkituote. Ideasta innovaatioksi. Suom. Maarit Tillman. Helsinki, Talentum media oy.
- Cross, Nigel, 2007. Designerly Ways of Knowing. Basel, Birkhäuser Verlag AG.
- Cross, Nigel, 2011. Design thinking. Understanding how designers think and work. Oxford, Berg Publishers.
- Eskola, Jari & Suoranta, Juha, 2005. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 7. painos. Tampere, Vastapaino.
- Falin, Petra, 2011. Praktinen diffuusio. Muotoilun asiantuntijuuden alueena ammattillisen identiteetin näkökulmasta. Rovaniemi, Lapin yliopistokustannus.
- Hakala, Juha T., 2002. Luova prosessi tieteessä. Helsinki, Gaudeamus Kirja.
- Hautajärvi, Harri, 2014. Autiotuvista lomakaupunkeihin. Lapin matkailun arkkitehtuurihistoria. Helsinki, Aalto-yliopisto.
- Hiltunen, Elina, 2012. Matkaopas tulevaisuuteen. Helsinki, Talentum media oy.
- Kallio, Hilikka, 2006. Point. Tehoa ja taitoa työelämän esiintymistilanteisiin. [Helsinki], Inforviestintä oy.
- Kananen, Jorma, 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä, Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, Jorma, 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä, Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kettunen, Ilkka, 2001. Muodon palapeli. Helsinki, WSOY.
- Kettunen, Ilkka, 2013. Mielekkyyden muotoilu. Autoetnografia tuotekehityksen alkuvaiheista. Kuusamo, Aatepaja.
- Kopomaa, Timo, 1997. Tori – marginaali – haastava kaupunki. Helsinki, Suomalaisen kirjallisuuden seura.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary, 2001. Principles of Marketing. Ninth Edition. Upper Saddle River, Prentice-Hall.
- Lawson, Bryan & Dorst, Kees, 2009. Design expertise. Oxford, Architectural Press.

- Lawson, Bryan, 1997. How designers Think. The design process demystified. 3. painos. Oxford, Architectural Press.
- Mannermaa, Mika, 1992. Evolutionaarinen tulevaisuudentutkimus. 1.-2. painos .Helsinki, VAPK-kustannus.
- Mannermaa, Mika, 2004. Heikoista signaaleista vahva tulevaisuus. Helsinki, WSOY.
- McLuhan, Marshall, 1984. Ihmisen uudet ulottuvuudet. Suom. Antero Tiusanen. 3. painos. Porvoo, WSOY.
- Papanek, Victor, 1973. Turhaa vai tarpeellista? Suom. Jyrki Saarikivi. Helsinki, Kirjayhtymä.
- Pietilä, Veikko, 1976. Sisällön erittely. 2. painos. Helsinki, Oy Gaudeamus Ab.
- Salonen, Kirsi, 2010. Mielen luonto. Eko- ja ympäristöpsykologian näkökulma. Helsinki, Green spot.
- Stickdorn, Marc & Schneider, Jakob, 2010. This is Service Design Thinking. Basics – Tools – Cases. Amsterdam, BIS Publishers.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli, 2002. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki, Tammi.
- Tuulaniemi, Juha, 2013. Palvelumuotoilu. 2. painos. Helsinki, Talentum media oy.
- Ulrich, Karl T. & Eppinger, Steven D., 1995. Product Design and Development. New York, McGraw-Hill Book Co.
- Wiio, Osmo A., 1994. Johdatus viestintään. 6. painos. s.l. Weilin + Göös.

Artikkelit kokoomateoksista

- Erkkilä, Raija, 2005. Narratiivinen kokemuksen tutkimus: koettu paikka, tarina ja kuvaus. Teoksessa Kokemuksen tutkimus. Merkitys – tulkinta – ymmärtäminen. Toim. Perttula, Juha & Lomaa, Timo. Helsinki, Dialogia Oy, s. 195–226.
- Aarnos, Eila, 2007. Kouluun lapsia tutkimaan. Havainnointi, haastattelu ja dokumentit. Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Toim. Aaltola, Juhani & Valli, Raine. 2. painos. Jyväskylä, PS-kustannus. s.170–183.
- Heikkinen, Hannu L.T., 2010. Toimintatutkimuksen lähtökohdat. Teoksessa Toiminnasta tietoon. Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat. Toim. Heikkinen, Hannu L.T. & Rovio, Esa & Syrjälä, Leena. 3. painos. Helsinki, Kansanvalistusseura.
- Kamppinen, Matti & Malaska, Pentti & Kuusi, Osmo, 2003. Tulevaisuudentutkimuksen peruskäsitteet. Teoksessa Tulevaisuudentutkimus. Perusteet ja sovelluksia. Toim. Kamppinen, Matti & Kuusi, Osmo & Söderlund, Sari. 2. Painos. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, s. 19–54.
- Keinonen, Turkkala & Andersson, Janne & Bergman, Jukka-Pekka & Piira, Sampsa & Säskilähti, Mikko, 2003. Mitä tuotekonseptointi on? Teoksessa Tuotekonseptointi. Toim. Keinonen, Turkkala & Jääskö, Vesa. Helsinki, Teknologian ja Innovations Teknova Oy, s. 9–48.
- Kurvinen, Esko, 2004. Muotoilun asema projektikokouksissa – esimerkkinä uuden kivenmurskaimen suunnittelupilotti. Teoksessa Muotoilun muutos. Näkökulmia muotoilutyön organisoimiseen ja johtamiseen kehityshaasteisiin 2000-luvulla. Hasu, Mervi & Keinonen, Turkkala &

- Mutanen, Ulla-Maaria & Aaltonen, Alekski & Hakatie, Annaleena & Kurvinen, Esko. Helsinki, Teknologiainfo Teknova Oy, s.157–181.
- Kuusi, Osmo & Kamppinen, Matti, 2003. Tulevaisuuden tekeminen. Teoksessa Tulevaisuudentutkimus. Perusteet ja sovelluksia. Toim. Kamppinen, Matti & Kuusi, Osmo & Söderlund, Sari. 2. Painos. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, s. 117–170.
- Leppimäki, Sami & Meristö, Tarja & Peltola, Päivi & Bergman, Jukka-Pekka, 2004. Tulevaisuuden ennakointi konseptoinnin tukena. Teoksessa Tuotekonseptointi. Toim. Keinonen, Turka & Jääskö, Vesa. Helsinki, Teknologiainfo Teknova Oy, s. 137–172.
- Olsson, Krister, 2010. Cultural Heritage as a Resource in Place Marketing. Teoksessa Integrating Aims. Built heritage in social and economic development. Toim. Mälkki, Mikko & Schmidt-Thomé, Kaisa. Espoo, Aalto University School of Science and Technology, s. 251–268.
- Perttula, Juha, 2005. Kokemus ja kokemuksen tutkimus: fenomenologisen erityistieteen tieteenteoria. Teoksessa Kokemuksen tutkimus. Merkitys – tulkinta – ymmärtäminen. Toim. Perttula, Juha & Lomaa, Timo. Helsinki, Dialogia Oy, s. 195–226.
- Poikolainen, Liisa & Mäkijärvi, Heikki & Rissanen, Jukka, 1994. Tuote. Teoksessa Design management. Yrityskuvasta kilpailuvaltti. Toim. Liisa Poikolainen et al. Helsinki, Otava, s. 45–88.
- Rubin, Anita, 2003. Tulevaisuudentutkimuksen käsitteitä. Teoksessa Tulevaisuudentutkimus. Perusteet ja sovelluksia. Toim. Kamppinen, Matti & Kuusi, Osmo & Söderlund, Sari. 2. Painos. Helsinki, Suomalaisen Kirjallisuuden Seura, s. 887–906.
- Saarela-Kinnunen, Maria & Eskola, Jari, 2007. Tapaus ja tutkimus = tapaustutkimus? Teoksessa Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. Toim. Aaltola, Juhani & Valli, Raine. 2. painos. Jyväskylä, PS-kustannus, s. 184–195.
- Virkkunen, Jaakko & Mutanen, Ulla-Maaria, 2006. Uudet liiketoimintamallit muotoiluosaamisen kehityksen haasteena. Teoksessa Muotoiluosaamisen kehittäminen teknologiayrityksissä. Helsinki, Teknologiainfo Teknova Oy, s.11–27.

Lehdet

- Cetron, Marvin J. & Davies, Owen, 2010a. Trends Shaping Tomorrow's World. Economic and Social Trends and Their Impacts. The Futurist, Vol. 44 Issue 3, May-June 2010, s. 35–50.
- Cetron, Marvin J. & Davies, Owen, 2010b. Trends Shaping Tomorrow's World. Forces in the Natural and Institutional Environments. The Futurist, Vol. 44 Issue 4, July-August 2010, s. 38–53.
- Cross, Nigel, 2001. Designerly Ways of Knowing: Design Discipline Versus Design Science. Design Issues, Vol. 17, No. 3, Summer 2001, s. 49–55.
- Cross, Nigel, 2004. Expertise in Design: an overview. Design Studies, Vol. 25, No. 5, 2004, s. 427–441.

Painamattomat lähteet

- Käytettävyydellä potkua tuotekehitykseen -opas, 2010. Työterveyslaitoksen verkkosivut, Ergonomian tiedonlähteitä. Työterveyslaitos, ESR ja Oulun lääninhallitus sivistysosasto. Sivu luotu 7.12.2010. Luettu 12.14.2012. http://www.ttl.fi/fi/ergonomia/menetelmat/Documents/kaytettavyydella_potkua_tuotekehitykseen.pdf

- Glenn, Jerome C., [2009]a. 1. Introduction to Futures Research. CD-ROM:ilta Futures Research Methodology 3.0. The Millennium Project. (Vuosiluku wikipediasta)
- Glenn, Jerome C., [2009]b. 6. The Futures Wheel. CD-ROM:ilta Futures Research Methodology 3.0. The Millennium Project. (Vuosiluku wikipediasta)
- Inayatullah, Sohail, [2009]. Causal Layered Analysis. CD-ROM:ilta Futures Research Methodology 3.0. The Millennium Project. (Vuosiluku wikipediasta)
- Microsoft, 2014. Developer network -verkkosivusto. Milestone-Based Process Model. Luettu 7.7.2014. [http://msdn.microsoft.com/en-us/library/aa266921\(v=vs.60\).aspx](http://msdn.microsoft.com/en-us/library/aa266921(v=vs.60).aspx)
- Mäkelä, Keijo, 2006. Metatrendit, megatrendit ja trendit. (moniste)
- Pekkala, Pekka, 2012. Kopioimallakin pärjää. Kolumni Helsingin Sanomien verkkosivuilla 13.02.2012. Tuloste kirjoittajan hallussa.
- Petersen, John & Steinmueller, Karlheintz, [2009]. 10. Wild Cards. CD-ROM:ilta Futures Research Methodology 3.0. The Millennium Project.
- Rontti, Simo, [2012]. Muotoilu100 & ideointimenetelmiä -pdf-diasarja. Sähköinen kopio saatu tekijältä.
- Tervo, Tapani, 2003. Rovaniemi. Korttelin 9 rakennuskannan vaiheet. Tervon harrastuspohjalta tekemä selvitys korttelin rakennuskannasta eri aikoina.
- Wikipedia, vapaa tietosanakirja, 2013. Hakusana: muotoilu. Sivü päivitetty 16.4.2013. Luettu 18.2.2014. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Muotoilu>
- Uotinen, Johanna, 2010. Aistimuksellisuus, autoetnografia ja ruumiillinen tietäminen. Elore -verkkolehti. 1/2010. Saatavilla <http://www.elore.fi/>

Muu kirjallinen aineisto

- Design ROI -tutkimusprojekti, 2012. Design ROI. Mitattavaa muotoilua. Projektiraportti. Toim. Pitkänen, Antti.
- Tether, Bruce, [2005]. 'Think Piece' on the Role of Design in Business Performance. Department of Trade and Industry. Saatavilla verkosta: <http://berr.gov.uk/files/file14796.pdf>
- Jarkko, Annukka, 2014. Ounasvaaran matkailullinen kehittäminen suunnittelun ja päätöksenteon asiakirjoissa. Matkailututkimuksen Pro gradu -tutkielma, Lapin yliopisto.

Muu aineisto

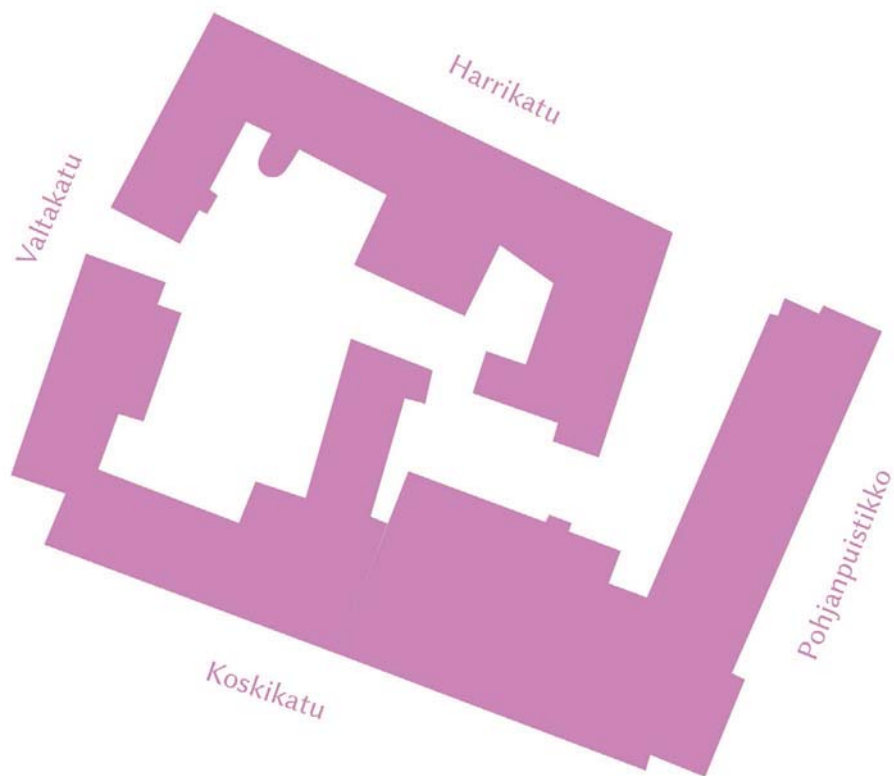
- Erkkilä, Sami, mekaniikkainsinööri, Rovaniemi. Elisa Lahden kanssa käydyt keskustelut 1.5.-15.8.2014.

B

Elisa Lahti
Pro Gradu -työn taiteellinen osa

Projektiraportti

Uraanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi



Elisa Lahti
13290
Lapin yliopisto
TTK, teollinen muotoilu
14.1.2014

Sisällys

Johdanto	2
Toimeksianto	3
Tarkoitus ja tavoitteet	3
Resurssit ja toteutus	4
Tiedonkeruu	5
<i>Rakennettu ympäristö</i>	5
<i>Kohderyhmät</i>	6
<i>Tulevaisuudentutkimuksen menetelmän valinta</i>	6
Luova työ	8
<i>Ensimmäinen vaihe – mahdollisia tulevaisuuksia, mahdollisia tuotteita</i>	8
<i>Toinen vaihe – viidestä kolmeen</i>	10
<i>Kolmas vaihe – konseptien viimeistely näyttelykuntoon</i>	11
Projektin tulokset suhteessa tavoitteisiin	15
Saadut kokemukset	16
Lähteet	18
<i>Painetut lähteet</i>	18
<i>Painamattomat lähteet</i>	18
Liitteet	18

Johdanto

Rovaniemen keskustassa, joen ja vanhan torin läheisyydessä sijaitsee kortteli numero 9. Lapin sodan melskeissä Rovaniemen rakennuskannasta tuhoutui suurin osa ja vain harvoja keskustan taloista säästy. Myöhemmin, eri ajanjaksoina keskusta-aluetta on rakennettu täydentämällä ja vanhan tilalle uutta rakentaen. Myös kortteli 9 on ollut tässä kehityksessä mukana: kortteli 9 rakennusten ikä vaihtelee piirun verran vajaasta 20 yli 90 vuoteen. Erikoislaatuisen korttelista tekee kuitenkin sen sisäpiha. Vaikka korttelia on rakennettu ja rakennuksia korjattu ajan saatossa useita kertoja, on 1900 luvun alkupuolen sisäpiharatkaisu säästynyt. (Tervo 2003)

Syksyllä 2010 asuin korttelin vanhimmassa talossa, entisessä kauppaneuvoksen asunnossa. Aikani sekaista ja sieltä täältä ränsistymään pääsystä sisäpihaa ikkunasta tuijoteltuani, päätin tehdä asialle jotain. Teollisen muotoilijan silmissä tuo urbaani joutomaa ei ollut sen enempää ruma kuin joutavakaan, vaan täynnä mahdollisuuksia! Graduni taiteelliseksi osioksi aikomani muotoiluprojektin aihe oli löytynyt: Rovaniemen keskustan kortteli 9 sisäpihan konseptointi ja uusien tuoteideoiden kehittäminen. Jotta korttelin vanhat, mielestäni kauniit rakennukset voisivat säilyä myös tulevaisuuteen, täytyy niissä olla tavalla tai toisella tuottavaa toimintaa.



Kuva 1. Näkymä korttelin 9 sisäpihalle Valtakatu 24 parvekkeelta.

Kuten Jukka Lahtinen¹ minulle kerran sanoi: ”Kukaan ei omista kiinteistöjä omistamisen ilosta, vaan saadakseen niistä tuottoa”.

Toimeksianto

Korttelin rakennukset jakaantuvat kolmen eri toimijan kesken. Valtakatu 24 on ns. yksityisessä omistuksessa, kiinteistöä edustaa Jari Vallas (omistaa myös rakennuksessa olevan Tuhattori-kirpputorin). SOK omistaa Sokoksen vanhat kiinteistöt, joiden toiminnoista vastaa SOK:n kiinteistöpäällikkö Jukka Lahtinen. Sokos Hotel Vaakunan kiinteistön omistaa Kuntien eläkevakuumusyhtiö, mutta kaikista toiminnoista vastaa hotelli ja viime kädessä hotellin johtaja Jaana Laaksonen. Joulukuussa 2010 ja tammikuussa 2011 olin yhteydessä korttelissa toimiviin tahoihin. Kaikki edellä mainitut henkilöt olivat kiinnostuneita ajatuksistani ja korttelin sisäpihan kehittämisestä.

Koska projektilla ei ollut varsinaista ulkopuolista toimeksiantajaa, jouduin itse toimimaan sekä muotoilijana että työn tilaajana. Ideoiden arvottamisessa ja palautteen annossa asiakkaan roolissa toimivat korttelin rakennukset omistavien tahojen edustajat Laaksonen, Lahtinen ja Vallas. Sain heiltä runsaasti korttelia koskevaa tietoa ja kaupallista näkökulmaa. He tekivät muotoilutyön eri vaiheissa suoritettut karsinnat lukuisista eri ideanpoikasista aina lopun kolmeen konseptiin asti.

Tarkoitus ja tavoitteet

Pidän vanhoista rakennuksista, niiden elämää nähneistä pinnoista ja korkeista tiloista. Niihin on kuin sisäänrakennettu viesti hitaammasta elämänmenosta ja rakennetun tilan monimuotoisuudesta. Omaan myös vahvasti näkökannan, jonka mukaan aina ei tarvita uutta ja vanhaakin voidaan korjata. Tilat ovat ihmisiä varten ja niitä pitää käyttää.

Muotoiluprojektin tavoitteena oli aikaansaada liiketoimintakonsepteja, joissa huomioitaisiin ja hyödynnettäisiin korttelissa 9 jo olemassa olevia rakennuksia ja infrastruktuuria sekä rakennetun tilan habitusta ja toimijoita. Konseptien tavoitteena oli olla taloudellisesti järkeviä, eli kohderyhmien pitäisi olla tavoitettavissa ja tarjottavien sisältöjen pitäisi sopia Rovaniemen mittakaavaan ja luonteeseen.

Muotoiluprojektin toinen tavoite liittyi tulevaisuudentutkimukseen. Syksyllä 2010 osallistuin Lapin yliopiston järjestämälle Miten tutkimme tulevaisuutta? -kurssille. Kurssi on tulevaisuudentutkimuksen peruskurssi ja käsittelee mm. tiedonalan erilaisia tutkimusmetodeja. Jo aikaisemmin, vuonna 2007 olin käynyt Strategisen muotoilun kurssin, jossa sivuttiin tulevaisuudentutkimusta PESTE-metodin muodossa. Päähänäni oli jäänyt kytemään ajatus, että tulevaisuudentutkimuksella voisi olla annettavaa strategisen muotoilun lisäksi myös tuote- ja konseptimuotoilulle. Hyvä muotoilu on tulevaisuusorientoitunutta ja sen tavoitteena on luoda tuotteita ja konsepteja huomista varten, ei toistaa jo olemassa olevia ratkaisuja. Tulevaisuu-

1 Puhelu Jukka Lahtisen kanssa 9.12.2010

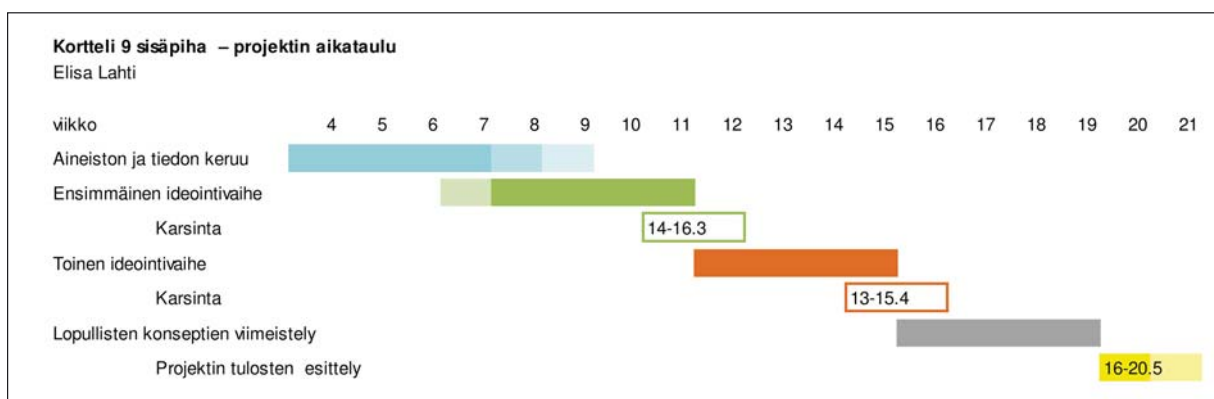
dentutkimus taas pyrkii kartoittamaan mahdollisia tulevaisuuksia ja tulevaisuuden maailmoja (Kamppinen & Malaska & Kuusi 2003, 20). Huolella rakennetut ja hyvin perustellut tulevaisuskuvat voisivat olla hyödyllisiä työkaluja muotoilijoille, kun esimerkiksi pyritään valitsemaan (tulevaisuuden) kohderyhmiä ja ennakoimaan niiden huomispäivän tarpeita.

Kiinnostus tulevaisuudentutkimusta ja sen mahdollisesti tuomaa hyötyä kohtaan teki minusta kokeilunhaluisen. Halusin tietää, sopisivatko tulevaisuudentutkimuksen menetelmät käytettäviksi osana muotoiluprojektia. Ainoa tapa selvittää asia, oli kokeilla sitä käytännössä. Muutamaan tulevaisuudentutkimuksen menetelmään tutustuneena muotoilijana tiesin, että muotoiluprojektissa käytettävän menetelmän soisi olevan ”kevyt ja helposti omaksuttava”. Muotoilu- tai yritysstrategioiden kohdalla tilanne on mielestäni toinen, koska niissä tavoitteet eivät niinkään kohdistu yksittäisiin tuotteisiin vaan enemmänkin tuotesarjoihin ja koko yrityksen linjaan. Projektin yhdeksi tavoitteeksi muotoutui sopivan/sopivien menetelmien valinta ja niiden käyttö osana muotoiluprosessia.

Resurssit ja toteutus

Muotoilutyö tapahtui kevään 2011 aikana yhden hengen voimin. Samaan aikaan kortteli 9 projektin kanssa kulkivat muut kurssit ja opiskelutyöt, joten työn määrä ja aikataulusuunnitelma piti miettiä tarkkaan. En halunnut asettaa itselleni liian tiukkaa aikataulua, jossa en kuitenkaan pysyisi. Vaikka muotoilutyön aikataulusuunnitelma sain sopia kalenterini kanssa kahdestaan, oli projektissa mukana monta muuta liikkuvaa osaa ja ihmistä: korttelin toimijoista Lahtinen työskentelee Helsingissä, Laaksonen osittain Kittilän Levillä. Heti projektin alussa tein alustavan aikataulun, johon merkitsin työn eri vaiheita ja karsintojen ajankohdat.

Muotoiluprojektini jakautui kohtalaisen selkeästi kahteen osaan, tiedon- ja aineistonkeruuseen ja luovaan työhön. Koska työn tilaus ei tullut ulkopuoliselta asiakkaalta, en saanut valmiita tietoja tai tavoitteita. Muotoilijantyöni olikin tällä kertaa hyvin tiedonhakupainotteista. Luovan työn vaihe, kuten tässä sitä nimitän, piti sisällään ”perinteisempää” muotoilijantyötä: ideointia, karsintaa, kuvittamista, ideoiden esittämistä yms. Luova vaihe jakautui kolmeen osaan, kahden ensimmäisen osan päättyessä ideoiden karsintaan. Kolmas luovan työn osa päättyi, kun lopulliset ideat on asetettu yleisön nähtäviksi. Tiedon- ja aineistonkeruun rinnalla käynnistyi myös



Kuva 2. Projektin tavoiteaikataulu ja muotoilutyön eri vaiheita.

luovan työn ensimmäinen vaihe, ideoiden tuottaminen.

Tiedonkeruu

Ennen varsinaisen muotoilutyötä alkoi tiedonkeruu ja aineiston hankinta. Jukka Lahtisen kautta sain käsiini Tapani Tervon vuonna 2003 koostaman korttelin rakennuskannan historiikin. Jari Vallaksen ja Jaana Laaksosen kanssa käytyjen keskustelujen hedelmää olivat mm. heidän lapsuusaikojensa muistot korttelista ja siinä sijainneista liikkeistä. Koska muotoilutyöni ytimessä oli rakennettu ympäristö, hain tietoa mm. (rakennetun) ympäristön kokemisesta. Päätös käyttää tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä osana projektia vaati syventymistä tiedonalan eri menetelmiin. Ensin minun täytyi kartoittaa sopivia menetelmiä, tutustua niihin ja valita sopivin. Tulevaisuudentutkimukseni pohjaksi hankin myös tietoa matkailun tilasta ja kehityssuunnista.

Rakennettu ympäristö

Liikeideakonsepti pitää nimensä mukaisesti sisällään karkean liikeidean kohderyhmineen ja toimintatapoineen. Tässä tapauksessa liikeidean lähtökohtana oli tietty maantieteellinen ja kulttuurinen sijainti, korttelin 9 sisäpiha. Liikeideakonseptin lähtökohta voisi yhtä hyvin olla esimerkiksi laajempi sijainti kuten tietty kaupunki tai maanosa, tavoiteltu kohderyhmä tai jokin muu liiketoiminnalle oleellinen tekijä. Kortteli 9 tuotteistamisessa rakennetulla ympäristöllä oli työhön ja käytettyihin menetelmiin suuri vaikutus. Vaikka tavoitteena oli luoda liikeideoita, jotka palvelisivat niin kaupungin asukkaita, yrittäjiä kuin matkailijoita, itse muotoilutyö ei nojannut käyttäjälähtöisyyteen. Verrattuna esim. palvelumuotoiluun, joka on ehdottoman käyttäjälähtöistä ja jossa tila esittää suurta roolia palvelun toteutumisessa, kortteli 9 tuotteistaminen erosi siitä juuri fyysisen ympäristön erilaisen merkityksen vuoksi. Vaikka palvelumuotoilussa tuote suunnitellaan tapahtuvaksi tietyssä tilassa, on muotoilun keskiössä kuitenkin käyttäjä, ihminen. Omassa muotoiluprojektissani huomio ei ollut niinkään käyttäjälähtöisyydessä, vaan ideointi tapahtui rakennusten ja niiden muodostaman tilan ehdoilla. Jos fyysinen (rakennettu) ympäristö on suunnitellussa tuotteessa keskeisessä roolissa, kohteeseen sijoitettuja toimintoja ei yleensä ole mahdollista siirtää mihinkään toiseen tilaan. Rakennukset ja niiden habitus ovat osa kokemusta: Kiasman kahvila voi sijaita vain nykytaiteenmuseossa nimeltä Kiasma. (Tuulaniemi 2011)

Millainen kortteli 9 sitten on fyysisenä tilana ja rakennettuna ympäristönä? Kirsi Salonen määrittää miellyttävää ympäristöä seuraavasti: "Miellyttävän ympäristön pitäisi olla jäsentynyttä, monimuotoista, salaperäistä, luettavaa. Siinä pitäisi olla paljon pyöreitä muotoja, vihreää kasvillisuutta ja vettä. Tyypillisesti kaupunkimaisemat ovat varsin jäsentyneitä ja luettavia, mutta eivät monimuotoisia tai salaperäisiä, eikä niissä ole pyöreitä muotoja. Suhteessa rakennettuun ympäristöön niissä on myös vähän kasvillisuutta ja vettä." (Salonen 2010, 32). Huolimatta keskeisestä kaupunkisijainnista kortteli 9 omaa monia miellyttäviä ominaisuuksia. Sisäpiha tekee korttelista mielestäni hieman salaperäisen, alueella on puita ja pensaita ja jopa pyöreitä muotoja on jokunen. Korttelin rakennukset ovat keskenään erilaisia, mikä rikkoo tylsän monotonisuuden. Korttelin ylemmistä ikkunoista voi nähdä myös palan jokimaisemaa

ja Ounasvaaran metsät. Paikan habitus on hyvin voimakas ja rovaniemeläisittäin erityinen. Kopomaan mukaan habitus on paikan muuttuvan luonne, sen karaktäärin antama ominaisuusjoukko, paikan henki. (Kopomaa 37) Tätä habitusta voidaan muuttaa ja sitä voidaan vaalia ja hyödyntää. Kokemukseen paikan habituksesta vaikuttavat niin kokemus tilasta ja rakennetusta ympäristöstä kuin myös tietoisuus tilan historiasta ja sen välittämistä tarinoista. (Olsson 2010, 257) Tuomalla korttelin 9 omaleimaisuutta ja historiaa vahvemmin esille, olisi mahdollista erottaa ja luoda sellaisia tuotteita, jotka eivät muualla ole mahdollisia.

Kohderyhmät

Tällä hetkellä korttelissa 9 on hotelli, ravintoloita, kahvila, yökerhoja, kirpputori, sekatavara-kauppa, taiteilijoita ja toimistoja. Korttelin välittömässä läheisyydessä sijaitsee neljä muuta hotellia, muutama safariyritys ja lisää ravintoloita. Haastattelin korttelissa sijaitsevan Kahvila Kauppayhtiön omistajaa Antti Kuhaa saadakseni kuvaa siitä, ketkä korttelissa asioivat ja mitä siinä toimiva yrittäjä voisi sisäpihalle toivoa. Paljastui, että alue on hyvin heterogeenistä, siellä viihtyvät niin paikalliset rovaniemeläiset kuin koti- ja ulkomaiset turistit. Tilausta voisikin olla tuotteille, jotka kiinnostaisivat sekä paikallisia että matkailijoita. Koska matkailu on itselleni tuntematon alue, täytyi tiedonhankinnassa keskittyä myös Rovaniemen ja Lapin matkailuun. Selvitettävää oli, ketkä täällä käyvät, keitä täällä halutaan käyvän, mitä he täällä tekevät, mitä heille tarjotaan ja ketkä tänne tulevaisuudessa tulevat?

Erilaisten raporttien ja selontekojen avulla minulle alkoi hahmottua kortteli 9 matkailulliset vahvuudet. Matkailun tärkeimpiin perustekijöihin niin globaalissa kuin Suomen mittakaavassa kuuluvat luonto- ja kulttuurimatkailu. Rovaniemen keskustan alueella luontomatkailla on vaikea harrastaa, joten kulttuurimatkailun laajasta kirjosta kannattaisi ottaa kaikki hyöty irti. Näkyvät kulttuuri- ja luonnon elementit ovat olennaisia kohottamaan maa- ja kaupunkikuvaa ja samalla ne lisäävät tunnettuutta. Matkailussa tärkeää on erottua toisista ja olla omaleimainen. Kun paikan fyysiset ulottuvuudet tukevat sen tarjoamaa sisältöä, voidaan aikaansaada mieleenpainuva kokemus paikasta. (MEK)

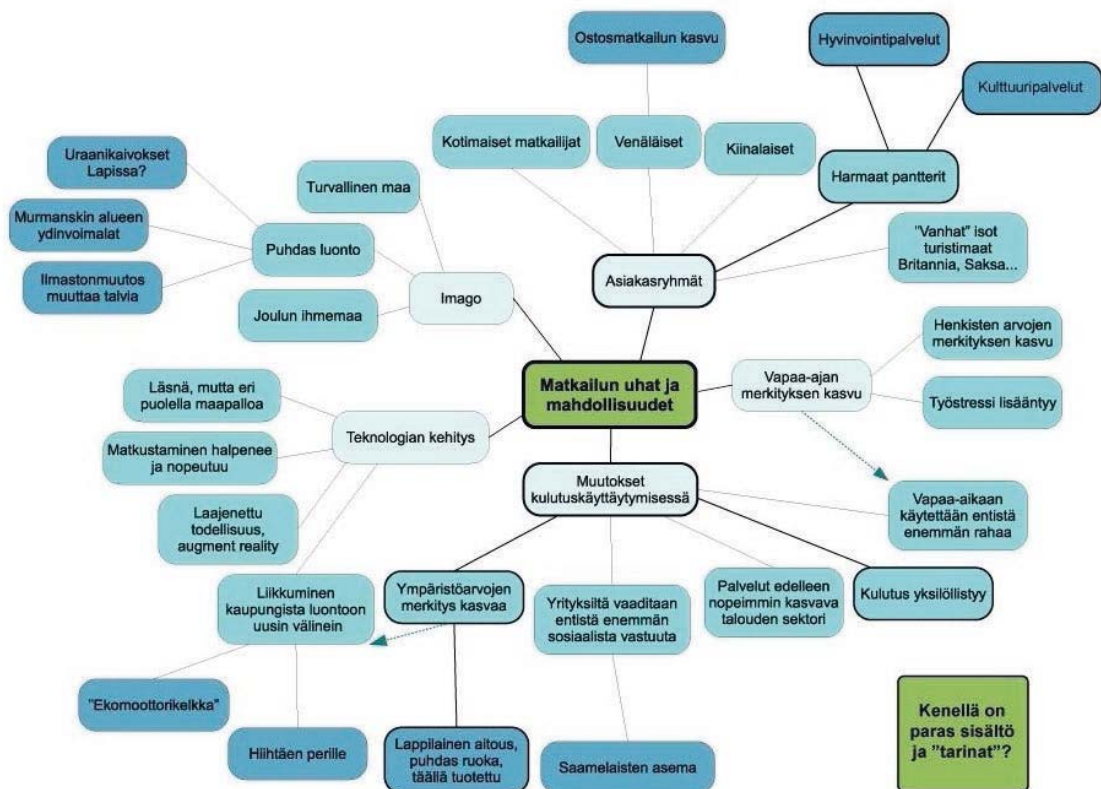
Tulevaisuudentutkimuksen menetelmän valinta

Käyn tässä projektiraportissani läpi tulevaisuudentutkimuksen metodiikkaa ja sopivan menetelmän valintaa vain pintapuolisesti. Pro gradu -työni tieteellisessä osiossa käsittelen aihetta ja sen problematiikkaa laajemmin. Koska en itse ole aiemmin törmännyt tulevaisuudentutkimuksen hyödyntämiseen tuote- tai konseptimuotoilussa, minulla ei ollut valmiina ns. sopivaa metodologiaa, jota käyttää. Minun täytyi siis valita monien metodien joukosta se tai ne, jotka vaikuttivat sopivimmilta ja lähteä kokeilemaan niitä käytännössä.

Osa tulevaisuudentutkimuksen menetelmistä pohjaa matemaattisiin malleihin tai tilastojen analyysiin. Jotta niitä olisi järkevä käyttää, pitäisi alan pioneerin, Wendell Bellin mielestä omata keskivertoa akateemista paremmat taidot ja ymmärrys matemaattisista tai tilastollisista menetelmistä. Muotoilijana koin järkevämmäksi keskittyä toisenlaisia taitoja hyödyntäviin metodeihin. Paras tulos eri tulevaisuuksien hahmottamisessa saadaan käyttämällä useaa

eri metodia samaan tutkimuskohteeseen. (Bell 1997, 239-244) Eri metodeja aikani haarukoituani päädyin käyttämään tulevaisuuspyörä – menetelmää (Futures Wheel). Menetelmä muistuttaa hieman miellekarttaa ja visuaalisuutensa vuoksi koin sen istuvan muotoilutyöhön hyvin. Menetelmä on lisäksi kohtalaisen helppo toteuttaa. Tulevaisuuspyörä rakentuu kehämäisesti, jolloin tutkittava aihe, esim. Rovaniemen keskustan kehitys, on keskellä. Aiheen ympärille aletaan keräämään tekijöitä, jotka vaikuttavat sen kehitykseen ja tulevaisuuteen. Isoimmat teemat ja tekijät tulevat lähimmäksi aihetta olevalle kehällä, seuraaville kehille tulevat hieman pienemmät teemat ja tekijät, edellisten ”alatekijät”. Visuaalisen luonteensa ansiosta erilaisia riippuvuus- ja vuorovaikutussuhteita on helpompi havaita ja vähemmälle huomiolle jääneet osiot on helppo huomata.

Tulevaisuuspyörää rakentaessani käytin hyödykseni trendejä ja megatrendejä. Megatrendi on jo tunnistettu ja monesti jo toteutumassa oleva kehityssuunta. Kaikki megatrendit eivät kuitenkaan toteudu ainakaan sellaisina kuin nyt uskomme. (Ahola & Palkamo 2009, 33) Herrat Marvin J. Cetron ja Owen Davies ovat tunnistettuja tulevaisuudentutkijoita, jotka muutaman vuoden välein keräävät ja listaavat erilaisia trendejä, joiden vaikutukset näkyvät tulevaisuudessa. Myös mm. Tekes on hankkeissaan listannut tiettyjen alojen trendejä. Valmiit, luotettavat trendit ovat mielestäni helppoja ja näkökulmia avaavia välineitä tulevaisuuskartoitusten aineistoksi. Lisäaineistona kävin haastattelemassa Lapin safareiden Jyrki Nivaa ja MTI:n matkailuprofessori Soile Veijolaa Rovaniemen matkailun tulevaisuuden haasteista. Keskusteluiden pohjina käytin mm. erilaisia matkailuun liittyviä selontekoja ja raportteja.



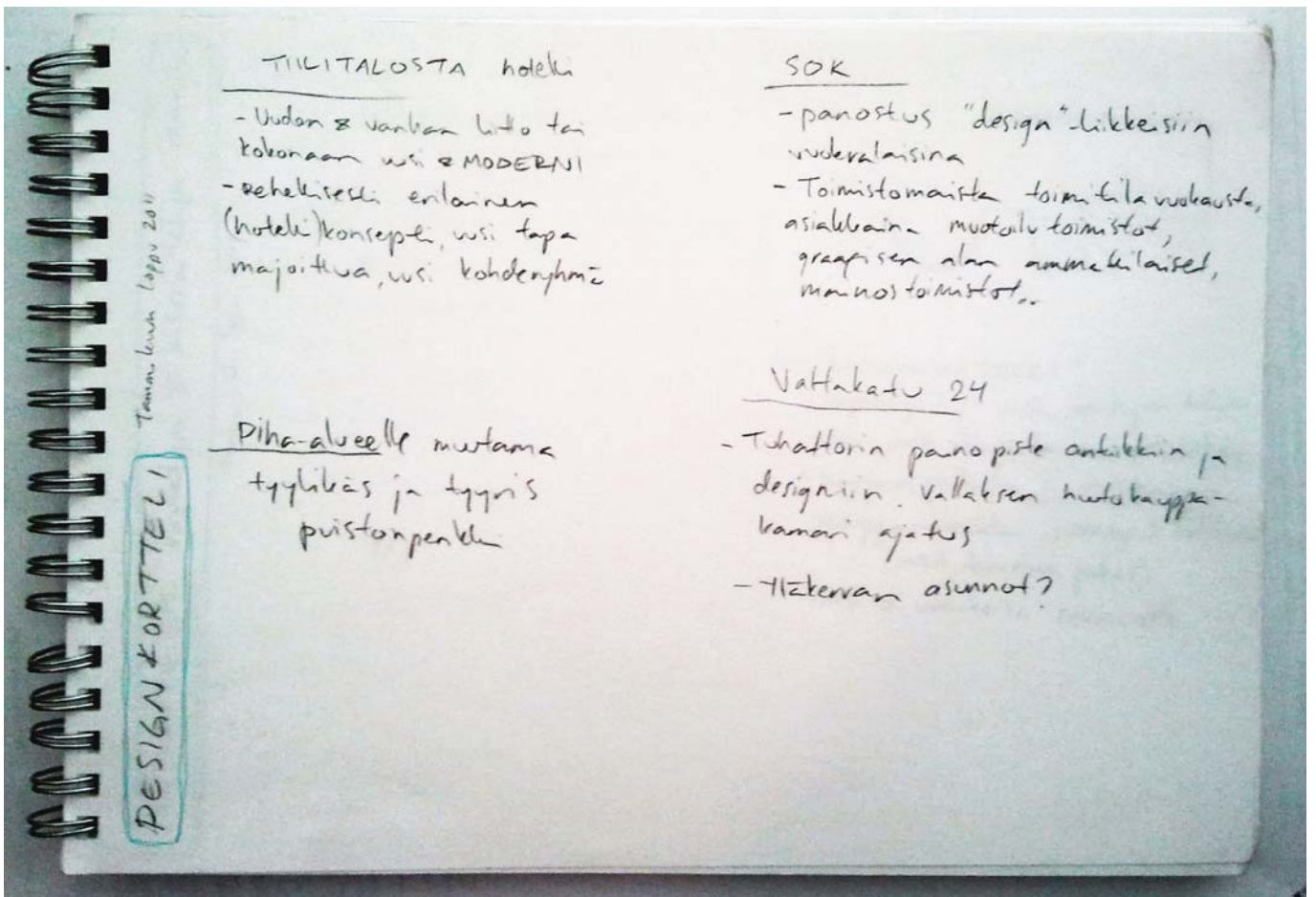
Kuva 3. Tulevaisuuspyörä Rovaniemen matkailun uhista ja mahdollisuuksista.

Luova työ

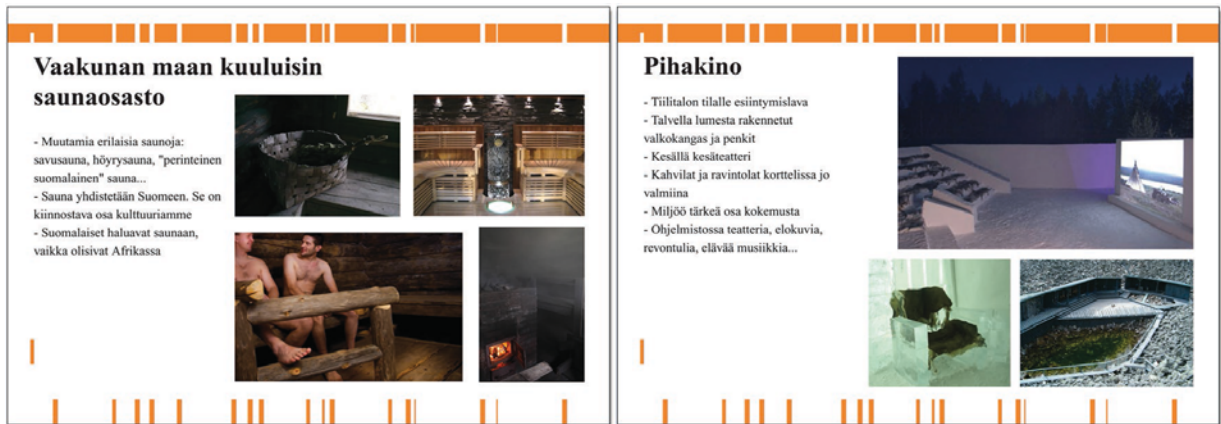
Ensimmäinen vaihe – mahdollisia tulevaisuuksia, mahdollisia tuotteita

Ensimmäinen luova vaihe kulki päällekkäin tiedonhankinnan kanssa. Tieto aikaansai uusia ideoita ja ideoiden mahdollisuuksia. Muotoilun menetelminä oli lähinnä aivoriihittyypinen vapaa ideointi kulloisenkin uuden tiedon tai sen hetkisen aiheen pohjalta ja erilaisten (elämys) palveluiden ja erikoisliikkeiden benc marking.

Lähdin ideoinnissa liikkeelle kortteli 9 alueesta yleisesti. Alun ajatuksen liikkuvat niin konkreettisissa ideoissa kuin abstraktimmissa asioissa: ”tekeminen, teemallinen alue, kaupunkisota” ja ”Olutpanimo tai muu pientehdas” olivat löytäneet tiensä samalle paperille. Kun yksittäiset ideat alkoivat hahmottua ja saada muotoa, myös niiden sisällöt tarkentuivat. Jotkin ideat kattoivat paremmin kaikki alueen toimijat, kuten Designkortteli -idea. Siinä jokainen korttelin toimija pystyisi aktiivisesti ottamaan osaa sisällön toteutukseen, Hotelli Vaakuna designhotellin mahdollistajana, SOK tarjoamalla toimitiloja design -painotteisille yrityksille, Jari Vallas painottamalla toimintaansa antiikin ja designin myyntiin ja välitykseen sekä kaikki yhdessä tekemällä piha-alueesta viihtyisän ja designiä huokuvan (kuva 4). Jotkin ideoista oli suoraan ajateltu sijoittuvan vain yhden toimijan alaisuuteen. Hotelli Vaakunan maankuulu saunaosasto ei välttämättä vaikuttaisi kovin paljoa korttelin muiden toimijoiden asiakaskuntaan tai toimintaan (kuva 5).



Kuva 4. "Designkortteli" -ideointia luonnoskirjan sivuilla.



Kuva 5. Projektin ensimmäisessä vaiheessa asiakkaalle esitettyjä ideoita.

Koko ensimmäisen ideointivaiheen ajan mukana kulkenut tiedonhaku vaikutti sekin monella tavoin ideointiin. Vastaan tullut kiinnostava ajatus tai teema saattoi saman tien muuntua ideaksi: Timo Kopomaa esittelee kirjassaan *Tori – marginaali – haastava kaupunki* (1997, 22-27) julkisen tilan eri funktioita, joita ovat edustuksellisuus, suojelevuus, virkistys ja tuottavuus. Funktioista muodostui ajatus avointen tilojen verkostosta, jossa Kemijoen jää edustaa virkistystä, Sampoaukio (= Lordin aukio) edustuksellisuutta ja kortteli 9 tuottavuutta torin roolissa.

Ideointivaiheessa muotoilussa pätee motto, että määrä tuo laatua. Vaikka pyrinkin tietoisesti välttämään itsesensuuria ideoiden kanssa, piti niitä kuitenkin jonkin verran karsia ennen niiden esittelykelpoisiksi saattamista. Jokaisen idean kohderyhmän piti sopia kortteliin ja sen tulevaisuuskuviin. Lisäksi jo ideoiden hiominen asetti vaatimuksen, että minulla piti olla jokaisesta ideasta jotakin sanottavaa, sisältöä. Bisneskeskus voi kuulostaa hyvältä, mutta koska en kyennyt luomaan sen alle mitään järkevää sisältöä, se karsiutui pois.

Ensimmäisessä vaiheessa en halunnut esittää asiakkaille liian valmiin tuntuisia ideoita, joten päädyin esittämään ideani sekä sanallisesti että kuvakollaasien avulla. Kuvakollaasit, joissa esitettiin niin tunnelmia kuin itse toimintaa, toimivat myös hyvinä esimerkkeinä ja ajatusten herättäjinä: tällaistaikin on tehty, tuokin on mahdollista. Valmiissa Power point esityksessä oli noin 20 eri ideaa (katso liite 1). Laaksosen, Lahtisen ja Vallaksen tiukoista aikatauluista (ja toimistojen etäisyydestä) johtuen esittelin ideat yksitellen jokaiselle korttelin toimijalle. Tämä mahdollisti esitysten sisältöjen muokkaamisen niin, että näytin osan dioista vain tietyille toimijalle. Näitä olivat mm. piha-aluetta koskevat diat, jotka pystyin näin toimien kohdentamaan juuri kyseisen toimijan hallinnassa olevaan alueeseen. Myös jotkin konseptidiat koskivat niin suoraan vain yhtä korttelin toimijoista, että olisin kokenut niiden esitlemisen myös muille hienoisena ajanhukkana. Esittämistäni konseptiaihoista jokainen asiakas sai valita kiinnostavimmat 3-5 kappaletta. Nämä ideat muodostivat toisen ideointivaiheen pohjan.

Ensimmäisessä luovassa vaiheessa minulla oli tavoitteena tuottaa asiakkaille myös pieni faktakartoitus kortteli 9 kehittämistä ja sen mahdollisista tulevaisuuden kuvista. Olin asettanut tavoitteeksi, että voisin ensimmäisen kierroksen ideoita esitellessäni esittää myös kyseisen kartoituksen. Toisin kuitenkin kävi. Kevättalvi pitää matkailuväen kiireisenä ja viimeistään

hihtolomat sotkevat aikataulut. Koska halusin haastatella Jyrki Nivaa ja Soile Veijolaa tulevaisuuskartoitusten pohjaksi, sain lopulliset kartoitukset ja tietopohjan valmiiksi vasta huhtikuun alussa! Ensimmäisen kierroksen ideat olin esittänyt jo kuukautta aiemmin. Liitin kuitenkin ensimmäiseen esitykseen alustavat tulevaisuuspyörien kuvat matkailu kehityksestä Rovaniemellä ja Rovaniemen keskusta-alueen kehityksestä. Niiden avulla pystyin perustelemaan, miksi mikäkin idea oli relevantti. Varsinaisen kartoituksen faktoineen toimitin asiakkaille ennen toista karsintakierrosta.

Toinen vaihe – viidestä kolmeen

Projektin toisessa vaiheessa keskityin ensimmäisestä vaiheesta jääneiden ideoiden jatkojalostamiseen. Pääasiallisen valinnan edelleen jalostettavista ideoista tekivät Laaksonen, Lahtinen ja Vallas. Heidän mielestään potentiaalisimmat ideat olivat:

- Kauppahalli
- Portti kaupunkiliikkumiseen
- Kahvilamaailma
- Neuvotteluhuoneet (eli kokouskeskus)
- Lasten leikkipaikat
- Torialue
- Galleria pakaritorni
- Tuoretukku puuhallivarastoon

Osa ensimmäisen ja toisen vaiheen ideoista karsiutui infrastruktuurin luomiin rajoitteisiin, toiset olivat syystä tai toisesta kiinnostavampia kuin toiset. Jukka Lahtiselta saamani palautteen mukaan kaikissa ideoissa oli kuitenkin selvästi nähtävissä ansaintalogiikka. Tämä oli mielestäni selvä onnistuminen, olihan ideoiden joukossa kuitenkin niin lumilinnaa kuin ympäristötaidepuistoa. Mikään ideoista ei saanut useampaa ”ääntä”, mutta toisaalta osassa valituista ideoista oli nähtävissä sama teema, kauppapaikka. Listan viimeinen valinta ei ollut varsinaisesti minun ehdottamani konsepti, vaan asiakkaan kanssa keskusteltaessa syntynyt, asiakkaan luoma konsepti. En saanut valintojen tueksi kovinkaan yksityiskohtaisia perusteluja, joten jouduin niitä myös itse miettimään. Kauppahalli ja Kahvilamaailma olivat myös jonkin verran ristitulleissa olevia konsepteja. SOK kiinteistöpäällikkö Lahtinen ei pitänyt kauppahallia taloudellisesti realistisena, vaikkakin mielenkiintoisena. Kahvilamaailman ongelmana hän piti parkkipaikan roolia, joka todennäköisesti jatkossakin on autojen pysäköintipaikka. Näiden ideoiden puolesta puhui kuitenkin Rovaniemen matkailun tulevaisuudesta tekemäni tulevaisuuskartta (liite 4, sivu 6) sekä keskusteluni matkailun asiantuntijoiden kanssa: kulttuuri, palvelut ja paikalliset tuotteet kiinnostavat matkailijoita. Kokouskeskus -konseptin jätin jatkosta pois, koska hotellinjohtaja Laaksonen oli keskusteluissamme todennut, että kokoustilojen kysyntä on pitkään ollut laskusuuntaista ja kilpailua Rovaniemellä on paljon.

Tavoitteenani oli, että jokainen jatkovaiheessa olevista ideoista olisi selvästi omanlaisensa. Käytännössä se tarkoitti, että samankaltaiset ideat joko yhdistettiin tai niitä vietiin selvästi eri suuntiin. Koska Kauppahalli ja torialue olisivat sisällöllisesti olleet kovin samanlaisia, ajatus torialueesta, kaikille avoimesta tilasta, yhdistin idean Galleria pakaritorniin. Ideassa sisäpihalla olisi kulttuuritoimintaa käsityö- ja taidekurseista eri vuodenaikojen ulkoilmatapahtumiin.

Myös Tuoretukku puuhallivarastoon -ideasta päätyi vaikutteita mukaan pakaritornikonseptiin.

Kahvilamaailma- ja kauppahallikonseptit vaativat jonkin verran kehittelyä rinnakkain, jotta niiden sisällöt ja johtoajatus pysyivät selvästi ominaan eivätkä sekoittuneet tai ottaneet vaikutuksia toisistaan. Näin ne hioutuivat omiksi, toimiviksi kokonaisuuksikseen. Kahvilamaailmassa painottuivat hyvinvointi ja kulttuuri sekä erilaiset palvelutuotteet. Kauppahallissa pyrin saamaan konseptiin kivijalkakauppojen hyvät puolet ja tunnelman ja siinä fyysisen ympäristön rooli on enemmän kuluttamisen näyttämönä toimiminen.

Portti kaupunkiliikkumiseen -konsepti sai tässä vaiheessa mukaansa kulttuurinäkökulman. Sen sijaan, että asiakkaille olisi tarjolla vain liikuntaan ja luontoon liittyviä palveluita, saman katon alta tarjottaisiin kulttuuripainotteisia retkiä ja opastusta kaupungin rientoihin. Sisäleikkipaikka teemottui ja sen kantavana ajatuksena oli, että myös lapsille voi tarjota "aitoutta" ja Lapin eksotiikkaa. Sisäleikkipaikassa eivät siis prinsessat ja merirosvot seikkaile, vaan lapset pääsivät tutustumaan maahisten valtakuntaan ja metsän henkien leikkipaikkoihin. Rovaniemellä olisi paljon muutakin sadunhoitoista tarjottavaa lapsille (ja aikuisille), kuin ympärivuotinen joulupukki.

Lopulta toisen kierroksen päätteeksi minulla oli esittää viisi eteenpäin kehitettyä konseptia: Kahvilamaailma, Kauppahalli, Portti Kaupunkiliikkumiseen, Sisäleikkipaikka sekä Galleria Pakaritorni (liite 2).

<p>B) Kauppahalli</p> <ul style="list-style-type: none">• Kauppahallin ideassa yhdistyy hyvällä tavalla kivijalkakauppojen tunnelma ja avoin ihmisten kohtaamispaikka• Tarjottavaa sekä paikallisille että turisteille → osa asiakkaista on korttelissa jo valmiina• Vastakohta kauppakeskuksille: persoonallinen, paikallinen, lähellä• Tarjotaan kauppiaille seinät ja katto, he rakentakoot loput → jokainen myymälä on aivan omanlaisensa 	<p>E) Galleria Pakaritorni</p> <ul style="list-style-type: none">• Miten piha toimii parhaiten, mistä kuljetaan ja miten vältetään "pimeat nurkat"?• Miten ihmiset löytävät paikalle? 
---	---

Kuva 6. Projektin toisessa vaiheessa asiakkaalle esitettyjä ideoita.

Kolmas vaihe – konseptien viimeistely näyttelykuntoon

Toisen vaiheen lopuksi esittämistäni 5 ideasta pyysin jokaista asiakasta valitsemaan konseptista yhden tai kaksi mielestään parasta ideaa. Pelkoni oli, että kaikki kolme asiakasta, Laaksonen, Lahtinen ja Vallas valitsisivat saman idean tai kaksi, jolloin työn projektin tuloksen esittäminen "erilaisina mahdollisuuksina" olisi kutistunut kasaan. Näin ei onnekseni käynyt, vaan sain viimeisen luovan vaiheen pohjaksi kolme eri konseptin aihiota. Mukaan valittiin Portti kaupunkiliikkumiseen, Sisäleikkipaikka ja Galleria pakaritorni. Kauppahalli tai kahvilamaailma

eivät sellaisinaan tulleet valituiksi, mutta Galleria pakaritornin kohdalla oli jälleen puhetta myös alueen kaupallisesta luonteesta.



Kuva 7. Piirroskuva kortteli 9 sisäpihan tiilitalosta.

Halusin, että lopulliset konseptit, jotka tulisin esittämään, olisivat toteutettavissa olevia liikeideoita. Tämä asetti erinäisiä haasteita matkan varrella, mutta myös lopullisten konseptien kanssa. Tiilitalon rakenteet ovat sen verran iäkkäitä, että talon sisällä olevia väliseiniä ei voi kaataa. Tästä on seurauksena, että sinne ei voida rakentaa isoja yhtenäisiä tiloja. Koska idea sisäleikkipaikasta olisi talon rakenteiden kannalta ollut yksinään aika monimutkainen, otin mukaan kahvilamaailman ideaa. Vaikka kahvilamaailmaa ei valittu lopullisten ideoiden joukkoon, se oli kuitenkin ollut pidetty idea. Ajatuksenani oli, että leikkimaailma toimisi pienesäkin koossa (jaettuna pienempiin huoneisiin, joissa voi olla omat satumaailmansa), jos sillä on jotain kiinnostavaa toimintaa ympärillään. Tällöin sen ei tarvitse saavuttaa valtavia kävijävolyymejä yksin. Kun lapset viettävät aikaa satumaailmassa, aikuiset voivat myös olla rentoutumassa kahvilassa, kauneushoitolassa tai vaikka ostoksilla samassa talossa.

Portti kaupunkiliikkumiseen -konseptin sisällöt eivät niinkään enää kehittyneet viimeisessä vaiheessa, mutta minun täytyi miettiä se tapa, jolla ideaa voisi myydä asiakkaille. Jos myydään sekä kulttuuria että liikuntapalveluita, niin mitä silloin oikeastaan tarjotaan? Lopulta päätin



Kuva 8. Konseptien kuvitukseen päätyi kuvia myös kotialbumista (kuvat Petteri Putkinen).

lähestyä asiaa etäisyyksien ja tilan kautta. Portti kaupunkiliikkumiseen tarjoaa tekemistä eri konteksteissa, urbaanissa kaupungin (ydin)keskustassa, taajama-alueen asutun ja luonnon välitilassa ja Rovaniemen villissä luonnossa.



Kuva 9. Valokuvan pohjalta vektoreiksi piirretty Pakari-Ukko

Galleria pakaritorni läheni loppua kohden torin ja kaupahallin ideaa, mutta halusin pitää ideassa mukana käsitöläisyyden ja taiteen leiman. Valintaani tukee mm. se, että korttelissa on tälläkin hetkellä runsaasti taiteilijoiden työtiloja. Harmaiden panttereiden eli virkeiden, matkusteluun tottuneiden eläkeläisten lisääntyessä kulttuurimatkailu lisääntynee Rovaniemelläkin, jolloin esim. käsityökurseille voi löytyä yllättävää kysyntää. Galleria pakaritornin alueelle sijoittamissani liikkeissä näkyvät muutenkin tulevaisuuden trendit: puhdas lähiruoka, elämyksellisyys ja kokemuksellisuus sekä yksilöllisyyden korostuminen.

Ideat kulkivat läpi koko luovan vaiheen ensimmäisen ideavaiheen nimillä, ja vasta viimeisessä vaiheessa ne saivat uudet nimet. Viimeisessä vaiheessa haastavinta oli hioa konsepteista tiiviitä timantteja helposti esitettävään ja ymmärrettävään muotoon. Konseptit olivat näytteille korttelissa 9 sijaitsevassa Kahvila Kauppayhtiössä 25. huhtikuuta – 16. elokuuta 2012. Konseptit olivat esillä osana Lapin muotoilijoiden Showroomin avajaisnäyttelyä. Ne paitsi esittelivät muotoiluprojektini lopputulosta, edustivat yhtä muotoilun monista haaroista, konseptisuunnittelua, Lapin muotoilijoiden näyttelytilassa. Konseptimuotoilua on aina kohtalaisen haastavaa tuoda luovasti ja mielenkiintoisesti esille. Pyöriteltyäni aikani asiaa mielessä päädyin tekemään jokaiselle konseptille mainoksen. Näyttelyssä jokaisen ”mainoksen” yhteydessä oli myös taustapaperi, jossa kerrottiin tarkemmin konseptin sisällöstä ja sen perusteista (Katso liite 3).

Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -nimen saanut kokonaisuus pitää sisällään seuraavat konseptit:

Kauppatalo Pihlaja (”Sisäleikkipaikka” ja Kahvilamaailma”) on pienten, erikoistuneiden kauppojen ja kahviloiden kauppatalo. Pienet erikoisliikkeet tukevat toinen toisiaan ja tarjoavat elämyksiä niin tuotteillaan kuin jo miljöönä. Konsepti sijoittuu korttelissa olevaan SOK kylmälään olevaan tiilirakennukseen. Kuva 10.

Rovaniemi Exposures (”Portti kaupunkiliikkumiseen”) tarjoaa välinevuokraamon ja liikunnallisten matkailuoppaiden yhdistelmän. Kulttuuria ja liikuntaa ei ole erotettu toisistaan, vaan niitä tarjotaan samasta paikasta yhdessä ja erikseen. Pyrkimyksenä on tarjota omatoimimatkailijoille mahdollisimman monenlaisia ajanviettomahdollisuuksia Rovaniemen alueella. Myös tämä liikeidea sijaitsee pihalla olevassa tiilitalossa. Kuva 11.

Pakarin piha (”Galleria Pakaritorni”) hyödyntää etenkin Valtakatu 24:n piha-alueita markkina- paikkana ja kivijalkakauppojen kotina. Kun Rovaniemen keskustasta tällä hetkellä uupuu luon-

KAUPPATALO PIHLAJA

SUPERSANKARI!
SARJAKUVAKAUPPA

Supersankari tarjoaa kotimaiset ja ulkomaiset sarjakuvakirjat ja -lehdet ja kiinnostavimmat oheistuotteet.

Hurmio

Tule rentoutumaan hyvän olon kauneushoitolaan! Käytämme lappilaista luonnokosmettiikkaa, joka hellii kehoa ja mieltä.

MÖPPIMÖYKYN PESÄ

Portti satumaahan sijaitsee Rovaniemen keskustassa! Tule seikkailemaan tonttujen ja metsänhenkien maisemiin ja kurkistamaan menninkäisen kantokotiin. Aikuiset omalla vastuullaan.

PIHLAJA

BAR VATSA

Piristä päiväsi ja helli vatsaasi herkullisilla superfood pirtelöillä, raakasuklailla ja kuumilla juomilla.

9design

Muotoilumyymälä 9designista löydät mielenkiintoisimmat designtuotteet maailmalta sekä arktisen designin helmet.

Vihtorin antiikki

Ostamme, myymme ja arvioimme antiikkia, hyväkuntoisia astiasarjoja ja lasitavaraa sekä sisustusesineitä ja taidetta.

Avoinna
Ma-Pe 10-18
La 10-16 Su 12-18
Valtakatu 22
sisäpiha

Kuva 10. Kauppatalo pihlaja -konseptin mainos.

ROVANIEMI EXPOSURES

Kaupunkiloma luonnon keskellä!

INside

Rovaniemen keskusta tarjoaa koettavaa laidasta laitaan. Osallistu kanssamme makumatkalle lappilaiseen keittiöön tai kulttuurikävelylle, jossa etsitään veronmaksajan selkäranskaa ja pulutukaa.

OUTside

Raja kaupungin ja luonnon välillä on yllättävän lähellä. Kokeile alamäkilaskua Ounasvaaran rinteillä, frisbeegolfia metsäradalla tai lähde kävelyretkelle graffitaitteen jäljille.

WILDside

Laitesukellusta jään alla, umpihankiihtoa korvessa ja kalliokiipeilyä hiidenkirnuilla! Tätä kaikkea on Rovaniemen villimpi puoli. Uskallatko sinä ottaa haasteen vastaan?

www.rovaniemiexposures.roi **Valtakatu 24 Rovaniemi - kortteli 9 sisäpiha**

Kuva 11. Rovaniemi Exposures -konseptin mainos.



Kuva 12. Pakarin piha -konseptin mainos.

teva ulkokauppapaikka, kortteli 9 suojaisa sisäpiha tarjoaisi sille oivan paikan. Pienet kivijalkapuodit saisivat sään salliessa lisätilaa pihan puolelta ja markkinasesonkeina pienet torimyyjät täyttäisivät alueen. Kuva 12.

Konseptien mainosten lisäksi Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -kokonaisuus sisältää hieman yleistä tietoa kortteli 9 ja sen historiasta (kuva 13). Näyttelyn kokonaisuuteen liittyy myös teoksen nimeä kantava Facebook -sivu (www.facebook.com/kortteli9), jonka tarkoituksena on tarjota keskustelualusta kortteli 9 liittyvistä teemoista. Osa näyttelyn materiaaleista löytyy myös Facebook -sivulta.

Näyttelystä ei ole varsinaisesti kerätty kirjallista palautetta kävijöiltä, mutta suullista palautetta on tullut runsaasti. Muotoilijan näkökulmaa kaupunkitilaan ja sen käyttöön on pidetty kiinnostavana ja konseptit ovat saaneet positiivista palautetta. Myös teoksesta ja näyttelystä lähetetyt lehdistötiedotteet ”menivät läpi” paikallisissa lehdissä (katso liite 4).

Projektin tulokset suhteessa tavoitteisiin

Projektin lopputuloksena on kolme konseptia. Yhdistävänä tekijänä niissä on sijoittuminen kortteli 9 sisäpihalle. Kaikki konseptit ovat kehityskelpoisia ja niissä on varmasti monta toteutuskelpoista siementä halukkaalle yrittäjälle. Kaikki kolme tuoteidea täyttävät alun

Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi

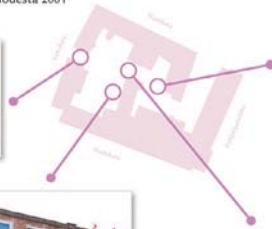
Aivan Rovaniemen keskustassa, joen läheisyydessä, sijaitsee kortteli numero 9. Tämä ulkoapäin eläväinen, kahviloiden, kauppojen ja hotellin kortteli kätkee sisäänsä salaisuuden: sen jyrkevien seinien keskellä on urbaani joutomaa, sisäpiha vailla elämää ja iloa. Mutta mitä jos näkisimmekin tämän oudon tilan toisin? Mitä jos pihassa sijaitsisikin Kauppatalo? Tai urheiluvälinevuokraamo kulttuuriin vinksahtaneine oppaineen? Tai vaikka Rovaniemen omalaatuisin taidegalleria? Mitä vaatisi, että kortteli 9 sisäpiha muuttuisi urbaanista joutomaasta keskustan kiintopisteeksi? Ei välttämättä niin hirveän paljon. Ehkä vain hyvän idean.

Esillä oleva teos on teollisen muotoilun Pro Gradu -työni taidellinen osio. Sen lähtökohdiana on ajatus, että kaupunkitilaa voidaan muovata myös ilman massiivisia, kaiken alleen talleavia rakennushankkeita. Tarkastelemalla jo olemassa olevia puitteita eri lähtökohdista, voimme luoda niihin uusia sisältöjä ja käyttötapoja.

Esillä on kolme konseptia, ideaa siitä, mitä kaikkea toimintaa kortteli 9 sisäpihalla voisi olla. Ideat ovat syntyneet muotoilutyön tuloksena keväällä 2011. Lukiudesta idean aihioista ovat korttelin toimijat, Jaana Laaksonen, Jukka Lahtinen ja Jari Vallas, valinneet kiinnostavimmat ja toteutuskepoisimmat biottaviksi kohti valmista tuotetta. Näyttelyn ideoita voi kommentoida ja keskustelua jatkaa myös netissä teoksen facebook-sivulla (www.facebook.com/kortteli9).

Elisa Lahti

Taiteen kandidaatti, teollinen muotoilu
Rovaniemellä vuodesta 2001



Kuva 13. Kortteliä ja näyttelyä taustoittava juliste.

vaatimukset kortteli 9 sisäpihan habituksen ja rakennusten hyödyn-
tämisestä, joten projektille asetetut
vaatimukset täyttyvät siltä osin.

Jäljelle jääneet konseptit eivät ole
sisällöllisesti kaikkein erilaisimpia,
vaikka niitä loppuvaiheessa on
tarkoituksella viety eri suuntiin.
Kuten muotoiluprojekteissa usein
tapahtuu, kaikkein viltimmät ja
innovatiivisimmat ideat karsiutuvat
matkan varrella pois. Alun lähes
20 ideasta karsiutui toiselle kier-
rokselle vain viisi, mikä oli hieman
vähän. Asiakkaiden tekemä karsinta
oli kuitenkin valittujen ideoiden
kohdalla niin selvä, että "ylimää-
räisten" ideoiden ottaminen
mukaan olisi tuntunut teennäiseltä
tai turhalta. Kaikki ideat ja konseptit
olivat kuitenkin sisällöllisesti kohta-
laisen laajoja ja joitakin hylättyjen
ideoiden osia otettiin mukaan
myöhempien vaiheiden konsept-
teihin.

Tulevaisuudentutkimuksen menetelmien käytön koin hyödylliseksi. Sopivien menetelmien löytäminen vei aikaa ja vaivaa, mutta niiden soveltaminen ja käyttö sujui kohtalaisen pienellä vaivalla. Muotoiluun voisi hyvin soveltaa useita eri tulevaisuudentutkimuksen menetelmiä. Teknisten laitteiden muotoilu voisi hyötyä aivan erilaisesta tulevaisuustiedosta kuin palvelumuotoilu, mutta kummassakaan tapauksessa mahdollisten tulevaisuuden suuntien tietämisestä on tuskin haittaa.

Saadut kokemukset

Laatiessani tammikuussa projektille aikataulua, päätin, etten tekisi työtä liikaa aikataulun ehdoilla. Halusin tuki työni valmistuvan, mutta en ollut valmis viettämään unettomia öitä, jos jokin vaihe kulkisi viikon aikataulustaan jäljessä. Kun työn "tilaaja" olin minä itse, ei mahdollinen viivästyminen aiheuttaisi kenellekään muulle hallaa. Ehkä silti yllätyin niistä syistä, jotka projektia venyttivät. Ihmisten tavoittaminen on aikaa vievää ja aikataulujen sovittaminen hankalaa. Ja koska kenelläkään ei ollut projektissa omaa rahaa kiinni, joutui esim. sovittun palautteen perään kyselemään lähes poikkeuksetta.

Koin tärkeäksi, että joku muu kuin minä itse teki valinnat ideoista, joita kehitettiin eteenpäin. Asiakkaan roolissa olleet korttelin toimijat omaavat pitkän kokemuksen ja taloudellisen näkökulman kortteliin. Vankka kokemus tietystä asiasta tai alalta ei aina ole vain eduksi, mutta täydentää muotoilijan ja tulevaisuudentutkijan näkökulmaa reippaasti. Toisinaan liian tuttua asiaa ei osaa katsoa uusia silmin, jolloin vaarana on vanhan kaavan toistaminen. Tälle piirteelle ei tosin muotoilijakaan ole immuuni!

Tiedonhankinnan rooli oli suuri. Yliopiston projekteissa joutuu muotoilijan roolissa harvemmin olemaan tekemisissä isojen faktamäärien kanssa samalla tavalla. Mutta tiedon- ja aineistonkeruu oli myös mielenkiintoista. Voi sanoa, että tulevaisuudentutkimuksen menetelmien käyttö ja niiden tuoma hyöty yllätti. Olin ennalta ajatellut, että korttelin eri tulevaisuuksien haarukointi tuottaisi tietoa ideoinnin lähteeksi. Mutta vielä enemmän tulevaisuuskuvat toimivat pohjana perusteluille. Muotoilijan roolissa on usein asemassa, jossa pitäisi kyetä perustelemaan, miksi jokin idea on parempi kuin toinen. Tarjolla on harvoin hyviä faktoja joihin voisi väitteensä nojata. Mahdollisten tulevaisuuksien suuntien ”tietäminen” antoi kuitenkin monille ideoille relevantin pohjan. Tulevaisuudessa matkailu lisääntyy entisestään, mutta myös sen sisällöt ja merkitykset muuttuvat. Muutoksiin voi varautua jo nyt, ja minulla olisi pari ideaa miten.

Lähteet

Painetut lähteet

Ahola, Eija & Palkamo, Anne (toim.), 2009. Megatrendit ja me. Tekesin katsaus 255/2009. Tekes, Helsinki.

Bell, Wendell, 1997. Foundations of Futures Studies. Human science for a new era. Vol. 1, History, Purposes, and Knowledge. New Brunswick.

Salonen, Kirsi 2010. Mielen luonto. Eko- ja ympäristöpsykologian näkökulma. Helsinki, Green spot.

Kopomaa, Timo, 1997. Tori – marginaali – haastava kaupunki. Vaasa, Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Olsson, Krister, 2010. Cultural Heritage as a Resource in Place Marketing. Teoksessa Integrating Aims. Built heritage in social and economic development. Toim. Mälkki, Mikko & Schmidt-Thomé, Kaisa. Espoo, Yliopistopaino. Sivut 251-268.

Kamppinen, Matti & Malaska, Pentti & Kuusi, Osmo, 2003. Tulevaisuudentutkimuksen peruskäsitteet. Teoksessa Tulevaisuudentutkimus. Perusteet ja sovellukset. Toim. Kamppinen, Matti & Malaska, Pentti & Kuusi, Osmo. Tampere, Suomen kirjallisuuden seura. Sivut 19-55.

Tuulaniemi, Juha, 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna, Talentum.

Painamattomat lähteet

Matkailun edistämiskeskus MEK, 2009. Kulttuurimatkailun kehittämisstrategia kansainvälisille markkinoille 2009–2013

Tervo, Tapani, 2003. Rovaniemi. Korttelin 9 rakennuskannan vaiheet. Tervon harrastuspohjalta tekemä selvitys korttelin rakennuskannasta eri aikoina.

Liitteet

Liite 1. Ensimmäisen konseptointivaiheen ideoiden esittely

Liite 2. Toisen konseptointivaiheen ideoiden esittely

Liite 3. Kopio Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -teoksen julisteista (Alkuperäisessä teoksessa kuvajulisteet ovat koossa A3, tekstijulisteet koossa A4)

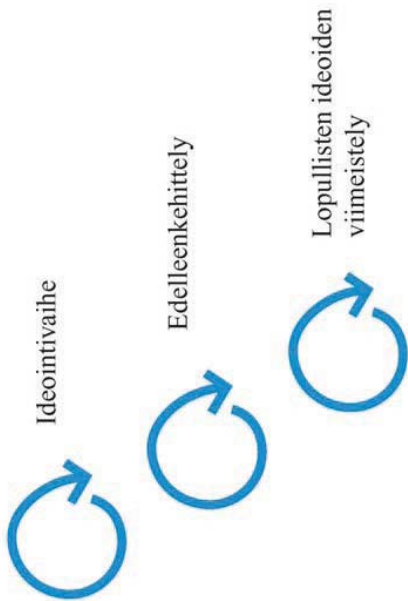
Liite 4. Kuvia ja lehtileikkeitä Lapin muotoilijoiden show roomin avajaisnäyttelystä.

Liitteet

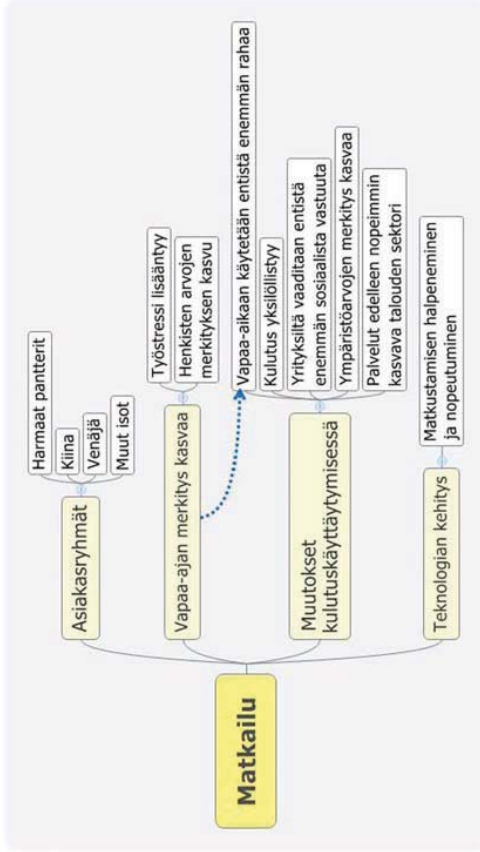
Liite 1.

Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi eli projekti: Kortteli 9, Sisäpihan kehittäminen.
Ensimmäisen vaiheen ideoiden esittely.

Muotoiluprosessi



Tulevaisuudentutkimus



Piha-alue yleisesti Valtakatu 24

- Pihan päällystäminen
- Pihan siistinä pitäminen ja siellä olevien tavaroiden järjestäminen
- Pimeiden nurkkien valaiseminen
- Pienet asiat lisäävät viihtyisyyttä: kauniit aidat, pyöräteline, vehreys, penkki...
- Julkisivun jatkaminen Pakarintorin ja Harrikkadun sisäntulon luokse



Piha-alue yleisesti Vaakuna

- Tyhjiät, tasaiset pinnat taiteen käyttöön: valotaidet, maalaukset, taidekankaat...
- Mistä pihaa katsotaan?
- Visuaalinen kokemus jätteen puristimesta muuttuu, kun sen päällisost koristellaan
- Pienet asiat lisäävät viihtyisyyttä: kauniit aidat, vehreys jne.



Piha-alue yleisesti SOK

- "Korosta sitä, mitä et voi peittää"
- Järjestys
- Pienet asiat lisäävät viihtyisyyttä: kauniit aidat, vehreys, penkki...
- Rakennukset joko aidoisti vanhaa tai rehellisen modernia



Kauppahalli

- Tiilitalon uudelleen rakentaminen kauppahalliksi: "jotain uutta, jotain vanhaa"
- Alakertaan pieniä myymälätiloja
- Yläkertaan muutamia pieniä työtiloja
- Korttelin kahvilat ja ravintolat täydentävät valikoimaa ja kävijöiden kokemusta
- Annettavaa sekä paikallisille, että turistille



Torialue

- Avoin, tuottava tila
- Rovaniemellä pitkä historia kuuluna markkina paikkana
- Eri vuodenaajat selvästi esillä
- Keskimääräinen osa keskustan avoimien tilojen ketjua: Lordin aukio, Kortteli 9, joki rantoinen



Design - kortteli

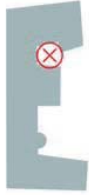
- Rohkeasti erilainen ja uusi
- Suomella on vahva maine design-maana
- Jatkumo Aalosta nykypäivään
- Tiilitalon paikalle design - hotelli
- Korttelin yrityksissä painopiste "luoviin aloihin" ja muotoiluun
- Design weekin ja ylipiston kanssa yhteistyö
- Tuhat-torin painotus antiikin myymiseen



3 of 7

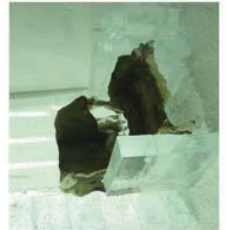
Valtakatu 24 käytetyn ja kierrätetyn osaaja

- Käytettyjen ja vanhojen rakennusosien myynti, osto ja välitys. "rakennusapteekki"
- Siisti ja valikoitu valikoima, asiakkaat tuevat myös ilmapiiriin vuoksi
- Sisäpihan hyödyntäminen myymälätilana



Pihakino

- Tiilitalon tilalle esiintymislava
- Talvella lumesta rakennetut valkokangas ja penkit
- Kesällä kesäteatteri
- Kahvilat ja ravintolat korttelissa jo valmiina
- Miljöön tärkeä osa kokemusta
- Ohjelmistossa teatteria, elokuvia, revontulia, elävää musiikkia...



Kahvilamaailma

- Monta pientä kahvilaa helmimaunomaisesti
- Tuulahdus Keski-Eurooppalaista kahvilakulttuuria
- Jo olemassa olevien ravintoloiden terassit sisäpihan puolelle
- Katetut terassit mahdollistavat ulkona syömistä ja juomisen keväästä syksyyn
- Monta yhdessä luo etua



Galleria Pakaritorni

- Pakari-tornin hyödynnäminen galleriatilana
- Talon omat taiteilijat lähellä, Lapissa paljon kiinnostavia pieniä tekijöitä
- Mahdollisuus järjestää yksityistilaisuuksia, tarjotut Kauppapyhätöstä
- Korkea tila ja aukottomat seinät etuna



Hyvänolon keidas

- Erilaisia hyvänolon palveluita saman katon alla
- Kaupunkimatkailijat käyvät virkistymässä hiusmenleikkuussa tai hierojalla
- Keskeellä kaupunkia, silti rauhallinen ja miellyttävä ympäristö



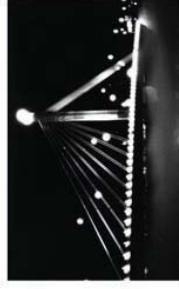
Portti kaupunkiliikkumiseen

- Sisäpiha väylänä urbaaniin liikkumiseen
- Välinevuokraamo, josta saa erilaisten liikuntavälineitä kuten polkupyöriä, potkukelkkoja, kävelysauvoja ja lumikenkiä
- Kaupunkiympäristön liikkumismahdollisuudet yhdistettynä Ounasvaaran läheisyyteen



Turisti-info

- Rovaniemen turisti-info uuteen paikkaan
- Näköyhteys Ounasvaaraan ja joen välitön läheisyys
- Mahdollisuus hyödyntää pihaa alueen ja kaupungin esittelyssä
- Safareiden läheisyys



Vaakunan maan kuuluisin saunaosasto



- Muutamia erilaisia saunoja: savusauna, höyrysauna, "perinteinen suomalainen" sauna...
- Sauna yhdistetään Suomeen. Se on kiinnostava osa kulttuuriamme
- Suomalaiset haluavat saunaan, vaikka olisivat Afrikassa



Suomi - kulttuurin keskus

- Matkailijat ovat kiinnostuneita suomalaisesta ja rovamieläisestä kulttuurista ja historiasta
- Kulttuurikeskus tarjoaa mahdollisuuden tutustua paikalliseen kulttuuriin ja kokea niin porot kuin määmiin syöminen
- Kortteli 9 on historiallinen miljöö jossa rovamieläisyys on läsnä



6 of 7

B osa

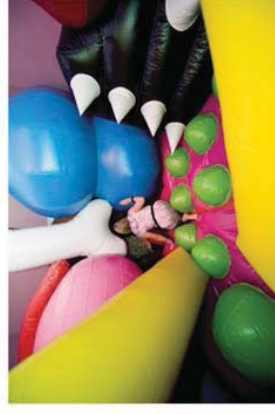
Kokouskeskus

- Nokian "koepuisto", uusin teknikka aina saatavilla
- Tekniikan ja tilojen käytön periaatteina helppous ja mukavuus
- Ei suurin, mutta paras
- Hyvät kulkuyhteydet, yliopisto ja ammattikorkeakoulukaupunki



Sisäleikkipaikka

- Kun ulkona on liian kylmää, kuumaa, märkää tai tylsää
- Lapset leikkimään, vanhemmat kaupungille tai kahville
- "Huviuiston" ei tarvitse sisältää kalliita sähkölaitteita, kiinnostavassa ympäristössä lapset liikkuvat ihan itsesiään



Kuvallihheet:

1. Kuppauja yle Elävä arkiston www.sivut
2. Lappset Smur us Lapin kansu/ Kuva: Antti Kurela
3. Piusinen ja Best by Nankle Sternberg
4. Iki-kiuas www.kikkaus.com
5. Sauna www.apakartano.fi
6. Lehtjarvi/ tumkirkko Merko Junttila
7. Roi/ lumkirkko www.snowbrick.fi
8. Turun taidemuseo www.taidemuseo.fi käyttäjä Kautila
9. kaksilautanen www.taloforum.fi
10. Plevna www.plevna.fi
11. oonko mie tällä julkiseteokset rovanieni.fi © Rovaniemen taidemuseo
12. tuulurönni www.winside.com/images/vyetyv.jpg
13. Tukkepa Trölon siniset, Kirppottaja: Olli www.touloinsiniset.net/kumpu/raksu/2/07
14. Kattoitit Kuva: Pnija Metsiranta/MV
15. WC pöntö www.kierveys.fi/Esipoo li sinnyt TP
16. Serrnihat Milla von Konow/ HS
17. sebmakovat www.launtonen.fi © Metsähallitus 2011
18. atakuru by Uwe Löffler
19. Rovaniemen markkinoilla Kuva: Iik ka Pravaliniemi, Kotiseutyhdysitys Toto ry, Lapin maakuntamuseon kokoelmat.
20. Turkojo HANNES HEIKURA / HS
22. aamon tuuti www.designeraatio.com
23. Lapiuakea, esteilyneisto Serum arkkitehdit oy
24. pohjos espa Wikimedia commons käyttäjä Mählum

FLICKR (www.flickr.com)

50. Piihlerona By
51. Savusama By vltmi
52. Vihua by Pajatorio
53. jääpenkki by Etolane
54. tee ja mauste by markvall
55. vihanneket by miora
56. crafts by freckarl
57. stall by Phillie Casablanca
58. jällelon syöti by Andrew Stawarz
59. joutuvatol by kesikko
60. te Corusier by Jmp
61. Hackescher hof by hamadyades
62. sininen kalvi by CoffeeGeek
63. keltaiset tuolit yhäillä by atrox_atrox
64. punainen kahvila by Mabar
65. lumikala by The Shirfed Li trantian
66. revontuli by _eurotrash
67. tyto penkilla By Matt Benton
68. lumppöytä tuolit by Elissa Ernst
69. lumibuuri by areterone.com
70. oluttuuynt By freckamino
71. oluunmaisaja by NewBrewThursday
72. oluunkokosilline by bittermelon
73. lumikangat by djkl
74. maastopyöräily By richardmusoner
75. sukset by Explore The Bruce

76. jätkäkynytillä By Juska Wendland
77. työkamseffissa by Phil W Shirley
78. seminar by tobiasbjorkgren
79. taidenäytely Jenni-Juulia Walliheimo, Bubble wrap By tuija
80. järjestys By Hessaj
81. kuja by scratch n sniff

Liite 2.

Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi eli projekti: Kortteli 9, Sisäpihan kehittäminen.
Toisen vaiheen ideoiden esittely.

Kortteli 9

Sisäpihan kehittäminen
toinen vaihe

Elisa Lahti - 2011

1 of 4

A) Kahvilamaailma

- Helli ihmisten kaikkia aisteja
- Paikka, jossa on mahdollista viettää aikaa yhdessä toisten kanssa tai itsekseen, omassa rauhassa
- Teemallisia kahvilatiloja: kirjakahvila, teehuone, leivoskahvila, kinokahvila ...
- Yhdistettynä muihin hyvinvointi- ja kulttuuripalveluihin: taidelamaamo, designkauppa, sauna, suolahuone ...



A) Kahvilamaailma

- Miten tehdään pihasta eläväinen ja mahdollistetaan samalla pysäköinti autoille?
- Miten rauhallisesta tehdään vetovoimainen?
- Miten mahdollistaa kosketus eri vuodenaikoihin?



B) Kauppahalli

- Kauppahallin ideassa yhdistyy hyvällä tavalla kiviäkkäkauppojen tunnelma ja avoin ihmisten kohtaamispaikka
- Tarjottavaa sekä paikallisille että turisteille → osa asiakkaita on korttelissa jo valmiina
- Vastakohta kauppakeskuksille: persoonallinen, paikallinen, lähellä
- Tarjotaan kauppiaille seinät ja katto, he rakentakoot loput → jokainen myymälä on aivan omanlaisensa



B) Kauppahalli

- Miten kannattavuuteen voidaan vaikuttaa?
- Miten erotetaan muista Suomen kauppahalleista?
- Miten voidaan yhdistää uusi ja vanha parhaalla tavalla?



C) Portti kaupunkiliikkumiseen

- Ounasvaaran läheisyys kunnolla hyödyksi
- Samasta paikasta välineet liikkumiseen ja palvelut kaupunkiin ja Ounasvaaraan tutustumiseen. Esim. opastettu sauvakävelykiertös Alvar Aallon arkkitehtuurikohteisiin
- Liikkumismahdollisuuksia tarjolla kaikille vuodenajoille
- Askel muita edellä: lintubongausopas, umpihankihtiho, välinesukellusta jäään alla, mustikanpoimintaretki...



C) Portti kaupunkiliikkumiseen

- Miten houkutellaan mukaan toimintaa pyörittävä operaattori, esim. Suomen latu, safaryiryitys...?
- Miten yhdistetään palvelut ja välineiden vuokraus niin luontevasti, että asiakkaat osaavat kaivata niitä?



D) Sisäleikkipaikka

- Pääosassa sadut, tarinat ja myytit, mielikuvitusmaailmat
- Erilaisia rakennettuja "maailmoja" leikkimiseen ja riehumiseen
- Sisällön rakentamisessa mahdollisuus hyödyntää Kalevalaa, tonttuja, hiisiä ja muita suomalaisen kansanperinteeseen kuuluvia hahmoja
- Lapset ovat sekä paikan liikkuva voima, että tarinoiden luoja



D) Sisäleikkipaikka

- Miten konseptista saadaan selvästi muista erottuva, niin aiheeltaan kuin teemaltaan?
- Miten myös paikalliset perheet houkutellaan paikalle?



E) Galleria Pakaritorni

- Pakaritorniin ja puuhallin toiminnan elävöittäminen
- Pakaritorniin taiteen monitoimitila: galleria taidenäyttelyille, pajatila käsityö- ja taidekursseille
- Kulttuurin ja lähialueen tuotteiden kulmaus
- Korttelissa jo olemassa olevien voimavarojen hyödyntäminen → taiteilijat, kulttuurimiljö
- Piha-alueen hyödyntäminen vuodenaikojen ja tapahtumien mukaan



E) Galleria Pakaritorni

- Miten piha toimii parhaiten, mistä kuljetaan ja miten vältetään "pimeät nurkat"?
- Miten ihmiset löytävät paikalle?



Kehitystyön kolmannen vaiheen ja konseptien on tavoitteena valmistua toukokuun 2011 puoliväliin mennessä.
Konseptien esittely ja esille asettaminen 16-20.5? Viimeisen kierroksen konseptit asetetaan mahdollisesti julkisesti esille kahvila Kauppayhtiöön.

Kiitos

Kuvalähteet:

1. www.csionwire.fi
 2. www.belowtheclouds.com/2008/01/18/trappa-av-taf-arkitekkitontor/
 3. [Mauri Kunnas / www.ateneum.fi](http://MauriKunnas.com)
 4. www.filmmakermagazine.com, Photos: Roif Konow.
 5. www.atejjesaatio.fi kuva:Lä-bas
 6. www.atejjesaatio.fi kuva:Juha Ilonen
 7. eatfamilystyles.com/
 8. LK/ Kuva: TINA LINDROOS
 9. Kuva: SLL / Jorma Luhta
 10. www.keskikarjalansukellajat.fi Kuva: Koti-Karjala / Tuomo Flinkman
 11. Pirkanmaan Luonnonsuojelupiiri ry
 12. www.rannikkoseutu.fi Kuva: Jori Koski
 13. Kiesliä - Pajulahti- Kakkolan kyläyhdistyksen [www-sivut](http://www-sivut.suomenmuseotonline.fi)
 14. suomenmuseotonline.fi
- FLICKR
15. by joanete_h_32(im back again)
 16. by smurffchowchow
 17. by markbult
 18. by tseyin
 19. by bupowski

Liite 3.

Kopio Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -teoksen julisteista (Alkuperäisessä teoksessa kuvajulisteet ovat koossa A3, tekstijulisteet koossa A4).

Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi

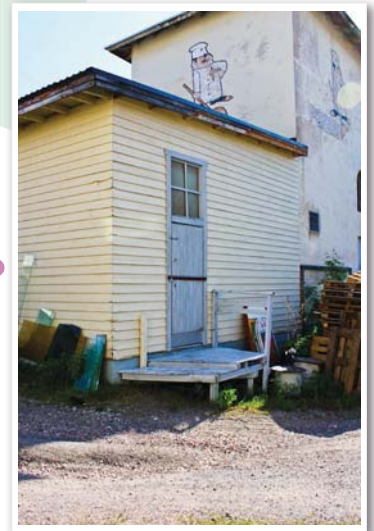
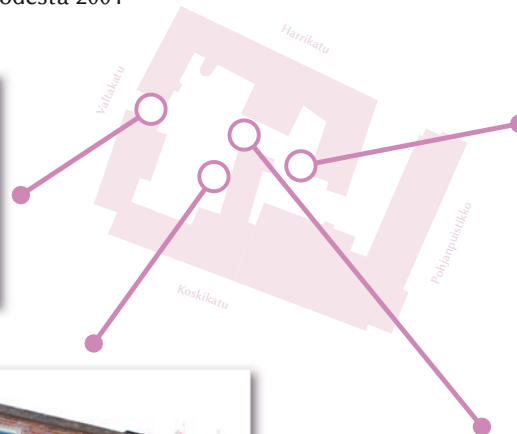
Aivan Rovaniemen keskustassa, joen läheisyydessä, sijaitsee kortteli numero 9. Tämä ulkoapäin eläväinen, kahviloiden, kauppojen ja hotellin kortteli kätkee sisäänsä salaisuuden: sen jyrkävien seinien keskellä on urbaani joutomaa, sisäpiha vailla elämää ja iloa. Mutta mitä jos näkisimmekin tämän oudon tilan toisin? Mitä jos pihassa sijaitsisikin Kauppatalo? Tai urheiluvälinevuokraamo kulttuuriin vinksahaneine oppaineen? Tai vaikka Rovaniemen omalaatuinen taidegalleria? Mitä vaatisi, että kortteli 9 sisäpiha muuttuisi urbaanista joutomaasta keskustan kiintopisteeksi? Ei välttämättä niin hirveän paljon. Ehkä vain hyvän idean.

Esillä oleva teos on teollisen muotoilun Pro Gradu –työni taiteellinen osio. Sen lähtökohdana on ajatus, että kaupunkitilaa voidaan muovata myös ilman massiivisia, kaiken alleen tallaavia rakennushankkeita. Tarkastelemalla jo olemassa olevia puitteita eri lähtökohdista, voimme luoda niihin uusia sisältöjä ja käyttötapoja.

Esillä on kolme konseptia, ideaa siitä, mitä kaikkea toimintaa kortteli 9 sisäpihalla voisi olla. Ideat ovat syntyneet muotoilutyön tuloksena keväällä 2011. Lukuisista idean aihioista ovat korttelin toimijat, Jaana Laaksonen, Jukka Lahtinen ja Jari Vallas, valinneet kiinnostavimmat ja toteutuskelpoisimmat hiottaviksi kohti valmista tuotetta. Näyttelyn ideoita voi kommentoida ja keskustelua jatkaa myös netissä teoksen facebook-sivulla (www.facebook.com/kortteli9).

Elisa Lahti

Taiteen kandidaatti, teollinen muotoilu
Rovaniemeläinen vuodesta 2001



KAUPPATALO PIHLAJA

SUPERSANKARI! SARJAKUVAKAUPPA

Supersankari tarjoaa kotimaiset ja ulkomaiset sarjakuvakirjat ja -lehdet ja kiinnostavimmat oheistuotteet.

Hummio

Tule rentoutumaan hyvän olon kauneushoitolaan! Käytämme loppilaista luonnonkosmetiikkaa, joka hellii kehoa ja mieltä.

PIHLAJA



MÖRRIMÖYKYN PESÄ

Portti satumaahan sijaitsee Rovaniemen keskustassa! Tule seikkaillemaan tonttujen ja metsänhenkien maailmaan ja kurkistaamaan menninkäisen kantokotiin. Aikuiset omalla vastuullaan.

9design

Muotoilumyymälä 9designista löydät mielenkiintoisimmat designtuotteet maailmalta sekä arktisen designin helmet.

Vihorin antiikki

Ostamme, myymme ja arvioimme antiikkia, hyväkuntoisia astioita ja lasitavaraa sekä sisustusesineitä ja taidetta.

BAR VATSA

Piristä päivääsi ja helli vatsaasi herkullisilla superfood pirteliöillä, raakasuklailla ja kuumilla juomilla.

Avoinna

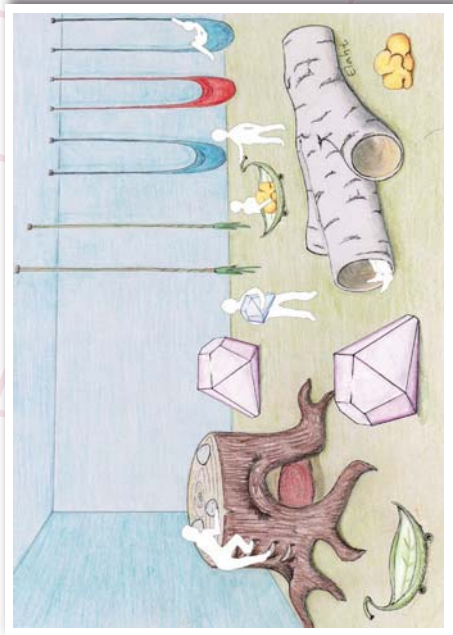
Ma-Pe 10-18
La 10-16 Su 12-16

Valtakatu 22
sisäpiha

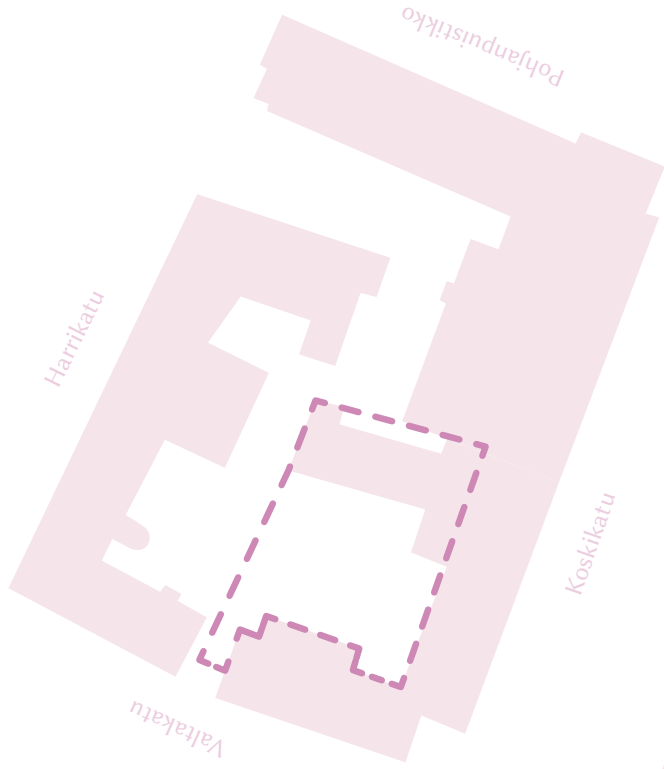
KAUPPATALO PIHLAJA

Vanha tiilinen leipomon talo on olemassaolonsa aikana toiminut monena. Siellä on ollut niin hevostalli kuin moottorikelkkakorjaamo ja mitä moninaisimpia leipomon oheistoimintoja. Näinä kauppakeskusten kulta-aikoina myös leipomon talo voi muuttua keskukseksi, pienten yritysten kauppataloksi.

Rovaniemellä on akuutti pula sopivan hintaista, pienistä liiketiloista keskustan tuntumassa. Matkailu on kortteli 9:ssä ja sen läheisyydessä vahvasti edustettuna, mutta alueella viihtyvät myös paikalliset. Pienet puutiikit ja erikoisliikkeet tuovat kaupunkiin särmää ja tarjoavat elämyksiä tuotteidensa ja ilmapiirinsä kautta: asioiminen kiireettömässä kauppatalossa tarjoaa vastapainoa vaikkapa suurten ostoskeskusten hulinalle. Pienetkin liikkeet ovat kannattavia, kun niiden sijainnin ja kustannusten suhde on kohtuullinen.



Mörrimöykyn pesä



Konseptissani olen sijoittanut Kauppatalo Pihlajaan kauppoja ja yrityksiä, joita täällä ei pääasiassa vielä ole. Liikkeet pyrkivät täydentämään toinen toisiaan ja ne hyötyvät keskeisestä sijainnistaan hotellien naapurissa. Leikkipaikka Mörrimöykyn pesä tarjoaa satumaailman perheen pienimmille lapsille. Mörrimöykyn pesässä teiketään niin kotitonttujen, menin-käisten, haltioiden kuin metsän väen maailmoissa. Suomalaisesta kansanperinteestä löytyy eksotiikkaa ja jännitystä niin suomalaisille kuin ulkomaisille lapsille. Uskoni suomalaiseen ja lappilaiseen erikoislaatuuteen on muiltakin osin vankka. Rikas luontomme tarjoaa aineksia kauneushoitolan hoitotuotteisiin mm. turpeen ja poronmaidon muodossa sekä superfoodia mustikoiden ja muiden ruokakasvien muodossa. Suomi tunnetaan ulkomailta vahvana design -maana. Antiikkikauppa ja design-myyrmälä täydentävät toisiaan tarjoamalla klassikoita ja tuoreiden tekijöiden tuotteita. Sarjakuvakauppakaan ei ole tuulesta temmattu, vaan kotimainen kuvakirja elää nousuaikaa ja menestyy hyvin myös eri puolilla Eurooppaa.

ROVANIEMI EXPOSURES

Kaupunkiloma luonnon keskellä!

Rovaniemi on kaupunki keskellä villiä luontoa. Vaarojen ja vesistöjen lukuisat liikunta- ja luontomahdollisuudet sekä kaupungin monenkirjava kulttuuritarjonta takaavat, että täällä et pääse tylsistymään. Rovaniemi Exposures tarjoaa vuokravälineitä yli 20 eri lajiin ja lisäksi opastusta ja ohjattuja retkiä, kaikkina kahdeksana vuodenaikana.

Tervetuloa kokemaan Rovaniemi!

INside

Rovaniemen keskusta tarjoaa koettavaa laidasta lähtään. Osallistu kanssamme makumatkalle lappilaiseen keittiöön tai kulttuurikävelyille, jossa etsitään veronmaksajan selkärankaa ja pulututkaa.

OUTside

Raja kaupungin ja luonnon välillä on yllättävän lähellä. Kokeile alamäkilaskua Ounasvaaran rinteillä, frisbeegolfia metsäradalla tai lähde kävelyretkelle graffititaiteen jäljille.

WILDside

Laitesukellusta jään alla, umpihankiihtoa korvessa ja kalliokiipeilyä hiidenkirnuilla! Tätä kaikkea on Rovaniemen villimpi puoli. Uskalatko sinä ottaa haasteen vastaan?

www.rovaniemiexposures.roi

Valtakatu 24 Rovaniemi - kortteli 9 sisäpiha

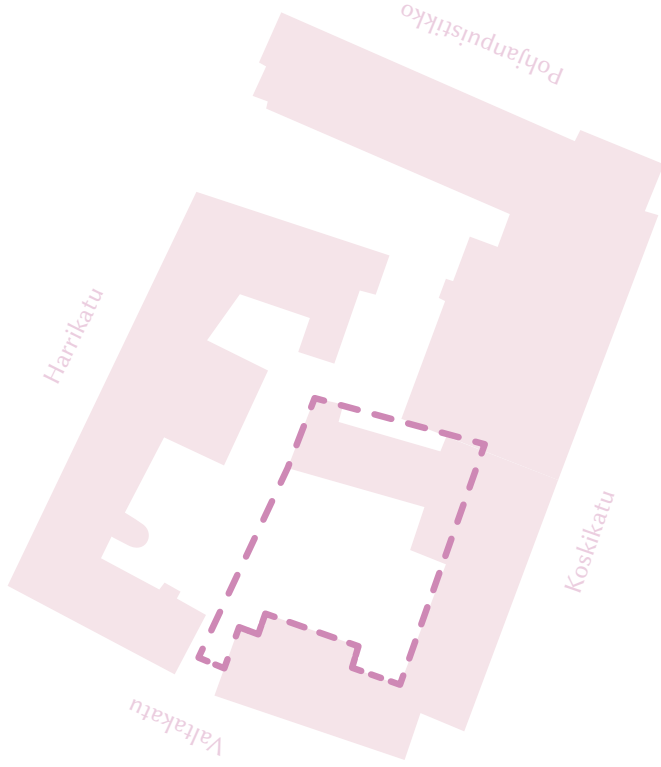
ROVANIEMI EXPOSURES

Rovaniemi jo itsessään on kokemus, kaupunki luonnon keskellä. Täällä on viljalti kiinnostavaa kulttuuria ja paikallisia erikoisuuksia, tarkoittipa se sitten ruokaa, luontoa tai liikuntamahdollisuuksia. Tarvitaan vain paikka, mistä jokainen voi vuokrata liikkumiseen tarvittavat välineet tai ottaa opastetusti osaa tarjottaviin aktiviteetteihin.

Omatuimimatkailejoiden osuus Lapissa ja maailmalla kasvaa kohisten. Tänne tulevat eivät tyydy enää valmiiseen pakettiin, vaan päättävät vasta paikan päällä, mitä ja milloin haluavat kokea. Kortteli 9 toimii porttina kaupungin ja joen, urbaanin ja luonnon välillä. Samalta pihalta avautuvat maisemat niin Ounasvaaralle kuin keskustan viikseseen. Kortteli 9 sijainti mahdollistaa sen toimimisen porttina kaupungin saloihin, luontoon ja kulttuuriin.



Rovaniemi Exposuresin liiketila entisen leipomon talossa

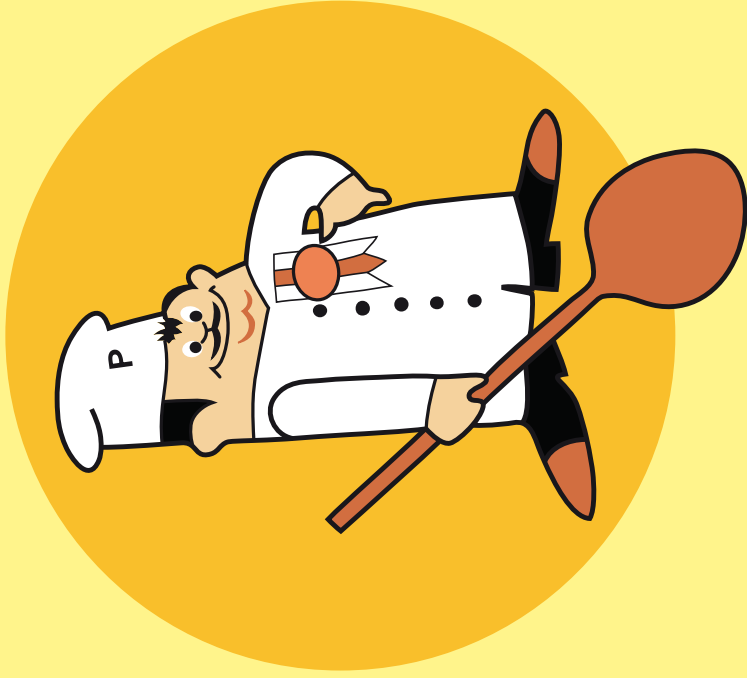


Rovaniemi Exposuresin kantava ajatus on, että rajanveto kulttuurin ja liikunnan välillä on turha. Liikunta on kulttuuria ja kulttuuri liikkuvaista, voimme tarjota tätä kaikkea saman katon alta, yllättävinä yhdistelminä. Rovaniemi Exposures pyrkii haastamaan matkailijan: uskallatko sinä altistua uudelle ja ylittää itsesi? Entiseen Osuuskaupan leipomo -rakennukseen sijoittuvassa konseptissa sisällöt on jaoteltu kolmeen: INside esittelee Rovaniemen kaupunkikulttuuria ja sen eri muotoja: arkkitehtuuria, ruokaa, esittäviä taitteita ja yllättäviä piirteitä. Sauvakävelyretkiä poronsarvikaavaa pitkin ja kierros paikallisissa kuppiloissa tarinaimestarin matkassa.

OUTside rikkoo rajoja kaupungin ja luonnon välillä. Pyöräretkellä voi huomata, miten laavuja löytyy niin keskustan kätkeistä kuin Vaattunkirkonkään suoluodelta. Ounasvaaralla voi metsän keskellä kavuta näköalatorniin ihastelemaan keskustan valoja.

WILDside vie nimensä mukaisesti Rovaniemen villimmälle puolelle. Laitesukellusta jään alla, koskenlaskua kōnkäällä ja seinäkiipeilyä hiidenkirnuilla. Kokemuksia, joissa luonto tulee iholle.

PAKARIN piha



Rovaniemen eläväisin sisäpiha löytyy pakariherran osoittamasta suunnasta. Leipää emme enää leivo, mutta tarjolla on monipuolista ravintoa niin sielulle kuin ruumiille.

Tervetuloa!

Lähi- ja luomuruoka Auma

Kahvila Kauppayhtiö

Custom Bike Kireet pinnat

Nonas OSK myymälä & toimisto

Taidegalleria Pakaritorni

Sekatavarakauppa Tuhattarvike

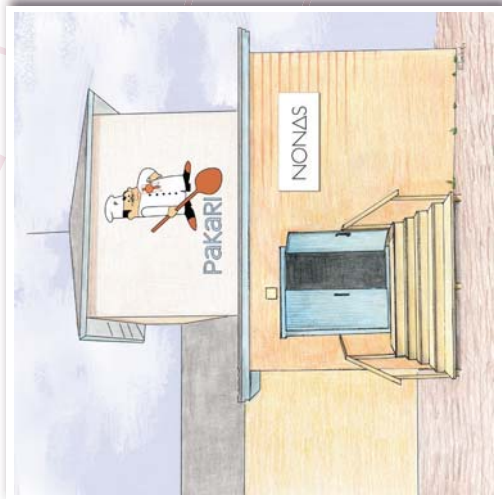
Kirpputori Tuhattori

Valtakatu 24 Sisäpiha

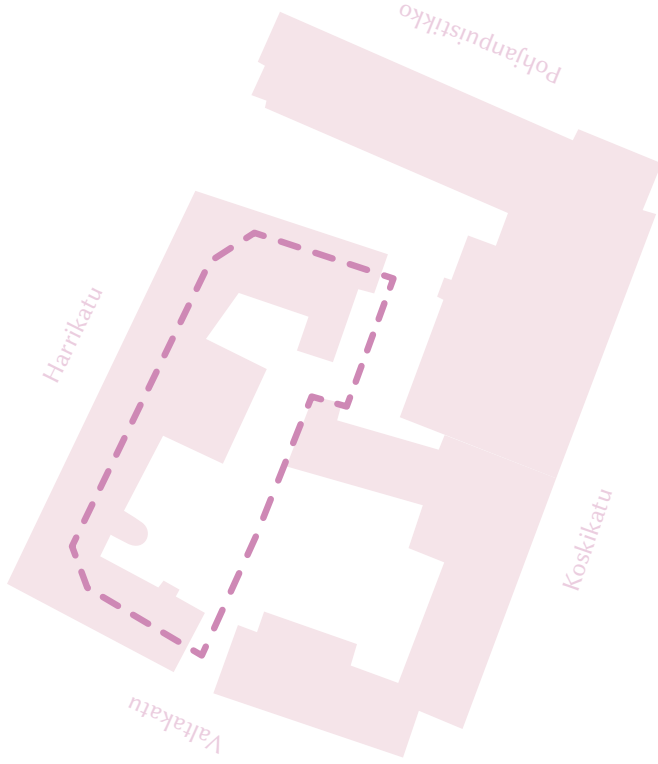
Pakarin piha

Lukuisin kellarinovin ja lastauslaiturein varustettu rönnyilevä sisäpiha muistuttaa kivijalkakauppojen tunnelmasta. ”Tuolla alhaalla voisi olla pyöräkorjaamo, tuossa hassu hattukauppa. Ja tuossa tornissa ehdottomasti taidegalleriat!”

Pakarin piha -konseptissa halusin ottaa myös piha-alueen käyttöön. Vaikka kesä on Lapissa lyhyt, on se sitäkin intensiivisempi! Pihapiiriin sijoittuvat pienet liikkeet ja tilat voisivat kesällä laajeta ulos, jolloin raja sisä- ja ulkotilan välillä hämärtyy. Kun toimivaa toria ei tällä hetkellä Rovaniemen keskusta-alueella ole, luonteva alue ulkokauppaan puuttuu. Pakaripihan pieni luomukauppa voisi kesäisin paikata torikauppiatiden puutetta ja pystyttää vihanneskojuna Pakaritornin varjoon. Haluaisin, että kävijälle jää pihapiiristä tunne, että siellä saa hidastaa ja ottaa rauhassa tilan haltuun.



Pakariherran torni ja liiketila



Pakaripiha hyödyntää entisen kauppasaakeyhtiön talon piha-alueella jo olevia ovia ja niiden takana olevia tiloja. Voisiko pienillä muutoksilla aikaansaada uusia, persoonallisia liiketiloja? Jos pihan päällystäisi, vaihtaisi vanhat verkoaidat uusiin ja siistisi seinustat, paikka näyttäisi aivan toiselta. Kortteli 9 on sympaattinen vanhoine mainosteksteineen ja kuvineen. Ne myös kertovat talojen historiaa, kuinka monenlaisia liikkeitä siellä onkaan ollut! Fyysinen tila ei ole vain rajoite vaan myös mahdollisuus. Kahvila kauppayhtiö on mainio esimerkki siitä, miten tilasta voi tulla osa yritystä ja sen ilmettä. Jo olemassa olevien liikkeiden lisäksi olen konseptissani/mielikuvissani sijoittanut rakennuksiin taidegallerian, luomupuodin, erikoispyöräliikkeen ja käsityö/luomuilumyymälän. Perusteluni kyseisille liikkeille ovat vankat: ne mielestäni sopisivat kortte-
lin miilijöseen!

KIITOKSET:

Jukka Lahtinen, SOK
Jaana Laaksonen, Sokos Hotel Vaakuna
Jari Vallas, Tuhattori
Antti Kuha, Kahvila Kauppayhtiö
Soile Veijola, MTI
Jyrki Niva, Lapin Safarit oy
Päivi Tahkokallio, Tahkokallio Design+

KUVAT:

Rovaniemi Exposures -julisteessa käytetyt kuvat

www.flickr.com:

pulkkamäki	DSC_2392 by darkismus
Rovaniemen kirjasto	Rovaniemi by jmtp
porograffiti	Graffiti next to Arktikum by Juska Wendland
jäinen kukka	Diamonds by Juska Wendland
maastopyöräilijä	pcan9 by vikaproved
leipäjuusto	IMG_9033 by V31S70

Yllä mainittuja kuvia koskee CC BY-NC 2.0 -lisenssi

maratoonarit: Eero Leppänen
muut kuvat: Petteri Putkinen

Urbaniasta joutomaasta kaupunkikeitaaksi -teoksen muut valokuvat ovat tekijän ottamia.

Liite 4.

Kuvia ja lehtileikkeitä Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi -näyttelystä Lapin muotoilijoiden Show Roomissa (Kahvila Kauppayhtiöllä, Valtakatu 24, 96200 Rovaniemi).



Elisa Lahti esittelee visioitaan Kahvila Kauppapyhtiön sisäpihan palvelukorttelista.

Ei anneta vain muotoa

SHOWROOM: Ihmiset voivat käydä Kauppapyhtiöllä katsomassa, mitä muotoilu on.

Meri Marjala

Mitä tulee ensimmäiseksi mieleen sanasta "muotoilu"? Eivät ainakaan Elisa Lahden visiot Rovaniemen Kahvila Kauppapyhtiön sisäpihan palvelukorttelista tai elämysretkiä tarjoavasta Rovaniemi Exposuresta.

Muotoilua on vaikea määrittellä. Se voi olla tuotteiden suunnittelua tai palveluiden kehittämistä. Ensimmäinen mielikuva voi olla savien möykky, jolle annetaan muoto.

Muotoilu on harhaan johtava sana. Meidän pitäisi ensin töiksemme keksiä asialle parempi käsite, teollisen muotoilun opiskelija Elisa Lahti sanoo.

TOISTAISEKSI englannin kielen design-sanasta ei ole väännetty parempaa suomennosta.

Lapin Muotoilijoiden SHOWROOM-näyttelytila Kahvila Kauppapyhtiöllä pyrkii tuomaan muotoilua lähemmäs ihmisiä.

Ihmiset voivat poiketa kahville ja käydä samalla katsomassa näyttelyä, Lapin Muotoilijat ry:n puheenjohtaja Julius O'forsagd sanoo.

Esille halutaan tuoda myös pohjoista osaamista, jotta muotoilijoiden ei tarvitsisi lähteä etelään työn perässä.

Muotoilijat suunnittelevat tuotteita yhteistyössä muiden osaajien kanssa. Tuotteelle ei anneta vain ulkonäköä, vaan kehittyneessä pohditaan käyttötarkoitusta, kuka sitä käyttää ja missä käyttää.

Usein insinööri on suunnitellut tuotteen ja sanoo muotoilijalle "Tee tämä kauniiksi". Silloin on jo

myöhäistä. Muotoilijan täytyy olla mukana suunnittelussa alusta asti, jotta lopputuloksesta saadaan mahdollisimman toimiva, O'forsagd toteaa.

LAPIN Muotoilijat ry pyrkii kokoamaan osaamista yhteen. Yritykset voivat ottaa yhteyttä ja pyytää asiantuntijaa.

Muotoilijat ovat olleet suunnittelemassa lentokenttää, pankin asiakaspalveluita ja synnytyssosastoa.

Erilaisissa projekteissa saa pintaraapaisun monesta alasta. Eräs metallialan yritys tilasi teollisen muotoilun opiskelija Janne Erkkilältä linnunpöntön. Ensiksi piti perehtyä linnun selunelämään, jotta pöntöstä saadaan käyttäjälleen mieluista.

– Moni ei tiedä, ettei tappi pöntön sisäänkäynnillä hyödyntä lintua. Peto saa otteen tapista ja pääsee paremmin käsiksi pesään, Erkkilä huomauttaa.

Mikä?

Lapin Muotoilijat ry

Tarkoituksena tukea muotoilutyön tekemistä pohjoisessa sekä yhdistää alan osaajia keskenään. **SHOWROOM**-näyttelytila Rovaniemen Kahvila Kauppapyhtiössä on yhdistyksen jäsenen käytössä. **Suurin osa** jäsenistä Lapin Yliopiston Taiteiden tiedekunnan opiskelijoita. **Yhdistys** tarkoitettu kaikille luovan alan osaajille, joilla on jonkin asteen muotoilualan koulutustausta.

” Kuvataideseura haluaa tuoda taidetta keskustelempaan suuntaan.



KOMMENTOI FACEBOOKISSA. Elisa Lahden konseptit kaupunkikeitaan rakentamiseksi löytyivät Facebookista, missä niitä voi kommentoida.

Miten joutomaasta tehdään kaupunkikeidas?

Elisa Lahden teos tarkastelee korttelia numero 9

Aivan Rovaniemen keskustassa, joen läheisyydessä, sijaitsee kortteli numero 9. Tämä ulkoapäin eläväinen, kahviloiden, kauppojen ja hotellin kortteli kätkee sisäänsä salaisuuden: sen iykevien seinien keskellä on urbaani joutoma, sisäpiha vailla elämää ja iloa.

Mutta mitä jos näkisimmekin tämän oudon tilan toisin, kysyy teollisen muotoilun opiskelija Elisa Lahti. Mitä jos pihassa sijaitsisikin kaupunkialle Tai urheiluvälineyrittäjäno kulttuuriin vinksahtaneine oppineine? Tai vaikka Rovaniemen omalaatuisin taide-

” Mitä jos pihassa sijaitsisikin kaupunkialle?

galleria?

Mitä vaatisi, että kortteli 9 sisäpiha muuttuisi urbaanista joutomaasta keskustan kiintoyhteeksi? Ei välttämättä niin hirvein paljon. Ehkä vain hyvän idean.

Elisa Lahden Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi-

teos on osa Lapin muotoilijoiden Showroomin avajaisnäyttelyä. Se koostuu kolmesta liiketoimintakonseptista, joissa tuodaan esille ideoita siitä, mitä kaikkea kortteli 9 sisäpihalla voisi olla.

Kortteli 9 jää Valtakadun, Koskkikadun, Pohjanpuistikon ja Harrrikadun sisälle. Korttelin rakennukset on aseteltu niin, että sinne syntyy laajahko sisäpiha-alue, johon urbaani joutoma viiltää.

Lahden teoksen lähtökohdaksi on ollut ajatus, että kaupunkitilaa voidaan muovata

myös ilman massiivisia, kaiken alleen tullaavia rakennushankkeita. Tarkastelemalla jo olemassa olevia puitteita eri lähtökohdista, niihin voidaan luoda uusia sisältöjä ja käyttötapoja.

Urbaanista joutomaasta kaupunkikeitaaksi on Elisa Lahden teollisen muotoilun Pro gradu -työn taiteellinen osio.

Konsepteja voi käydä kommentoimassa ja aiheesta voi keskustella teoksen facebook-sivulla www.facebook.com/kortteli9.

Lapin Muotoilijat avaavat näyttelytilan

Muotoilu arjen keskelle Kauppapyhtiöllä

Lapin Muotoilijat ry avaa keskiviikkona oman näyttelytilan Kahvila Kauppapyhtiön tiloissa. Lapin Muotoilijoiden Showroom -nimellä kulkeva näyttelytila valtaa kahvilan takaoisan kabinettin ja tuo tällä tavoin pohjoisen muotoilun esille keskelle ihmisten arkea.

Showroom esittelee pohjoista luovutusta ja muotoilua sen monissa eri muodoissaan. Näyttelytila on yhdistyksen jäsenen käytössä ja showroomin näyttely pölyttävä aika-ajoin.

Avajaisnäyttely esittelee läpileikkauksen pohjoisen monipuolista muotoiluosasta. Näyttelytilan tarkoituksena on avata muotoilumaailmaa kaikille kaupunkilaisille sekä esitellä alueem-

me osaajia", kertoo yksi näyttelytilan koostajista, yhdistyksen varapuheenjohtaja **Hanna-Riina Vuontisjärvi**.

Lapin Muotoilijat ry on vuonna 2009 perustettu muotoilijoiden yhteistyöryhmä, jonka tarkoituksena on tukea muotoilutyön tekemistä pohjoisessa sekä yhdistää alan osaajia keskenään.

Yhdistyksellä on tällä hetkellä yli 50 jäsentä, joista suurin osa teollisia muotoilijoita tai muotoilualan opiskelijoita. Yhdistys on tarkoitettu kaikille Lapin luovan alan osaajille ja tekijöille, joilla on jonkin asteen muotoilualan koulutustaustaa.

"Muotoilu on laaja ala, joka käsittää kaiken mahdollisen luovan osaamisen

tekstiliteista teolliseen muotoiluun, grafiikkaan ja audiovisuaaliseen osaamiseen. Lapissa on paljon luovaa potentiaalia ja meidän tarkoitus on pyrkiä tukemaan muotoilijoita heidän työssään", linjaa yhdistyksen puheenjohtaja **Julius O'forsagd**.

Showroomin avajaisissa on luovassa tarjolla sekä rentoa tutustumista pohjoiseen luovuuteen ja muotoilijoihin. Tilaisuudessa on myös mahdollisuus tutustua yhdistyksen toimintaan ja kertoa mielipiteitä ja ajatuksia pohjoisesta muotoilukentästä ja sen tilasta.

Showroomin avajaiset ke 25.4. klo 18 kahvila Kauppapyhtiöllä.



