

Piia Rytilahti

# Pohjoisen muotoilun teoria

Kestävän muotoilun  
kuluttamisen perusteista



LAPIN YLIOPISTO  
UNIVERSITY OF LAPLAND



Piia Rytilahti

## **POHJOISEN MUOTOILUN TEORIA**

Kestävän muotoilun kuluttamisen perusteista

Akateeminen väitöskirja, joka Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan suostumuksella esitetään julkisesti tarkastettavaksi Lapin yliopiston Esko ja Asko -salissa lokakuun 23. päivänä 2020 klo 12



LAPIN YLIOPISTO  
UNIVERSITY OF LAPLAND

Rovaniemi 2020

Lapin yliopisto  
Taiteiden tiedekunta

Väitöskirjan ohjaajat:  
Professori (emerita) Kaarina Määttä  
Professori Satu Miettinen

Väitöskirjan esitarkastajat:  
Yliopettaja, TaT Ilkka Kettunen  
Tohtori Markko Hämäläinen

Vastaväittäjä:  
Yliopettaja, TaT Ilkka Kettunen



Taitto ja kuvat: Mainostoimisto Puisto Oy

Acta electronica Universitatis Lapponiensis 291

ISBN 978-952-337-228-3

ISSN 1796-6310

elektronisen väitöskirjan pysyvä osoite: <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-228-3>



# TIIVISTELMÄ

Piia Rytilahti

Pohjoisen muotoilun teoria. Kestävän muotoilun kuluttamisen perusteista.

Rovaniemi: Lapin yliopisto 2020

Acta electronica Universitatis Lapponiensis 291

ISBN 978-952-337-228-3

ISSN 1796-6310

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa pohjoisen muotoilun teoria, malli siitä, millaista on muotoilun kuluttamisen käyttäytyminen pohjoisessa kontekstissa. Tutkimus edustaa Grounded Theory (GT) -lähestymistapaa.

Tutkimuksen taustana tarkastellaan muotoilun tutkimusta luomalla kuvaa muotoilun tehtävistä, muotoilun kuluttamisesta, sen sosiaalisesta näkökulmasta sekä tieteenalakohtaisista kehyksistä. Muotoilulla selkeytetään ja yksinkertaistetaan tuotteita ja palveluja. Se on ammattimaista suunnittelutoimintaa. Muotoilun kuluttajan näkökulmasta muotoilutuotteet ovat onnistuneita, kun ne vastaavat käyttäjänsä tarpeisiin ja ovat toiminnaltaan helppoja. Muotoilun tehtävänä on ollut myös toimia ihmisten perimmäisten arvojen tulkkina. Nyky-yhteiskunnan moninaiset ilmiöt ja kulttuuriset merkitykset eivät ole helposti yksinkertaistettavissa. Muotoilun tavoitteena on tuottaa käytettäviä, toiminnallisia, esteettisiä sekä ekologisesti ja sosiokulttuurisesti kestäviä tuotteita ja palveluja, jotka kuitenkin vastaavat aikamme yksilöllistyneen ja sirpaloituneen kulutuskulttuurin arvoihin. Tähän muotoilun tavoitteeseen pyritään vastaamaan tässä tutkimuksessa tuotulla pohjoisen muotoilun teorialla.

Pohjoisen muotoilun teorian tuottamisen empiirisenä lähtökohtana on kaksi Suomen Akatemian tutkimushanketta, ”Emergency of Luxury” (2004-2007) sekä ”Sustainable Innovative Materials in High Tech Applications” (2007-2010) sekä näissä kerätty 25 ryhmän edustama (N= 81) ryhmähaastatteluaineisto. Tutkimushenkilöitä yhdisti suomalaisessa ja pohjoisessa luonnossa harrastettavat ulkoilmalajit. Golf, purjehdus, metsästys, hiihtovaellus, kiipeily, melonta, leijahiihto, lumilautailu ja alamäkipyöräily ovat aineiston edustamia harrastuslajeja. Ryhmähaastatteluissa keskeistä oli muotoilun näkökulma kohdennettuna joko ylellisen tai ekologisen kuluttamisen konkreettisiin ilmenemismuotoihin tutkittavien vapaa-ajan kulutuksessa.

Ulkoilmaharrastaminen on tutkimuksen empiirisenä kiinnekohtana yhdistänyt

muotoilun tuotteet inhimillisiin käsityksiin siitä, mitä on muotoilu, jota kulutetaan. Tutkimuksessa kysytäänkin, 1) Miten pohjoisuus ilmenee muotoilun ylellisessä ja ekologisessa kuluttamisessa? ja 2) Millainen on pohjoisen muotoilun teoria?

Tutkimusmenetelmänä on klassinen aineistolähtöinen Grounded Theory (GT), jossa keskeistä on teorian löytäminen aineistosta. Aineistoonsa ankkuroidun teorian tuottamiseksi aineisto on analysoitu systemaattisesti ja jatkuvan vertailun menetelmän mukaisesti. Suomalaisten ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisen kokemuksesta koottu haastatteluaineisto (593 s.) on pilkottu osiin ja koodattu avoimen, selektiivisen ja teoreettisen koodauksen vaiheiden mukaisesti käsitteellisiksi ryhmiksi ja kategorioiksi. Tutkielmaa voi lukea myös GT-menetelmän mukaisesti etenevän tutkimusprosessin kuvauksena.

Muotoilun kuluttamisen käyttäytymisen keskeisenä selittävänä tekijänä on ihmisen ja tämän ympäristön materiaalisuus ja toiminnan materiaallinen välittyneisyys. Pohjoisen muotoilun teoria rakentuu tuotteen materiaallisen, ihmisen ruumiillisen ja luonnon materiaalis-tilallisen ytimen ympärille keskipisteenään ruumiillinen muotoilun kuluttaja. Tätä teorian ydintä selittävät kategoriat ovat muotoilun kuluttaminen prosessina ja muotoilun kuluttamisen kestävä tavoite.

Muotoilun kuluttaminen prosessina on ruumiinteoreettisesti ja -metaforisesti ihmisen liikettä tilassa. Ruumiillinen ihminen liikuttaa ja manipuloi itsensä lisäksi myös muuta materiaa ja objekteja ympärillään. Ulkoilmaharrastamisen tilassa, pohjoisessa luonnossa liikutaan ja ollaan liikutettavina. Liike tilassa tuottaa käsityksen ajasta, kuten käsityksen muotoilun kuluttamisesta prosessina. Yksikertaisimmillaan tämä prosessi, esimerkiksi hiihtovaellus, koostuu kolmesta vaiheesta: lähtötilasta, pääprosessista ja päätösvaiheesta. Ajalla onkin pohjoisen kontekstissa omat ilmenemismuotonsa ruumiillisen muotoilun kuluttajan keskeisenä resurssina.

Tutkimuksen päätuloksena esitän, että muotoilun kuluttajan luontaisena pyrkimyksenä pohjoisen kontekstissa on kestävä kuluttaminen. Se on selitettävissä paitsi ”luonnon oppimiseen” eli luonnossa liikkumiseen käytettynä ajallisena panostuksena, myös ruumiillisuuteen perustavalla tavalla sidoksissa olevien moraalisten käsitysten materialisoitumisena ihmisen toiminnassa pohjoisessa ympäristössä. Ihmisen, tuotteiden ja luonnon materiaalien keskinäinen vuorovaikutus tavoittelee sen perustavimmalla tasollaan inhimillisen hyvinvoinnin, terveyden ja onnellisuuden tavoitteita. Ruumiinteoreettisesta näkökulmasta ne myös ovat moraalien ja kestävän kuluttamisen ymmärtämisen perustavat lähtökohdat.

Asiasanat: pohjoinen muotoilu, muotoilutuotteet, materiaalisuus, muotoilun kuluttamisen tutkimus, ylellisyys, ekologisuus, kestävä kehitys, ulkoilmaharrastaminen, luonto, Grounded Theory - menetelmä, muotoiluajattelu.

# ABSTRACT

Piia Rytilahti

NORTHERN DESIGN THEORY. Criteria for consuming sustainable design.

Rovaniemi: University of Lapland 2020

Acta electronica Universitatis Lapponiensis 291

ISBN 978-952-337-228-3

ISSN 1796-6310

The purpose of this study is to produce a theory on Northern design and a model of what the behaviour of design consumption is in the Northern context, representing the Grounded Theory (GT) approach.

The study's background falls within the design research field, as well as examines this field's own background, by creating an image of the tasks of design, the consumption of design, its social perspective and discipline-specific frameworks. In addition, the role of design has also been to act as an interpreter of people's ultimate values. Modern society's diverse phenomena and cultural meanings cannot be easily simplified, however: the aim of design is to produce usable, functional, aesthetically pleasing and ecologically and socio-culturally sustainable products and services, which nevertheless correspond to the values of the individualized and fragmented consumer culture of our time. This design aim is to be met by the Northern design theory produced in this study.

The empirical starting point for producing Northern design theory is two research projects from the Academy of Finland, "Emergency of Luxury" (2004–2007) and "Sustainable Innovative Materials in High Tech Applications" (2007–2010). The study involved 81 subjects and they were split into 25 groups. The subjects practised one of the following outdoor sports in Finnish and Northern nature: golf, sailing, hunting, cross-country skiing, climbing, kayaking, kite skiing, snowboarding and downhill biking were the hobbies represented in the material. Central to the group interviews was the design perspective, focusing on the concrete manifestations of either luxury or ecological consumption in the subjects' leisure consumption.

The outdoor activities, as an empirical point of this research, combined design products with human perceptions of what the design being consumed is. The questions are thus 1) How does Northness manifest itself in the luxurious and ecological consumption of design?, and 2) What is the theory of Northern design?

The research method is the classical data-based GT, where the key is to find the theory in the data. To produce this research's theory, the data was systematically analysed according to the principles of continuous comparison. The interview material (593 pp.), compiled from the Finnish outdoor enthusiasts' experience descriptions of the use of design, was divided and encoded into conceptual groups and categories per the stages of

open, selective and theoretical coding. This dissertation can also be read as a description of the research proceedings following the GT method.

The central explanatory factor in the consumption behaviour of design of the subjects is the materiality of man and his environment and the material transmission of action. Accordingly, Northern design theory is built around the material, human bodily and material-spatial core of the product, with the focus on the bodily consumer of design. The categories that explain this theory's core are the consumption of design as a process, such as cross-country skiing, and the sustainable goal of consuming design.

The consumption of design as a process is, theoretically and metaphorically, the movement of man in space. The bodily person moves and manipulates not only himself but also other matter and objects around him. In the space of Northern outdoor activities, people move and are being moved. Motion in space produces an idea of time, such as that of consuming design as a process. At its simplest, this process consists of three stages: the initial stage, the main process and the final stage. In time, in the Northern context, time has its own manifestations as a key resource for the consumer of bodily design.

The main study result suggests that the inherent pursuit of design by the consumer in the Northern context is sustainable consumption. This can be explained not only by the temporal effort spent on "learning nature," that is, navigating nature, but also by the materialization of moral conceptions that are fundamentally related to the body in human activity in the Northern environment. At its most fundamental level, the interaction between man, products and natural materials pursues the goals of human well-being, health and happiness. From a bodily theoretical perspective, they are also fundamental foundations for understanding morality and sustainable consumption.

Keywords: Northern design, design products, materiality, design consumption research, luxury, ecology, sustainable development, outdoor activities, nature, Grounded Theory method, design thinking.

# SISÄLTÖ

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b> .....	15
1.1	Aiheervalinnan taustaa .....	15
1.2	Tutkijapositio .....	16
<b>2</b>	<b>MUOTOILUN TUTKIMUS</b> .....	19
2.1	Muotoilun tehtävät .....	19
2.2	Muotoilun kuluttaminen .....	22
2.3	Muotoilun sosiaalinen näkökulma .....	26
2.4	Muotoilun tieteenalakohtaiset kehykset .....	29
<b>3</b>	<b>KOHTI EMPIIRISTÄ TUTKIMUSTA</b> .....	33
3.1	Tutkimushankkeet taustana .....	34
3.1.1	Emergence of Luxury (2004–2007).....	34
3.1.2	Sustainable Innovative Materials in High Tech Applications (2007–2010) .....	34
3.2	Empiiriset suuntaviivat .....	35
<b>4</b>	<b>TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET</b> .....	38
<b>5</b>	<b>TUTKIMUKSEN TOTEUTUS</b> .....	40
5.1	Grounded Theory -menetelmä ja sen soveltaminen .....	40
5.2	Tutkimushenkilöt .....	43
5.3	Haastatteluteemat .....	45
5.4	Ryhmähaastattelut aineiston keruutapana .....	46
5.5	Aineiston analyysi .....	48
<b>6</b>	<b>ULKOILMAHARRASTAJIEN MUOTOILUN KULUTUS</b> .....	52
6.1	Empiirisen aineiston substantiiviset koodit .....	53
6.1.1	Ylellisyys ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa .....	53
6.1.1.1	Luksus ja muotoilu .....	59
6.1.1.2	Ylellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina .....	90
6.1.1.3	Harrastamisen merkitykset .....	93
6.1.1.4	Luonto harrastusympäristönä ja varusteet .....	98

6.1.1.5	Muut koodiryhmät .....	103
6.1.2	Ekologisuus ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa .....	103
6.1.2.1	Ekologinen muotoilu .....	107
6.1.2.2	Vapaa edelläkävijyys .....	124
6.1.2.3	Luonto ja kulttuuri .....	134
6.2	Teoreettiset käsitteet, koodit ja kategoriat .....	138
<b>7</b>	<b>POHJOISEN MUOTOILUN TEOREETTISET KÄSITTEET</b> .....	<b>143</b>
7.1	Teoreettinen viitekehys .....	143
7.1.1	Ruumiillinen muotoilun kuluttaja .....	144
7.1.2	Luonto muotoilun kuluttajan tilallisen käsitteellistämisen kohteena .....	148
7.2	Muotoilun kuluttaminen prosessina .....	155
7.2.1	Muotoilun kuluttamiseen käytetty aika .....	155
7.2.2	Muotoilun kuluttamisen resurssit .....	161
7.2.3	Muotoilun kuluttamisen vaikutukset .....	164
7.3	Muotoilun kuluttamisen perustekijät .....	170
7.3.1	Inhimillisen käsitteellistämisen perustavat metaforat .....	170
7.3.2	Kulttuurisen käsitteellistämisen rajat ja mahdollisuudet .....	176
<b>8</b>	<b>KESTÄVÄ MUOTOILU MUOTOILUN KULUTTAMISEN TAVOITTEENA</b> ..	<b>181</b>
8.1	Inhimillinen hyvinvointi kestävyuden moraalisen perustana .....	181
8.2	Luonto moraalisen kotina .....	187
<b>9</b>	<b>POHJOISEN MUOTOILUN TEORIA</b> .....	<b>196</b>
9.1	Pohjoisuus .....	196
9.2	Muotoiluajattelu .....	200
<b>10</b>	<b>LOPUKSI</b> .....	<b>207</b>
10.1	Luotettavuus .....	207
10.2	Reflektointia .....	210

## LÄHTEET LIITTEET

## KUVIOT

Kuvio 1. Muotoilun tutkimuskohteiden jäsennyshahjo (mukaillen Cross, 2006; Uotila 2003).	32
Kuvio 2. Tutkimuksen empiirinen viitekehys.	36
Kuvio 3. Koodiryhmien <i>LUKSUS: luksus ja muotoilu sekä EKO: ekologinen muotoilu</i> jäsenyminen käsitteelliseksi koodiksi <i>Tuotteen materiaalisuus</i> .	140
Kuvio 4. Käsitteellinen koodi <i>Luonto tilallisen käsittämisen kohteena</i> .	142
Kuvio 5. Pohjoisen muotoilun teorian viitekehys.	143

## TAULUKOT

Taulukko 1. Luksus-hankkeen ryhmähaastatteluaineisto.	44
Taulukko 2. SuMac-hankkeen ryhmähaastatteluaineisto.	44
Taulukko 3. Luksusaineiston koodiryhmät avoimessa koodauksessa.	54
Taulukko 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät selektiivisessä koodauksessa.	104
Taulukko 5. Kahdeksan metaforista kausaation käsitettä (Lakoff & Johnson 1999, 178-221).	168





## ESIPUHE

Lapin yliopisto on ollut minulle akateeminen henkinen koti, jossa kiinnostuin tutkimuksesta ja jatko-opinnoista. Yhteiskuntatieteiden tiedekunnasta opiskelijana alkanut matkani vuonna 1994 on johdattanut minut tähän saavutukseen.

Kiitän lämpimästi ohjaajiani emeritusprofessori Kaarina Määttä ja professori Satu Miettistä. Olette ohjanneet minut väitöskirjaprosessini kanssa päätepisteeseensä antamalla aikaanne, viisauttanne ja tukea. Kiitän esitarkastajia Yliopettaja, TaT Ilkka Kettusta ja tohtori Markko Hämäläistä asiantuntevista ja rakentavista arvioista työni suhteen. Heiltä saamani esitarkastuslausunnot, yhteensä yksitoista sivua, ovat minulle arvokkaita tekstejä kiteyttäessään vuosien tutkimustyön arvon. Yliopettaja, TaT Kettusta kiitän vastaväittäjäksi lupautumisesta.

Tutkimusprosessini alkuun saattamisesta kiitän dosentti Minna Uotilaa, jonka johtamissa tutkimushankkeissa olen saanut ensi kosketuksen muotoilun tutkimuksen kenttään. Design Connections -tutkijakoulu mahdollisti muotoilun tutkimuksen yhteistyön Lapin yliopiston ja Taideteollisen korkeakoulun välillä vuosituhaten vaihteessa. Lapin yliopiston oma tutkijakoulutus on sittemmin tukenut tutkijana kasvamistani. Väitöskirja valmistuukin nyt Kulttuurilähtöisen palvelumuotoilun tohtoriohjelmasta.

Lämpimät kiitokset pitkäaikaisimmille työkavereilleni Petra Falinille ja Kati Vehmakselle tutkijakoulutuksen intensiivisimmiltä ajoilta. Tiemme työelämässä ovat vieneet jo hieman eri suuntiin ja tapaamiset harventuneet, mutta keskustelut tutkimuksesta jatkuvat aina tavatessamme. Kiitän myös muita entisiä ja nykyisiä kollegoita Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnassa: Elisa Hartikainen, Pertti Aula, Ismo Alakärppä, Hanna-Riina Vuontisjärvi ja Mira Alhonsuo.

Kiitän Lapin yliopiston tiedekuntien ja yksiköiden henkilökuntaa opettajineen, tutkijoineen, professoreineen, hallintohenkilöineen sekä opiskelijoineen tutkimusmatkani varrelta. Lapin yliopistoa ja Taiteiden tiedekuntaa kiitän väitöskirjani viimeistelyn tukemisesta.

Kiitän myös kaikkia tutkimukseeni osallistuneita ulkoilmaharrastajia. Heidän ansiostaan olen päässyt paitsi tutustumaan eri lajien saloihin, mutta myös samaistumaan siihen intohimoiseen sitoutuneisuuteen, jolla he lajejaan harrastavat. Opin heiltä paljon suhteestani tutkimukseen tekemiseen.

Lopuksi kiitän perhettäni. He ovat kulkeneet kanssani samalla matkalla päivästä ja vuodesta toiseen ja olleet vakuuttuneita siitä, että työ valmistuu, kun on sen aika. Kiitos Petri, Liisa ja Eemeli. Kiitos äiti ja isä. Kiitos sukulaiset.

Rovaniemellä 7.9. 2020  
Piia Rytilahti



# 1 JOHDANTO

## 1.1 Aihevalinnan taustaa

Arktinen muotoilu (engl. Arctic Design) lanseerattiin liiketoiminnallisena ja osin myös poliittisena terminä vuonna 2012, jolloin Suomen pääkaupunki Helsinki toimi Maailman muotoilujärjestön WDO:n tunnustamana maailman vuoden muotoilupääkaupunkina. Helsingin muotoilupääkaupunkihankkeen rinnalla järjestettiin Rovaniemen kaupungin ja Lapin yliopiston yhteistyönä oma hanke, World Design Capital 2020 Helsinki-Rovaniemi. Tällä kansainvälisen tason muotoiluyhteistyöllä WDO:n kanssa pyrittiin edistämään Rovaniemen asemaa arktisen muotoilun tunnettuna tukikohtana ja kaupunkina. Rovaniemen kaupungin ja yliopiston yhteistyönä oli jo vuodesta 2009 järjestetty omaleimaista ja kansainvälistä talvista muotoilutapahtumaa, Rovaniemen muotoiluviikkoa (engl. Rovaniemi Design Week). Muotoilupääkaupunkivuoden jälkeen tapahtuma sai uuden nimen, ”Arktisen muotoilun viikko” (engl. Arctic Design Week). (Jokela & Tahkokallio, 2015.)

Arktinen muotoilu terminologiaa tukee tutkimustani. Tässä tutkimuksessa ”Arktista” muotoilua määrittelevänä luonnehdintana tarkastellaan myös kulttuurisena käsitteenä pohjoisuudesta (vrt. Ingold, 2019). Tutkimuksen ydin, pohjoinen muotoilu voisi olla kokonaisuudessaan kulttuurinen käsite, jolla viitataan maantieteellistä Arktista aluetta hajanaisempaan ja heterogeenisempaan käsitykseen pohjoisesta. Pohjoisen paikantuminen tiettyjen maantieteellisten aluerajojen sisälle on tutkimuksessa lähtökohtaisesti empiirinen ja viitteellinen rajaus.

WDO (2020) määrittelee arktisen muotoilun lisäksi myös teollisen muotoilun. Sen viimeisimmän ja lyhyimmän määritelmän mukaan, joka on laadittu Etelä-Korean Gwangjussa pidetyssä kahdennessakymmenennessyhdeksännessä (29) yleiskokouksessa, teollinen muotoilu on:

”[S]trategista ongelman ratkaisua, joka ohjaa innovaatioita, rakentaa liiketoimintamenestystä sekä johtaa parempaan elämän laatuun innovatiivisten tuotteiden järjestelmien, palvelujen ja kokemusten kautta.”

Määritelmällä on kaksi laajennusta, joissa ensimmäisessä korostetaan tämän monialaisen

teollisen muotoilun ammattikunnan kykyä silloittaa tietä luovasti, optimistisesti ja yhteistoiminnallisesti jo olemassa olevan ja mahdollisen välillä niin, että kaikki sidosryhmät asiakkaista liiketoimintaan ja tutkimukseen osallistetaan arvon tuotannon prosessiin. Toinen määritelmän laajennus on lisähuomio viralliseen määritelmään. Se koskee ihmisen asettamista prosessin keskiöön. Teollisen muotoilijat ymmärtävät käyttäjiä syvällisesti soveltaessaan empaattisia, pragmaattisia ja käyttäjäkeskeisiä ongelmanratkaisuprosesseja muotoilussa. (WDO, 2020.)

Tämä tutkimus on poikkeuksellinen suhteessa muotoilun valtavirtaa edustaviin tutkimuksiin, sillä tutkimuksen keskiössä eivät lähtökohtaisesti ole muotoilun tuotteet, esi- neet ja niiden kehittäminen. Tavoitteena ei ole tarkastella muotoilun tuotteita esimerkiksi ihmissuhteiden välittäjinä kuten materiaalisen kulttuurintutkimuksen näkökulmasta olisin voinut tutkimuskohteeni määritellä (Lehtonen, 2008, 22). Tämä tutkimus on syntynyt mielenkiinnosta tarkastella muotoilua ennakkoluulottomasti luovana ilmiönä, joka kos- kettaa kaikkia ihmisiä, ei pelkästään muotoilun ammattilaisia. Tutkimus luo uutta teoriaa muotoilusta subtanssialueenaan pohjoinen sen kaikessa monimuotoisuudessaan.

## 1.2 Tutkijapositio

Tutkimuksen aiheen valintaan on vaikuttanut ratkaisevasti oma taustani matkailun sosiologiasta (Varanka, 2001), muotoilun kandidaatin koulutus vaatetusosalta ja nuoren tutkijan tehtävät muotoilun tutkimuksen sekä palvelumuotoilun kentiltä. Sosiologisten ja yhteiskuntatieteellisten teorioiden osittainen kyseenalaistaminen muotoilun tutkimuksen näkökulmasta – ja päinvastoin – on johdattanut minua matkan varrella moniin vaihtoehtoihin tutkimuksellisiin ja teoreettisiin viitekehyksiin tuotesemantiikasta sosiaalisemiotiikkaan ja kognitiotieteiden kautta sosiaalipsykologiaan. Olen aina ollut kiinnostunut ihmisen käyttäytymisestä, mikä näkyy myös tutkimusaiheen valinnassa.

Kerron lyhyen esimerkin nuoren muotoilun tutkijan urani alkutaipaleelta, jolloin jäin kollegoiden kanssa pohtimaan muotoilun tuotekeskeisen ja sosiologian yhteisökeskeisen ajattelumallin eroa muotoilun tutkimuskohteen hahmottamisessa. Otimme esimerkiksi ajatuksen siitä, että lähtisimme yhteisellä kokoonpanolla työpäivän jälkeen käymään ravintolassa ja nauttimaan syötävää ja juotavaa sekä keskustelemaan vapaamuotoisesti niin työstä kuin vapaa-ajan asioista. Muotoilukoulutuksen saanut muotoilun tutkija näkee tilanteessa kiinnostavana tutkimuksen kohteena yksilöiden älypuhelimien käytön, ja todennäköisesti päätyy kysymään käyttäjiltä, josko he päätyivätkö lähtemään ravintolaan yhdessä viesteilyään ehdotuksesta ensin keskenään. Ne, joita viesti ei saavuttanut, eivät luonnollisestikaan osanneet tulla paikalle, eivätkä tällöin päässeet kokemaan sosiaalista ryhmään kuulumisen tunnetta. Muotoilijan näkökulmasta nyt koolla oleva ryhmä on se satunnainen yhteisö, jotka älypuhelin yhdisti myös tähän kasvokkaiseen tapaamiseen. Seuraavalla kerralla

älypuhelin on taas hyvänä apuna koottaessa mukaan jotain toista satunnaista kokoonpanoa.

Sama tilanne sosiologin koulutuksen saaneen tutkijan näkökulmasta ottaa tarkkailun kohteeksi kenties jotain muuta kuin älypuhelimien käytön. Lähtökohtana voisi tällöin olla, halusivatko kaikki lähteä mukaan, vain onko kyse ainoastaan satunnaisen ihmisryhmän kokoontumisesta samaan tilaan, ravintolaan ja pöytään. Sosiologinen ajattelijaksi etsii yhteisen kokoontumisen perimmäisenä motiivina yhteisöä, joka olisi päätyntä ravintolaan ilman älypuhelimetkin – sillä niinhän heillä on ollut tapana tehdä joka keskiviikko. Älylaitteella voi olla merkitystä sosiaalisessa kanssakäymisessä, mutta sen käyttöä ohjaavat sosiaaliset normit, tavat, rituaalit tai niistä poikkeamiset. Älylaite itsessään ei tästä näkökulmasta tarkasteltuna ole sosiaalinen toimija, vaan sen tehtävä on välineellisempi. Se ensisijaisesti helpottaa organisoimista ja tiedottaa paikan ja ajan varsinkin, jos normaaliin keskiviikon tapaamiseen tulee muutoksia. Tässä tutkimuksessa olen tehnyt omat ratkaisuni näkökulman valintaan, jonka esittelen tarkemmin luvussa 4, *Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset*.

Väitöstutkimusprosessini on saatettu alulle Suomen Akatemian rahoittamassa Emergence of Luxury -tutkimushankkeessa 2007. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnassa tuolloin hyväksytyt jatkotutkimussuunnitelman aiheena oli tutkia ylellisyyttä ja kestävästä kulutuksesta sosiokulttuurisesta näkökulmasta. Tutkimukseni näytti aluksi yhteiskuntatieteelliseltä brändi- ja kulutustutkimukselta: ensimmäisen vuoden aikana kerätty empiirinen aineisto ylellisyystuotteiden käyttäjien kokemuksista näyttäytyi sosiologiaa pääaineena opiskelleelle yhteiskuntatieteilijälle rikkaana keskusteluna yhteiskuntaluokista ja elämäntyyliästä. Tutkimuksen tavoitetta uuden tiedon tuottamiseksi *muotoilusta* ovat hämärtäneet tieteenalojen väliset näkökulmat siihen, mistä tutkimukseni lopulta kertoo ja miten muotoilu asemoituu monitieteisen tutkimuksen kohteeksi. Se, onko tutkimukseni ensisijaisesti muotoilun tutkimusta, sosiologiaa vai kulttuurintutkimusta on säilynyt tutkimustani ohjaavissa keskusteluissa yllättävän pitkälle tutkimusprosessissa. Tämä epäilemättä näkyy myös käsillä olevassa väitöstutkielmassa. Toivonkin tutkielmani herättävän ajatuksia ja keskusteluja siitä, mitä muotoilu on.

Kiinnostus tämän tutkimuksen tekemiseen siis juontaa tekijän tieteenalojen taustasta yhteiskuntatieteissä ja taiteissa, erityisesti muotoilun tutkimuksessa. Se tieto, mitä tutkimuksella haluan saavuttaa, on hyvä palauttaa periaatteellisiin keskusteluihin kolmesta tiedonintresseistä Habermasin (1976) mukaan: tekniseen, praktiseen ja emansipatoriseen tiedonintressiin. Muotoilun tutkimuksessa useimmiten viitataan tekniseen tiedonintressiin, mutta käyttäjakeskeisen ja empaattisen muotoilun tutkimuksen suunnan vahvistuttua pohjoismaisessa muotoilun tutkimuksessa ovat myös praktiset ja emansipatoriset tiedonintressit tulleet vahvemmin osaksi esitieteellisessä vaiheessa olevaa muotoilun tutkimuksen kenttää (Mattelmäki, Vaajakallio & Koskinen, 2014; Uotila, Mattila & Hänninen, 2006). Inhimillisten merkitysten ymmärtäminen ja tulkinta (praktinen tiedonintressi) sekä toisaalta yhteiskunnallisista lainalaisuuksista, ideologioista ja vallasta vapauttavan reflektion

mahdollisuus (emansipatorinen tiedonintressi) ovat olleet osaltaan myös vaikuttamassa tutkimusaiheeni valintaan ja tutkimuskysymysten muotoutumiseen.

Huolimatta toisinaan hyvinkin vastakkaisiin suuntiin ohjautuneista keskusteluista muotoilun ja yhteiskuntatieteiden välillä, on tutkimustani ohjaavana osoittimena aina ollut näitä tieteenaloja yhdistävä ihmistieteellinen lähtökohta. Ensimmäisessä jatkotutkimussuunnitelmassa vuodelta 2007 on jo ollut nähtävillä kiinnostus tuotteen, sen muotoilijan, käyttäjän tai kuluttajan ja sosiaalisen välisen kokonaisuuden hahmottamiseen, siihen mitä muotoilu on laajana ilmiönä. Tieteenalojen väliset erot esimerkiksi tutkimuskäytännöissä on vaatinut aikaa ja sovittelua muotoilun alan tutkimuksessa, jossa sosiaalisella näkökulmalla on erityisen vahva rooli. Esimerkiksi sosiologia vakiintuneempana tieteenalana on saanut muotoilun näyttäytymään hyvin praktisena käytäntönä, jolla ei ole paljon sanottavaa – kirjaimellisesti. Matka tieteenalojen välisissä keskusteluissa ja näkökulmien puntaroinnissa molemmin puolin on kuitenkin ollut kaiken työn arvoinen. Tutkimukseni ei olisi saavuttanut nykyistä tulosta ilman lukuisia pohdintoja ja muutamia harharetkiä.

## 2 MUOTOILUN TUTKIMUS

### 2.1 Muotoilun tehtävät

”Muotoilu projektoi kokonaisuuden. Perunankuorijan muotoilu on aina enemmän kuin yksittäisen kohteen tai työvälineen muotoilu: se on monimutkaisen kokonaisuuden eli sosiaalisten suhteiden, ympäristön, käytäntöjen, kokoonpanojen, pyrkimysten, tavoitteiden, tehtävien, tunteiden ja emootioiden muotoilua.” (Kress, 2010, 136.)

Kress (2010, 136) määrittelee muotoilua kotoisan perunankuorija-esimerkin avulla verraten kahta erilaista kuorijaa toisiinsa. Johtopäätöksenä työkalujen muotoilun esimerkistä hän korostaa sosialisaaion merkitystä kulttuurisen ja teknologisen saattamisesta ”luonnolliseksi”. Muotoiluprosessia hän kuvailee vaiheittaiseksi alkaen muotoilun alussa olevasta tehtävästä, jonka parametrit ja lopputuloksen arviointi eivät tule muotoilijalta, vaan jostain toisesta lähteestä. Muotoilu alkaa muotoilijan saaman tehtävän käsittelystä tämän mielessä. Hän hankkii tietämystä perunankuorijan tekemistä varten ja tutkii saatavilla olevia resursseja. Muotoilija hankkii ymmärrystä perunankuorijaan läheisesti liittyvistä objekteista kuten porkkanasta, perunasta tai omenasta. Lisäksi ymmärrystä tarvitaan asiaan liittyvistä laajemmista sosiaalisista olosuhteista ja käyttäjästä kuten tämän taidoista. Viisi-vuotiaan ja aikuisen ihmisen kädet esimerkiksi eroavat toisistaan, joten sama kuorija ei välttämättä käy molemmille. Vai tarvitseeko lapsi perunankuorijaa, pohtii muotoilija. (Kress, 2010, 136.)

Muotoilu ja muotoilun tutkimus oppiaineena identifioituvat nimenomaan taide-teolliseen alaan (Kälviäinen, 1996, 82; Falin, 2011, 19). Taideteollisuudeksi määriteltynä muotoilu käsitti 1980-luvulla kaiken tekstiili- ja keramiikkataiteen uniikeista teoksista ja käsityöstä aina teollisen muotoilun tavoittelevaan sarjatuotantoon (Kälviäinen, 1996, 60). Järvinen ja Koskinen (2001, 119) jaottelevat muotoilun yhtäältä esteettiset näkökulmat huomioon ottavaksi muotoilevaksi muotoiluksi (engl. styling design) ja toisaalta teolliseksi muotoiluksi (engl. industrial design), jossa ensisijaisena muotoilun kohteena on toiminnallisuus. 1990- ja 2000-luvun alun määritelmässä muotoilua on tarkasteltu toisenlaisissa laajoissa konteksteissa, kun mukaan ovat tulleet käyttäjälähtöiset ja käyttäjää osallistavat suunnittelumenetelmät (Valtonen, Anna, 2007) ja esimerkiksi palvelumuotoilu,

jossa käyttäjien tai sidosryhmien määrää ja suhteita hahmotetaan jo lähtökohtaisesti ekosysteemeinä.

Ylä-Kotola (2001, 139) näkee taidealojen yhteiskunnallisen roolin kulttuuristen sisältötuotteiden kehittämisessä. Hän myös kritisoi hieman suomalaisen tutkimuksen matemaattis-luonnontieteellistä painotusta esimerkiksi käyttöliittymäsuunnittelussa. Matemaattis-luonnontieteellisesti määritelty ja mitattavissa oleva käytettävyys, funktionaalisuus tai toimintojen loogisuus eivät Kotolan mukaan välttämättä auta kehittämään tuotteita, joiden käyttöön liittyy käyttäjän toive kokea kulttuurisesti rakentuvia tunteita ja elämyksiä. (Ylä-Kotola, 2001, 139.)

Muotoilu on ilmiö, jonka läsnäolo on aistittavissa monilla teollisuuden ja tutkimuksen aloilla. Sen yksiselitteinen määrittely on haasteellista ja riippuvaista myös muotoilun alojen välisistä perinteisistä jaoista. Ryytäsen (2009b), Falinin (2011) ja Anna Valtosen (2007) muotoilua tarkastelevat väitöstutkimukset kuvaavat ja teoretisoivat muotoilun kulttuurin suunnanmuutosta yksilölähtöisestä muotoilijuudesta ja sankarimuotoilijuudesta kohti teollista ja globaalia kulutus-kulttuuria, missä muotoilija yhä harvemmin työskentelee omaa nimeään kantavana brändinä. Muotoilijat ovat mukana yritysten tuote- ja palvelukehitystiimeissä yhdessä insinöörien, koodareiden, markkinoijien, tutkijoiden ja taloushallinnon ihmisten kanssa. Suunnittelun kohteet voivat olla yksittäisiä muotoilutuotteita laajempia kokonaisuuksia kuten yrityksen viestintästrategiaa tai organisaation sisäistä kehittämistä. Muotoilussa on pitkälti kyse tällaisesta monialaisesta ja ratkaisukeskeisestä kehittävästä muotoilutoiminnasta, jota myös muotoiluajatteluksi kutsutaan (Kälviäinen, 2014, 44). Muotoiluajattelua opetetaan nykyisin laajalti ja sovellettavaksi eri aloilla tehtävää kehittämistyötä tukemaan (Miettinen, 2014).

Taiteenalojen tavoin muotoilun tehtävänä on ollut myös toimia kansan perimmäisten arvojen tulkkina (Korvenmaa, 2000; Uotila, 2003, 21-22). Tämä tehtäväkuva on pysynyt samana, vaikka yhteiskunta ja sen rakenteet, erityisesti taloudelliset rakenteet ovat monimutkaistuneet ja kerrostuneet. Muotoilijoiden ja muotoilun tavoite vastata tarpeeseen tuottaa konkreettisia arkipäivän elämää helpottavia ratkaisuja perimmäisten inhimillisten arvojen ylläpitämiseksi on osoittautunut haasteelliseksi. Taloudelliseen kasvuun tähtäävä innovaatiojärjestelmä on korvannut arkipuheissa kansalaisen mielipiteen ja luonut yhteiskunnallista diskurssia, jossa käyttäjän äänellä ja todellisilla ongelmilla on vaarana kadota (vrt. Hautamäki & Oksanen, 2012). Kansalaisten perimmäisten arvojen ja arjen kokemuksiin perustuvien muotoilullisten ratkaisujen tuottaminen ei ole aina täysin yhteneväinen jälleenmyyjien ja yritysasiakkaiden esittämien tarpeiden kanssa. Tuotteiden ja palvelujen loppukäyttäjää ei välttämättä ole ihmisenä koskaan nähty tai kuultu, vaikka hänen tarpeensa sanotaan tunnustetun.

Krister: [--] niinkun kaikki ylellisyys tai tommonen mikä on niinku millä niinku harhautetaan ihmistä luulemaan jotain mitä ei



oo olemassakaan ni se on mun mielestä turhaa, mihin mä suhtaudun negatiivisesti [--] mä oon aina myyny vaan sitä mikä on totta et siin mä en oo menny sen yli että mä lupaan sulle muuta, vaan niinku jos me myydään sulle auto, ni mä- sulle myydään sitä autoo niillä spektrillä mitä on. Sulle ei myydä unelmaa et sä oot nuori ja kaunis koska se se ei oo mahdollista (.) sitä ei saa tehdä ja sama on tota ni veneilyssä (.) vaik sä ostat näinki ison veneen ku tämä ni sul pitää olla bodia et sä pystyt sitä hoitaa sul pitää olla älyä sä et voi vaan lähtee tästä (.) ei semmost unelmaa voi myydä et osta tää ni sä oot purjehtija ei se se ei vaan toimi.

(Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Viimeisten vuosikymmenten aikana osallistava suunnittelu ja muotoilu ovat tulleet tutummaksi ja yleistyneet useilla aloilla (Sanders & Stappers, 2008). Käyttäjäorientoituneen muotoilun aikakaudella käyttäjä otettiin aluksi mukaan prosessiin kokeiluvaiheen tuotteiden ja alustavien konseptien arvioijaksi kuten testaamaan tuotteen käytettävyyttä ergonomisesti, toiminnallisesti ja vuorovaikutteisuuden näkökulmasta. Muotoilua käyttävän ja kuluttavan tahon rooli tällaisissa osallistavissa muotoiluprosesseissa on ollut toimia informantina ja oman käyttäjäryhmänsä edustajana a) tuomassa sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestäviä lähtökohtia suunnittelulle, b) arvioimassa alustavien tuote- ja palvelukonseptin toimivuutta, mielekkyyttä ja esteettisyyttä sekä c) antamassa palautetta valmiista konsepteista ja tuotteista, toisin sanoen tuottaa tietoa muotoilua varten (esim. Anttila, 2005). Tänä päivänä käyttäjillä nähdään olevan muotoilulle muutakin annettavaa kuin rahallinen vastine siitä arvosta, joka kulutus- ja designtuotteisiin sisältyy (Appadurai, 1986). Käyttäjän mahdollisuutta ja kykyä osallistua mukaan muotoiluun on näissä prosesseissa tuettu pelien (Vaajakallio, 2012), nopeiden prototyyppien rakentamisen (Sanders & Stappers, 2014) ja muiden muotoilun työkalujen avulla. Lopullisista konsepteista ja kokonaisuuden hallinnasta ovat kuitenkin edelleenkin vastuussa prosesseja ja projekteja johtaneet muotoilijat.

Muotoilussa on perinteisesti myös tukeuduttu esineiden arkitasoiseen kokemiseen eli siihen, miten ihmisen suhde esineeseen voi olla täysin käsitteetön. Käyttäjän ja esineen suhde on siten pelkästään toiminnallinen ja sensomotorinen. (Karihalme, 1996, 233.) Tämä on pitkälti se taso, johon tavallisen muotoilun lopputuotteiden käyttäjän ja kuluttajan ajatellaan arkisessa toiminnassaan keskittyvän. ”Käytännöllinen” tieto on muotoilun näkökulmasta käyttäjille kuitenkin jotenkin toisenlaista kuin suunnittelijoille. Muotoilun kentän ammattilaisten asiantuntijuutta muotoilutuotteiden symbolisen ja esteettisen arvon määrittelijöinä ei ole muotoilun tutkimuksissa myöskään usein haastettu loppukäyttäjän näkökulmasta (Kälviäinen, 1996, 30).

Tuotteiden loppukäyttäjät eivät oletettavasti hallitse muotoilun tuotesemantiikan esille nostamia ”visuaalisia aistimuksia” ja ”ei-sanallisia piirteitä” ammattimuotoilijoiden

tavoin. Käyttäjien arvomaailmaa ja esteettisiä mieltymyksiä on muotoilu- tai käytäntö- lähtöisessä muotoilussa (engl. practice-led, design-led) ja sen tutkimuksessa lähestytty käyttäjien tunteiden ja kokemuksellisuuden kautta. Tunteet ja käyttäjäkokemus ovatkin olleet muotoilun tutkimuksen erityisen kiinnostuksen kohteena vuosituhannen taitteesta saakka. (Sanders, 2006.) Tätä muotoilun tutkimuksen suuntausta voidaan nimittää myös käyttäjänäkökulmaa korostavaksi pragmatistisesti orientoituneeksi muotoilun tutkimukseksi. Tuotteiden käyttöön liittyvien kokemusten ja tunteiden teoriapainotteinen muotoilun tutkimus on ollut monitieteisyydessään jokseenkin vielä vähäistä (vrt. Ahde-Deal, 2013; Battarbee, 2004; Kurvinen, Koskinen & Battarbee, 2008).

## 2.2 Muotoilun kuluttaminen

Muotoilun tutkimuksen näkökulmasta monet tuotannon ja kuluttamisen toisistaan erottavat teoriat näyttävät Ryytäsen (2009a) mukaan tänä päivänä jo vanhahtavilta ja harhaanjohtavilta. Myös tässä tutkimuksessa korostuvat muotoilun tuottamisen ja tekemisen ominaispiirteet osana muotoilun kuluttamisen kenttää. Muotoilun kentällä käytetään käsitettä muotoiluajattelu viittaamaan muotoilun visuaalisten ja konkretisoivien menetelmien käyttöön sekä nopeaan ongelmanratkaisuun sovellettavaksi yhteiskunnan eri aloilla (Miettinen, 2014).

Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta tietoa muotoilusta muotoilua käyttävien ja kuluttavien ihmisten näkökulmasta, käyttäjäkeskeisesti (Frascara, 2002; Sanders, 2002). Tutkimuksen voidaan sanoa asemoituvan muotoilun tutkimukseksi, mutta muotoilun kuluttamisen näkökulmasta. Käyttäjakeskeinen näkökulma on ohjannut kokoamaan aineistoksi ryhmähaastatteluja, jotka käsittävät lukuisia keskusteluja tutkittavien kokemuksista liittyen muotoilutuotteiden käyttämiseen ja kuluttamiseen eri vapaa-ajan harrastuskontesteissa sekä arkielämässä yleensä. Näissä vapaamuotoisissa ryhmähaastatteluisissa tuotteiden käyttämisen ja kuluttamisen kokemukset taustoittuvat luontevaksi osaksi laajempaa elämänhistoriaa, elämäntilanteita sekä arvostusten ja kiinnostuksen kohteita. Aineistolähtöinen analyysi on nostanut esille niitä todellisia huolenaiheita, joita käyttäjillä on arjessaan ja vapaa-ajalla, ja joihin muotoilulla kenties voitaisiin tuottaa ratkaisuja. (Uotila, Falin, Aula & Varanka, 2005; Uotila & Ryttilähti, 2008.) Merkittävää on ollut myös huomata, miten muotoilu eräänlaisena maallikkomuotoilijuutena on ollut osa tavallisten ihmisten arkea esimerkiksi heidän harrastustoiminnassaan.

Tässä tutkimuksessa ei ole tehty käsitteellisen tiukkaa rajanvetoa siitä, mitä on muotoilun tuottaminen tai sen kuluttaminen. Aikaisemmissa muotoilun ja kuluttamisen tutkimuksissa on jo ollut osoitettavissa, miten monet tuotteiden loppukäyttäjät ja kuluttajat toimivat puoliammattilaisina erinäisillä osaamisalueilla, jota he toteuttavat harrastuk-

senaan (Kotro, 2005; Leadbeater & Miller, 2004). Esimerkiksi ohjelmistointensiivisessä teollisuudessa on ollut jo parin vuosikymmenen ajan vallalla toimintamalli, jossa käyttäjät otetaan mukaan avoimen innovaatiotoiminnan talkoisiin ja osallistetaan tuottamaan uutta osaamista lähes suoraan toimeksiantajan tarpeisiin (von Hippel, 2005, 11-12).

Erilaiset inhimilliset keskusteluaiheet ja ongelmat ovat usein kiinteästi sidoksissa moninaisiin arvoihin ja arvoryppäisiin, jolloin niitä on vaikea nähdä ratkaistavan yksittäisten tuotteiden avulla. Käyttäjälähtöisen muotoilun peruserätyksistä omaksi muotoilun alakseen kehittynyt palvelumuotoilu onkin kasvattanut suosiotaan. Se ei tarjoa ratkaisuksi pelkästään materiaalisia ratkaisuja ja teollisia tuotteita. Muotoilulle luonteva ratkaisukeskeinen lähtökohta luottaa toiminnallisiin uudelleen järjestelyihin ja perinteisten toimintatapojen tarkasteluun inhimillisistä näkökulmista (Miettinen & Valtonen, 2012b).

Miller (1987) ja Appadurai (1986) sekä suomalaisista materiaalista kulttuuria tarkastelevista sosiologeista Lehtonen näkevät esineet elämisen taustana, jolloin päähuomio on toisissa ihmisissä, heidän tekemisissään ja tekemisen päämäärissä (Lehtonen, 2008, 94). Miller (1987, 115) kuluttamisen kulttuurin tutkijana kyseenalaistaa ”kankeiden” materiaalien elementtien kyvyn esittää ideologisia erotteluita sellaisenaan, ilman ihmisen tuottamaa kielellistä tarkennusta tai selontekoa kyseisestä elementistä (Lehtonen 2008, 97). Esineiden ja niiden käytön merkitysten taustalta puuttuva kielellinen selonteko onkin yleisesti se sosiaali- ja yhteiskuntatieteiden taholta esitetty kysymys, johon myös muotoilun tutkimuksen oletetaan vastaavan. Materiaalisen kulttuurin tutkijat eivät ajattele esineellä olevan perusolemusta sinällään (*essence, Wesen an sich*). Millerin mukaan tämä on materiaalisen kulttuurin käytännöllisyyteen liittyvä dilemma: ”[E]riperäisistä aineksista yhdistyneiden materiaalien elementtien varaan rakentuvasta yhdessä olemisen tavoista on mahdotonta luoda kattavaa teoriaa” (Lehtonen, 2008, 94-97; Miller, 1998, 6). Muotoilua voidaankin Kressin (2010, 43, 141) mukaan pitää ideologisena ja poliittisena viestintänä niin kauan kunnes tuotteiden ja palvelujen loppukäyttäjät otetaan prosessiin mukaan merkitystä luovina (semioottisina) työntekijöinä.

## **Luksus**

Muotoilun kuluttamista voidaan tarkastella toisilleen vastakkaisten kuluttamisen ilmiöiden kuten luksuksen ja ekologisuuden kautta. Tässä tutkimuksessa nämä kaksi muotoilun kuluttamisen teemaa tai ilmiötä kulkevat mukana empiirisessä aineistossa (Luku 3.1 *Tutkimushankkeet taustana*).

Ekologinen kuluttaminen viittaa eettiseen kuluttamiseen ja tänä päivänä myös kiertotalouteen, kun taas luksus sen perinteisimmässä muodossaan on helpointa ymmärtää ensisijaisesti sosiaalista arvoasemaa, statusta ilmentävänä kulutustyylinä. Luksusta tuotteena voidaan määritellä sen rahallisen arvon kautta, jolloin sen valmistukseen käytetyt materiaalit

kuten jalometallit, timantit ja silkki sekä työ kuten uniikki taidekäsitö ovat taloudellisen vaihdon mittareilla mitattuna arvokkaita (Appadurai, 1986; Dubois, Laurent & Czellar, 2001; Dubois, Czellar & Laurent, 2005, 121; Nyrhinen, Wilska & Leppälä, 2011, 36). Myös taideteokset ovat kategorisoitavissa luksustuotteiksi, kun ne ovat yksityisomistuksessa. Luksukseen liitetty kimallus ja hohto ovat myös jäljiteltäviä tuoteominaisuuksia, minkä seurauksena luksuksessa voi olla enemmän *Sheimia* kuin *Seimia*, hohtoa ja kimallusta kuin sisältöä.

Nyky-yhteiskunnassa klassisen luksuksen määritelmän mukaisia tuotteita ja palveluja on moninaisilla tasoilla eri tuote- ja palveluryhmissä. Arvostettuja tuote- ja palveluominaisuuksia ovat edelleenkin erinomainen laatu, harvinaisuus ja esteettisyys. Tärkeää on myös mahdollisuus nauttia tuotteesta tai palvelusta moniaistisesti. Kokemuksellisuus on korostunut tuotteiden ja palvelujen kuluttamisen arvona. Erityisesti niin sanotussa uudessa luksuskäsityksessä tai demokraattisessa käsityksessä luksuksesta korostuvat sen hedonistinen merkitys sekä ylellisten tuotteiden ja palvelujen kuluttaminen yhä laajemmin kaikkien kuluttajaryhmien keskuudessa. (Dubois et al., 2005, 124; Koskennurmi-Sivonen & Uotila, 2006, 210; Wilska, 2002.)

Klassinen vanha luksus ilmentää olemassaoloaan suhteessa taloudellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen pääoman jakautumisena ylempien ja alempien yhteiskuntaluokkien kesken. Tämä on myös luokkasosiologian klassikon, Bourdieun (1984) modernia yhteiskuntaa käsittelevä käytännön teoreettinen näkökulma sosiaaliseen erottautumiseen maun kehittymisen kautta. Teoksessaan *Distinction: a social critique of the judgement of taste* Bourdieu Heiskalan (2000, 184-185) mukaan antaa ymmärtää yhteiskunnallisen ja kulttuurisen olemisen (kapeasti) kauppasotana ja kamppailuna sosiaalisista, kulttuurisista ja taloudellisista pääomista. Bourdieu (1984, 466) itse määrittelee maun eräänlaisena ”sosiaalisen orientaation tyyppinä, tajuna (engl. sense) omasta paikasta.” Bourdieun tutkimus tarkastelee ranskalaista yhteiskuntaa. Tutkimuksen tulokset ranskalaisen yhteiskunnan makukäytännöistä sosiaalisen erottautumisen välineinä eivät sellaisenaan ole yhteneväiset suomalaisen yhteiskunnan ja erityisesti pohjoisen kuluttamisen kontekstin kanssa. Teoria mausta sosiaalisina käytäntöinä sinällään on toimiva, mutta pohjoisen kuluttamisen käytännöt ovat toisenlaisia kuin ranskalaisessa mallissa.

Suomalaisessa agraariyhteiskunnassa ei ole Ranskan tavoin ollut perinteitä konventiionaalisen vanhan luksuksen omistamiseen ja käyttöön. Suomessa ei ole ollut kuninkaallista perhettä, jonka elämää seuraamalla ylellisen elämän käytännöt olisivat voineet tulla tutuksi koko kansalle. Suomessa ei ole totuttu puhumaan ylellisyystuotteista samalla tavalla kuten esimerkiksi Ranskassa. Suomalaiset ovat kuvailleet ylellisyydeksi asioita, jotka liittyvät primitiivisessä merkityksessä selviytymisessä tarvittaviin välineisiin ja varusteisiin kuten puukkoihin ja kirveisiin. (Koskennurmi-Sivonen & Uotila, 2006, 221-222.) Klassisen, kalliina ja tavoittamattomalta pidetyn luksuksen sijaan luksuksen konkreettisimpana ilmenemismuotona suomalaisessa kontekstissa on näyttäytynyt suomalainen muotoilu, *design*, joka jollain tavalla henkii myös kulttuurille tyyppillistä tavanomaisuutta. Klassinen

luksus ei ole suomalaisille luonnollinen osa omaa arkea tai juhlaa. Sen sijaan ylellisiä ”suomalaisia” kokemuksia ja nautinnollisia elämyksiä kuten kesäisiä iltoja rantasaunalla perheen ja ystävien kanssa suomalaiset ovat tottuneet arvostamaan ylellisinä hetkinä (Falin, 2005; Ryttilahti, Falin, Uotila & Aula, 2007; Ryttilahti, 2008).

## Ekologisuus

Ekologisella lähestymistavalla tarkoitetaan tiedollista asennetta tarkastella ihmisen-ympäristösystemin elementtien välisiä suhteita, säännönmukaisuuksia ja periaatteita vuorovaikutuksen kannalta. Näiden vuorovaikutussuhteiden tuloksena rakentuu toimintajärjestelmiä, joita kutsutaan myös ekosysteemeiksi. Ekologisella suunnittelulla tarkoitetaan teknologian asettamista ihmisen-ympäristösystemin kokonaisuuteen, jolloin suunnittelun kohteena ovat sekä tekniikka että käyttäjät molemmat laajasti ymmärrettyinä. Suunnittelulta edellytetään tällöin kykyä tutkia ja mallintaa yhtäaikaaisesti sekä teknologiaa että käyttäjiä. (Kaasinen & Norros, 2007, 13.) Teknologia tulee tässä yhteydessä ymmärtää laajasti niin, että sillä voidaan tarkoittaa kaikkea tekniikkaa yksinkertaisista tekniikoista digitaalisiin mallinnuksiin. Määrittely tukeutuu McLuhanin (1964, 28) julkaisemaan, muotoilun kentällä paljon siteerattuun käsitykseen, jonka mukaan teknologia eri muodoissaan on ihmisen jäsenten jatke. Näin toimiessaan erilaiset teknologiat määrittelevät tavan, jolla ihminen esineellisesti kietoutuu ympäristöönsä. (Norros, Kuutti, Rämä & Alakärppä, 2007, 66.)

Ekologisuus on yksi osa-alue kestävästä kehityksestä. Kestävä kehitys on yleisesti käytetty käsite akateemisissa, yhteiskunnallisissa ja poliittisissa keskusteluissa. (Rohweder, 2008, 24.) Suomen ympäristöministeriö on julkaissut Malaskan (1994) johtaman kestävä kehityksen toimikunnan tuottaman määritelmän, jonka mukaan kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta. Sen päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Määritelmä noudattaa Yhdistyneitten Kansakuntien (YK) Ympäristö- ja kehitysohjelman mukaista kansainvälistä määritelmää. Malaskan muistiossa kestävä kehitys suppeasti määriteltynä tarkoittaa ekologisesti kestävästä kehityksestä. Laajasti määriteltynä kestävä kehitys puolestaan sisältää kolme toiminnallista ulottuvuutta: ympäristötaloudellisen eli ekogisen, yhteiskunnallisen ja kulttuurisen ulottuvuuden. Ekologisesti kestävä kehityksen perusehtoina ovat luonnon monimuotoisuuden säilyttäminen sekä ihmisen taloudellisen ja kaiken aineellisen toiminnan sopeuttaminen maapallon luonnonvaroihin ja luonnon sietokykyyn. Yhteiskunnallisesti oikeudenmukainen kehitys turvaa ihmisille yhdenvertaiset mahdollisuudet oman hyvinvointinsa luomiseen, perusoikeuksien toteutumiseen ja elämän perusedellytysten hankkimiseen. Lisäksi oikeudenmukaista kehitystä on mahdollisuus tasa-arvoiseen osallistumiseen ja vastuunottoon päätöksenteossa omassa

maassa ja maailmanyhteisössä. Ihmisen henkisesti uudistuva kehitys eli kulttuurinen kestävä kehitys mahdollistaa vapaan henkisen toiminnan, eettisen kasvun sekä kulttuurien moninaisuuden säilymisen ja kehittymisen sukupolvesta toiseen. (Malaska, 1994.)

Malaskan muistiossa ei ole erillistä määritelmää taloudellisesta kestävydestä, vaikka se mainitaan useimmissa kestävä kehityksen määritelmässä. Kestävä kehityksen tulkinnat ovat edelleenkin pitkälti riippuvaisia siitä, millaiseen vuorovaikutus- ja riippuvuus-suhteeseen luonto, yhteiskunta ja talous asemoidaan toisiinsa nähden. Taloudellinen tehokkuusajattelu, ympäristön nykyinen ja tavoitteellinen tila sekä ihmisten vastuullisuus ja moraali ovat vaikeita kysymyksiä määriteltäväksi yksiselitteisesti. Ekologinen jalanjälki tai hiilijalanjälki on toiminut yhtenä mittarina tulkittaessa kestävä kehityksen suuntaa ja tavoitteita. Tämä luonnon kantokykyyn liittyvä mittaamisen ja arvioinnin tarve perustuu kestävä kehityksen antroposentriseen lähestymistapaan. Kärjistetyimmässä muodossaan sen mukaan luonnolla on ihmiselle ensisijaisesti välineellistä, instrumentaalista arvoa, jolloin ihmisten velvollisuutena on suojella luontoa vain itseään varten. Lähestymistapa tukee oikeutusta taloudellisen toiminnan kehittämiseen luonnonvarojen hyödyntämisen avulla. Tällä vastakkainen näkökulma on ekosentrinen näkökulma. Ekosentrinen ajattelu on eettisesti voimakkaasti latautunutta. Siinä kyseenalaistetaan ihmisen yliverisuus luonnonympäristön ja muiden eliölajien hallintaan. Ekosentrisen ja antroposentrisen ajattelutapojen äärimuodot ovat tuottaneet tulokseksi myös sovittelevia kantoja kestävään kehitykseen. Esimerkiksi luonnonympäristöjen esteettisten ja henkisten arvojen merkitys motivoi myös suojelemaan sellaista materiaalista varantoa, jolla on taipumusta tuottaa immateriaalista hyötyä kuten mielihyvää. (Rohweder, 2008, 24-25.)

### 2.3 Muotoilun sosiaalinen näkökulma

Luonnehdin johdannossa muotoilua luovaksi inhimilliseksi prosessiksi, jossa muotoilijan tehtävänä on toimia ohjaajana erilaisissa kehittämistarkoituksiin tähtäävissä sosiaalisissa prosesseissa kuten innovaatioprosesseissa (Kälviäinen, 2014, 29). Lähtökohtaisesti näkökulmien välillä on eroja suhteessa siihen, tarkastellaanko muotoilua ensisijaisesti yksilöllisenä ja siten pitkälti myös kognitiivisena prosessina vaiko sosiaalisena, jaetun ymmärryksen ja käytänteiden mukaan kehittyvänä prosessina (Reckwitz, 2002; Tuomela, 2002). Margolinin (1998, 164) mukaan muotoilun tutkimus voidaan käsittää alueeksi, joka tutkii muotoilua kulttuurina ja sen osana. Kulttuuriteoreettisesta näkökulmasta muotoilu on siis nähtävissä ensisijaisesti sosiaalisena ilmiönä kuten käytäntöinä. Tämä ei ole ollut itsestään selvä lähtökohta muotoilun tutkimuksen valtavirrassa, jossa muotoilun luovaa prosessia on totuttu tarkastelemaan pitkälti yksilöllisenä kognitiivisena tai mentaalisenä prosessina (Anttila, 2005, 568; Falin, 2011, 28-30).

Kressin (2010) mukaan nykyinen muotoilun tutkimuksen kenttä antaa hyvin vähän

välineitä muotoilun kuluttamisen sosiaalisen ulottuvuuden ja syvyyden selvittämiseen (vrt. Battarbee, 2004; Mattelmäki et al., 2014). Muotoilun tutkimus pyrkii rakentamaan sosiaalista vuorovaikutusta tyypillisesti muotoilullisin ratkaisuin kuten kehittämällä digitaalisen alustoja, joihin käyttäjät kutsutaan mukaan osallistumaan (vrt. Ludvigsen, 2005). Kehittämisen suunta on muotoilusta kohti sosiaalista oletuksella, että esimerkiksi houkuttelevien ja innovatiivisten kokoontumisen tilojen järjestäminen tuottaisi pysyvämpää ja jaettua sosiaalisuutta. Muotoilun ratkaisuihin sitoutuminen on kuitenkin jossain määrin huomioitu ongelmaksi esimerkiksi julkisten palvelujen muotoilussa (Rytilahti, Miettinen & Vuontisjärvi, 2015, 93).

Sosiaalista muotoilua on Koskisen ja Hush'n (2016, 65) mukaan tehty muotoilun kentällä jo puolen vuosisadan ajan, jolloin sillä muotoilun ideologian mukaisesti on tarkoitettu ensisijaisesti sosiaalisen *muutoksen* muotoilua. Sosiaalinen muotoilu (engl. social design) on uudempi, mutta alkuperältään kyseenalaisempi termi, jonka suosio kasvoi massiivisesti vuoden 2008 talouskriisin jälkeen. Sosiaalinen muotoilu liitetäänkin usein yhteiskunnalliseen yritteliäisyyteen, sosiaaliin liikkeisiin, sosiaaliin innovaatioihin ja muotoiluaktivismiin. Näiden lisäksi muotoilijat ovat sitemmin päätyneet tekemisiin sosiaalisten prosessien kanssa myös lukuisilla muilla aloilla kuten vuorovaikutussuunnittelussa, yhteisösuunnittelussa, julkisella sektorilla, sosiaalisissa innovaatioissa ja palvelumuotoilussa. (Koskinen & Hush, 2016, 65.) Perinteisten muotoilun ammattien vähentyessä yhä useampi muotoilija on päätenyt työskentelemään niin sanotun immateriaalisen muotoilun kuten sosiaalisen muotoilun parissa (Koskinen & Hush, 2016, 68).

Koskinen ja Hush (2016, 70) ovat edelleen tutkineet sosiaalisen muotoilun uusimpia suuntauksia. He jaottelevat ensimmäisen Papanekista (1984) lähteneen vanhimman idealistisen, ideologisen ja poliittisen sosiaalisen muutoksen muotoilun jälkeiset suuntauksat kahteen, molekulaariseen ja sosiologiseen sosiaaliseen muotoiluun. Molekulaarinen sosiaalinen muotoilu on kaikessa nöyryydessään ja realismisuudessaan vastakohta papanekilaiselle ideologiselle ja utopistiselle suuntaukselle. Muutoksen etenemismuhtiin vaikuttaminen muotoilun keinoin on näkökulman mukaan aina suhteessa sosiaaliin ja rakenteellisiin tekijöihin kuten sosiaaliseen hyväksyttävyyteen (vrt. Alakärppä, 2014). Kolmas, sosiologisten teorioiden informoima sosiaalisen muotoilun suuntaus antaa muotoilijoille näkemystä niistä sosiaalisista rakenteista, jotka tuottavat ja ylläpitävät muutoksen kohteina olevia sosiaalisia tilanteita. Tässä näkökulmassa muotoilua rakennetaan sosiaalisen tiedon päälle, ei päinvastoin. Muutosta hakeva muotoilu orientoituu helposti epätodellisiin, ideologisiin ja utopistisiin tulevaisuussuuntauksiin skenaarioihin. Sosiologisen sosiaalisen muotoilun etuna tähän näkökulmaan verrattuna on, että sillä tuotetut ratkaisut toimivat sekä paikallisesti että yhteiskunnallisella tasolla. Sosiaalinen muotoilu voi tällöin paremmin toimia myös konkreettisenä työvälineenä esimerkiksi suurissa julkisen sektorin rakenteellisissa muutoksissa. (Koskinen & Hush, 2016, 70.)

Kinnunen (2017, 27) on sosiologian väitöskirjassaan *Tavarat tiellä* tutkinut



tavarapaljoutta. Kinnunen on tarkastellut materiaalista tuotteiden maailmaa kulttuurintutkimuksen näkökulmasta ja todennut miten ”irrallaan sotkuisesta empiriasta ja teoreettista” materiaalisuus sosiologiassa edelleen on. Yhteiskuntatieteiden ja esimerkiksi kulttuurintutkimuksen tavoite tarkastella sosiaalista mentaalisenä, vuorovaikutuksellisenä, diskursiivisena tai sosiaalisena käytäntönä asettaa materiaalisuuden ja tuotteet osaksi sosiaalista elämää (Reckwitz, 2002). Käytännössä tämä tarkoittaa muotoilun tutkimuksen näkökulmasta sitä, että tuotteella ja sen käyttäjällä ei ole merkityksellistä yhteyttä ilman sosiaalisen välittävää vaikutusta. Muotoilun näkökulmasta tuotteen tai palvelun ja sen käyttäjän välinen suhde säilytetään hyvin pragmaattisella tasolla, lähellä tuotteen ergonomisia ominaisuuksia tai kulutuksellisia käyttötapoja (Uotila, 2003). Sosiaaliset arvon muodostuksen näkökulmat kuten maku, yhteisölliset tyyli ja statuskuluttaminen kuitenkin jäävät helposti muotoilun käytettävyyksinäkökulmassa pitäytyvän tutkimuksen ulkopuolelle.

Käytäntöteoreettinen viitekehys on luonteva vaihtoehto lisätä ymmärrystä muotoilun kuluttamisen arvon muodostuksen sosiaalisesta ulottuvuudesta. Käytäntö on paljon enemmän kuin joukko toimintoja mukaan lukien siihen liittyvä välineellisyys, eettiset päätökset, maku ja arviointi. Maku on käsitys siitä, mikä esteettisesti sopii käytännön harjoittajien yhteisölle eli sille tavalle, jolla asioita tehdään yhdessä. Maku perustuu läheiseen suhteeseen käytännön kohdetta kohtaan ja se opitaan ja sitä opetetaan osana käytännön harjoittajaksi tulemissa. (Gherardi & Strati, 2012, 158.)

Muotoilun käyttämisen ja kuluttamisen käytäntöjä ylläpidetään, opitaan ja alituisesti jalostetaan sosiaalisissa käytännöissä, jotka usein ovat kuitenkin myös ruumiillisesti koettuja käytäntöjä (Gherardi & Strati, 2012; Kilpinen, 2012; Lizardo, 2012). Bourdieu on käytäntöteoreetikko, jonka tuotannon yksi keskeisistä käsitteistä on habitus. Roosin (2006, 93) mukaan Bourdieu tarkoittaa habituksella ”vain ja ainoastaan sosiaalisen ruumiillistumista”. Bourdieu on muistuttanut tutkijoita muun muassa siitä, miten tilastolliset kategoriatkin ovat lopulta vain sosiaalisia konstruktioita (Roos, 2006). Käytännöt tulevat esille ja ihmisten keskenään havaittaviksi sosiaalisissa tilanteissa joko tietoisesti tai tiedostamatta. Toistuessaan niillä on taipumus muodostua rutiineiksi ja kehittyä sosiaalisen tiloissa vähitellen sosiaalisiksi normeiksi tai instituutioiksi (Wenger, 1998).

Tutkimuksen kohteena muotoilun sosiaalisuus tai muotoilun sosiaalinen ulottuvuus on kaikessa kiinnostavuudessaan haasteellista muotoilun tutkimuksen näkökulmasta. Adami ja Kress (2010, 195) näkevät teknologiat kulttuurisena resurssina, jotka joko hyväksytään ja otetaan vastaan tai sitten ei. Sosiaalisen ensisijaisuudesta heidän mukaansa on osoituksena jatkuva kiinnostus sosiaalisiin olosuhteisiin. Uusien teknologisten välineiden ja palvelujen mahdollistamat ”tarjoumat” ovat käytettävissä ainoastaan, mikäli sosiaalisten olosuhteet mahdollistavat niiden käyttämisen. (Adami & Kress 2010, 184) Älypuhelimet ovat tässä suhteessa mielenkiintoinen muotoilun tutkimuksen kohde sosiaalisuudesta, vaikka omassa tutkimuksessani en keskitykään tarkastelemaan muotoilussa olevaa sosiaalista tarjoumien näkökulmasta (ks. Kuutti, 2005; Ryttilahti et al., 2016).



Sosiaalititeen ajatuksena on, että sosiaalinen on ensisijaista yksilölliseen nähden ja yksilöllisyys kehittyy sosiaalisesti kehittyneen ihmisen ”päälle” kulloistenkin sosiaalisten kehittymisen ehtojen mukaisesti. Sosiaalisemiotiikka esimerkiksi tutkii sitä, millä tavoin inhimillinen sosiaalinen elämä kykenee muuttumaan vahvassa teknologisessa kehityksessä. Nyky-aikana älypuhelimet esimerkiksi ovat mukana kaikessa elämässämme. Puhelin ei ole enää pelkästään soittamista varten kuten 10-15 vuotta sitten. (Adami & Kress, 2010.)

Tässä tutkimuksessa muotoilun sosiaalinen näkökulma on keskeisessä osassa tarkastelua, vaikka sen tarkastelemiseksi ei ole etukäteen valittu mitään yhteiskuntatieteen, sosiaalititeen tai kulttuurintutkimuksen näkökulmaa. Muotoilun sosiaalisen etsimiseksi olen valinnut Grounded Theory -menetelmän, jonka tehtävänä on tuoda empiirisestä aineistosta esille keskeisimmän sitä kuvaava sosiaalisen käyttäytymisen malli (Holton & Walsh, 2017, 10).

## 2.4 Muotoilun tieteenalakohtaiset kehukset

Muotoilun kuluttaminen empiirisenä ilmiönä käsittää erinäisiä tieteenalakohtaisia kehysiä kuten kulutustutkimuksen, kulttuurintutkimuksen (erityisesti sen käytäntöteoreettisen suuntauksen) sekä käyttäjakeskeisen tai empaattisen muotoilun tutkimuksen. Muotoilu tieteenalana on esitieteellinen ja monitasoinen, joten tutkimukseni paikantumiseen muotoilun tutkimuksen kentällä palaan yksityiskohtaisemmin luvussa 4. *Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimuskysymykset*. Tässä luvussa paikannan muotoilun kuluttamisen tutkimusta suhteessa yhteiskuntatieteelliseen tutkimukseen, johon kulutustutkimus on perinteisesti asemoitunut. Muotoilun kuluttamisen tutkimusta voidaan tarkastella kulutustutkimuksena, jonka tavoitteena on tuottaa tietoa siitä mitä ja miten ihmiset kuluttavat. *Kulutustutkimus. nyt* -lehden pääkirjoituksessa Kylkilähti, Sihvonon ja Uusitalo (2019, 4) määrittelevät kulutustutkimuksen kohteeksi kirjon erilaisia kulutuksen ilmiöitä ja kuluttajaksi yksilön, joka on myös osa yhteisöjään.

”Kulutustutkimuksessa on kyse kuluttajan hyvinvoinnista, kotitalouksien kestävästä käytännöistä, muuttuvista perheistä, arjesta ja vapaa-ajasta” (Kylkilähti et al., 2019).

Muotoilun *tutkimuksen* asemaa tieteen kentällä on pohdittu muotoilun asiantuntijoiden ja tieteentekijöiden käymissä keskusteluissa jo yli puoli vuosisataa. Findelin (1998, 63-64) mukaan muotoilun tieteenfilosofinen perusta on kenties enemmän visuaalisen havaitsemisen psykologiassa, merkkien yleisessä teoriassa tai muotoilun semiotiikassa ja estetiikassa kuin 2000-luvun taitteessa hallitsevaksi muotoutuneen projektilähtöisen muotoilun tutkimuksen paradigmassa, jonka sosiaalisimmat sovellukset korostavat toimintatutkimuk-

sellisia sosiaalisia interventioita (ks. Ryttilahti et al., 2015). Karihalmeen mukaan (1996, 319) semantiikka ja estetiikka kuitenkin ovat olleet ne teoreettiset lähtökohdat, joista muotoilun oma teoriakieli on lähtenyt muotoutumaan. Muotoilun tutkimuksen kentällä projektilähtöisestä muotoilun tutkimuksesta käytetään nimityksiä kehittämistutkimus, suunnitteluperustainen tutkimus tai konstrukttiivinen tutkimus (Lahti & Seitamaa-Hakkarainen, 2014), joihin sosiaalisen näkökulma voi olla liitettyä mukaan esimerkiksi tapaustutkimuksesta lainatun sosiologian etnografisen tai antropologisen tutkimuksen metodiikan hyödyntämisen kautta (ks. Kasanen, Lukka & Siitonen, 2006; Miettinen, 2007; Otto & Smith, 2013). Yhteistä muotoilualan suunnitteluperustaisille tutkimuksille on toiminnan ja teorian yhdistävä käytännönläheinen ja iteratiivinen lähestymistapa, joka hyvin usein liittyy läheisesti käyttäjälähtöiseen ja empaattiseen tuotesuunnitteluun (Koskinen, Mattelmäki & Battarbee, 2003; Koskinen, Zimmerman, Binder, Redström & Wensveen, 2011).

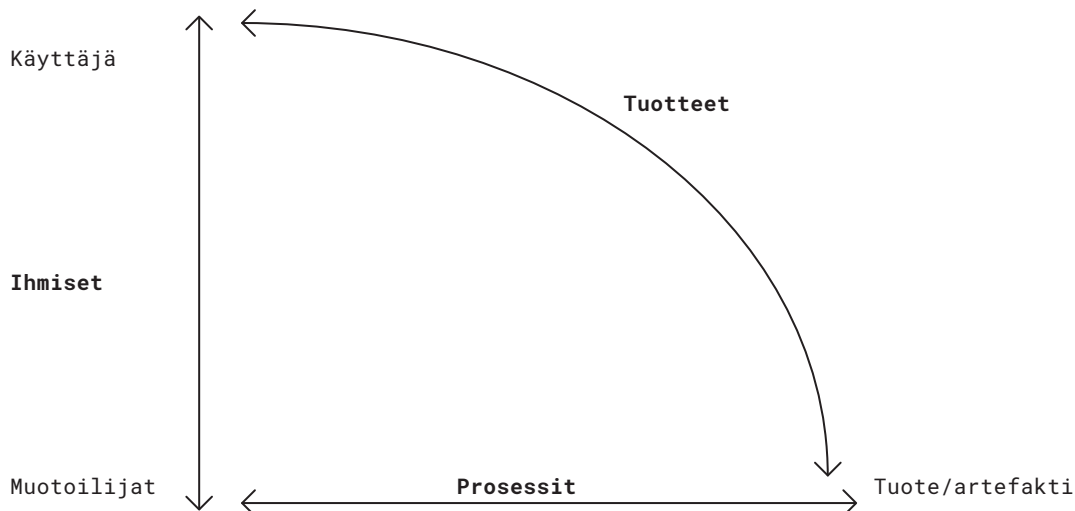
Muotoilun tutkimus on yhteiskuntatieteellisestä ja erityisesti sosiologisesta näkökulmasta katsottuna kaiken kaikkiaan hyvin tuotelähtöistä (Lehtonen, 2008; Miller, 1987), esteettistä tiedettä tai tuotesemantiikkaa (Uotila, 1992; Vihma, 2010), jossa tutkimus muotoilua varten (Cross, 2006) usein kiteytyy tavoitteeksi tuottaa tietoa tuotteen suunnitteluun ja valmistamiseen käytettävissä olevasta taidosta tuottaa ”esineelle aito merkitys” (Karihalme, 1996, 216-217, 319). Muotoilun tutkimuksen kenttä voidaan Uotilan (2003) mukaan jäsentää kolmikannaksi tuotteen, käyttäjän (käytön) ja muotoilijan (muotoilun) välisinä suhteina. Käyttäjän ja muotoilijan välisen suhteen tutkimusta on muotoilussa tutkimuksessa tarkasteltu semanttisesti esimerkiksi tuotemerkityksiin liittyvänä tulkintana käyttäjän kokemuksesta tuotteen kanssa, toisin sanoen tuotteeseen sisällytettyjen merkitysten vastaanottamisena (Uotila, 2003, 21-22). Tuotteen tai palvelun ja käyttäjän välinen suhde tuossa mallissa on hyvin pragmaattinen, lähinnä tuotteen ergonomiseen käyttöön kohdistuvaa, kun taas semanttinen suhde nähdään ensisijaisesti muotoilijan ja käyttäjän välillä (Uotila, 2003, 21-22).

Tuotteen ja suunnittelijan välinen suhde on syntaksinen, suunnitteluprosessiin keskittyvä. Prosessikeskeinen muotoilun tutkimus tarkastelee näin ollen muotoilua luovana, taiteellisena ja esteettisenä prosessina, jonka lopputuloksena tuotteiden käyttäjän oletetaan samaistuvan suunnittelijan tässä prosessissaan tuottamaan kokemukseen. Lähtökohdiana on ajatus siitä, että muotoilija elää saman kulttuurin ehdoilla kuin käyttäjäkin, mutta muotoilijan oletetaan olevan paremmin kykenevä merkityksellistämään molemmille yhteiset kokemukset ja välittämään nämä merkitykset funktionaalisina toimintoina sekä esteettisinä muotoina ja tuotteina, ”muotoilija-ajatteluna” tavallisille ihmisille. (Ahoniemi, 2003, 84; Uotila, 1994) Muotoilun tutkimuksen näkökulmasta tutkimuksen kohteena voi kerrallaan olla vain jokin näistä kolmesta suhteesta, jolloin lähtökohtaisesti oletuksena on, että esimerkiksi muotoilu-ajattelua ei voida paikantaa vain tuotteen ja käyttäjän välille tai edes käyttäjän ja muotoilijan väliseen toimintaan.

Muotoilun tutkija Cross (2011, 1) on teoksessaan *Design Thinking* todennut yksiselitteisesti oman tutkimuksellisen kiinnostuksensa kohdistuneen aina jokseenkin mystifioidun asian ymmärtämiseen ja artikuloimiseen, nimittäin sen tutkimukseen, miten muotoilijat ajattelevat. Tässä kysymyksessä piilevät myös vastaukset siihen, mitä on muotoilu muotoilijoiden ajattelemana. Cross'n mukaan muotoilijoilla on erityisiä kognitiivisia ja luovia kykyjä, jotka jalostuvat koulutuksessa ja ammattitaidon harjoittamisen myötä. Muotoilijat erikoistuvat tämän luontumuksen harjoittamiseen, ja ovat siten pitkälti koulutuksensa ja ammatinharjoittamisen myötä kyvykkäitä jalostuneeseen muotoilulliseen luovaan ja kognitiiviseen ongelmanratkaisuun. Tämä taipumus on kuitenkin perustavalla tasolla luontainen ja sisäsyntyinen kaikelle inhimilliselle kognitiolle. Tätä inhimillisen muotoilijuuden erityistaipumusta Cross nimittää muotoilun kaltaiseksi tietämiseksi (engl. designerly ways of knowing). (Cross, 2006, 126; Cross, 2011, 3).

Cross'n (2006, 124) mukaan muotoilutieto tai -tietämys (engl. design knowledge) löytyy kolmesta lähteestä: ihmisistä, prosesseista ja tuotteista. Ensisijaisena muotoilun tutkimuksen kohteena on Cross'n mukaan tämän inhimillisen taidon [luontumuksen, taipumuksen tai *habitin* (vrt. Kilpinen, 2012)] tutkiminen, toisin sanoen se, miten ihmiset muotoilevat. Cross suositteleeikin lisäämään sellaista empiiristä muotoilukäyttämisen tutkimusta, joka sisältää teoreettista pohdintaa ja reflektointia muotoilutaidon luonteesta. Muotoilun tutkimuksen toinen kohde on Cross'n (2006, 125) mukaan prosessi, joka kattaa muotoilun taktiikat ja strategiat. Muotoilun tutkimuksen pääkohde on muotoilun metodologioiden ja muotoiluprosessien tutkimuksessa sekä sellaisten tekniikoiden kehittämisessä ja soveltamisessa, jotka auttavat muotoilua ja muotoilijaa. Osa tähän liittyvästä tutkimuksesta käsittelee esimerkiksi mallintamista muotoilun tarkoituksiin. (Cross, 2006, 126).

Cross'n (2006, 101, 125-126) jäsenitys muotoilun tutkimuksen kohteista on kolmijakoinen kuten Uotilalla (2003) (Kuvio 1.). Cross'n ensimmäinen tutkimuksen osa-alue on epistemologinen, muotoilullisen tietämisen tutkimuksen alue. Toisena muotoilun tutkimuksen kohteena tai tietämisen alueena hän nimeää muotoilun prakseologisen, inhimillisten muotoilun käytäntöjen ja prosessien tutkimuksen alueen. Kolmantena on muotoilun fenomenologinen tai semanttinen (Uotila, 2003; Vihma, 1998), tuotteiden muodon, materiaalien, viimeistelyjen muotoilun ominaispiirteiden ja konfiguraation (asetelman ja kokoonpanon) konkretisoitumisen tutkimusalue. Cross'n mukaan kaikilla ihmisillä on kykyä tai luontumuksia (*habit*) jonkinlaiseen muotoilulliseen tietämiseen, jolloin paikannan muotoilun tietämisen alueen osittain myös muotoilun prakseologiseen, käyttäjäsuuntautuneeseen tutkimusalueeseen sen inhimillisten muotoilun käytäntöjen ja prosessien tarkastelun kautta.



**Kuvio 1. Muotoilun tutkimuskohteiden jäsennyskehikko (mukaillen Cross, 2006; Uotila 2003).**

Cross'n kolmijaossa on dilemma tämän erottaessa *muotoilun* tietämisen ja prakseologiset muotoilun käytännöt toisistaan erillisiksi tutkimusalueiksi. Nykyisten ruumiillisuutta korostavien käytäntöteoreettisten, ruumiinfilosofisten ja uuden aallon kognitiivisten teorioiden valossa muotoilun tietäminen ja käytännöt eivät ole kovin yksiselitteisesti jaoteltavissa mieleen (aivoihin) ja muuhun ruumiilliseen toimintaan (Damasio, 2011; Lakoff & Johnson, 1999; Lizardo, 2012; Noë, 2004). Vähintäänkin ne tukevat toisiaan. Muotoiluajattelu ei ole niinkään ajattelua kuin toimintaa (Kälviäinen, 2014).

Muotoilun fenomenologinen tai semanttinen (Cross'n fenomenologinen) tutkimusalue liittyy tuotteiden muodon, materiaalien, viimeisteltyjen muotoilun ominaispiirteiden ja konfiguraation (asetelman ja kokoonpanon) konkretisoitumisen tutkimukseen. Uotila (2003) liittää tähän alueeseen myös käyttäjän arvomaailman suunnittelun lähtökohtana. Tuotteet ja artefaktit muotoiluun elimellisesti liittyvänä muotoilun lopputuotteena ovat tutkimuskohteen selkeärajaista määrittelyä hankaloittava tekijä. Tuotteiden asemointi osaksi tutkimuksen kohdetta tekee tutkimuksesta ”erityisten” ja yksittäisten kohteiden tutkimusta. Mikäli tutkimus ei selkeästi kohdistu muotoilun fenomenologiselle tai semanttiselle alueelle, on tutkimus usein luonteeltaan empiirinen tai muotoilullinen tapaustutkimus (engl. research through design). Tällöin se on konkreettisten ja nimettävissä olevien tuote-, palvelu- tai tapausesimerkkiensä kautta paikannettavissa muotoiluun.

### 3 KOHTI EMPIIRISTÄ TUTKIMUSTA

Tuotantomuotoilusta uutta, nousevaa pohjoista teoriaa, joka selittää muotoilun kuluttamisen logiikkaa muotoiluajattelun kaltaisena lähestymistapana arkiseen toimintaan. Muotoiluajattelu on yksi ilmiö, josta on nähtävillä muotoilun tuotannon ja kuluttamisen välisen eron hälventyminen. Lisäksi se on ollut merkittävässä roolissa tuomassa muotoilua osaksi tavallisten ihmisten arkea.

Kuluttamisen päivänpolttavina ja globaaleina ilmiöinä ekologisuus ja kestävä kehitys tulivat myös osaksi tämän tutkimuksen empiiristä aineistoa. Suomalaisella ”vaatimattomalla” ylellisyuskäsityksellä ja positiivisella asennoitumisella suomalaisiin luonnonmateriaaleihin ja -väreihin, minimalismiin ja puhtaaseen luontoon näytti olevan niin paljon yhtymäkohtia ylellisyyden käsitteellistämiseen käyttäjien keskuudessa, että luksusta ja ekologisuutta tarkastelevissa tutkimushankkeissa ryhdyimme aineiston siihen kannustamana käyttämään paikoin myös ekoluksuksen käsitettä (Ryttilähti & Narbrough, 2007; Uotila & Ryttilähti, 2008).

Tässä tutkimuksessa ekologisuuden käsitteellä tarkoitetaan Malaskan muistion mukaista laajempaa määritelmää kestävästä kehityksestä. Tutkimusaineiston kokoamisen aikaan vuosina 2007-2008 kestävä kehitys määritelmä ei ollut niin yleisesti tunnettu, että sitä olisi ollut mielekasta käyttää arkipuheessa kuten tutkimushaastatteluissa. Sen sijaan yhteisenä keskustelun aiheena oli ekologisuus, jolla viitattiin vapaamuotoisesti erinäisiin luontoa huomioiviin inhimillisen toiminnan tapoihin ja käytäntöihin.

Muotoilun tutkimuksen kohde ei jäsennyt tuotokeskeisistä lähtökohdista, vaan tarkastelun kohteena on muotoilu inhimillisenä sosiaalisena toimintana ja käyttäytymisenä. Tällöin muotoilu jäsentyi tutkimuksen kohteeksi kulttuurisena ilmiönä, jota tuotetaan sosiaalisesti. Olenkin lähtenyt rajaamaan muotoilua kulttuurisena ilmiönä suhteessa suomalaisen muotoiluun ja edelleen suomalaiseen muotoilun kuluttamiseen. Tutkimuksellisen mielenkiinnon kohteena on ensisijaisesti ollut muotoilun käyttäjien ja kuluttajien muotoilulle asettamat merkitykset. Lisäksi tutkimuksen empiirinen aineisto on koottu suomalaisilta käyttäjiltä

### 3.1 Tutkimushankkeet taustana

#### 3.1.1 Emergence of Luxury (2004–2007)

Tutkimusaineistot on koottu kahdessa Suomen Akatemian rahoittamassa tutkimushankkeessa, jotka toteutettiin vuosina 2004–2010. Hankkeista ensimmäinen nelivuotinen tutkimushanke oli nimeltään *Emergence of Luxury: Multidisciplinary Approach to Hidden Values and Pleasure Factors in New Design Products in Different Societal Communities*. Hanke sai rahoituksen Suomen Akatemian *Teollinen muotoilu* -tutkimusohjelmasta. Hankkeen tavoitteena oli analysoida designtuotteisiin kätkeytyvän hiljaisen tiedon ja suunnittelutaidon merkitystä erilaisten käyttäjien ja yhteisöjen käyttökokemuksessa. Tavoitteena hankkeessa oli tuottaa täsmennettyä tietoa suunnittelijan, tuotteen ja loppukäyttäjän välisestä vuorovaikutuksesta sekä tuotteen sosioekonomisen statuksen ja identiteetin muodostumisesta. Hanke tutki luksuksen syntymekanismeja ja siinä tuotettiin tietoa muotoilun alalla tuolloin vähän tutkitusta mutta ajankohtaisesta ilmiöstä, ylellisyydestä.

Hankkeen tavoitteena oli kasvattaa ymmärrystä sekä loppukäyttäjien että muotoilijoiden ylellisyyteen ja korkean tason designtuotteisiin liittämistä arvostuksista. Tavoitteena oli myös ymmärtää kuluttajien yhteisöllisiä valintoja ja päätöksiä suhteessa uusiin, vasta nouseviin ja tulossa oleviin tuotteisiin. (Suomen Akatemia, 2004.) Keskeistä oli myös määritellä ylellisyyden käsitettä muotoilun tutkimuksen näkökulmasta. Hankkeessa ei pitäydytty ainoastaan ylellisyyden materiaalisessa olemuksessa vaan huomioitiin ylellisyyden ilmeneminen tutkittavien kokemuksissa ja käsityksissä myös ylellisyyden erilaisissa aineettomissa muodoissa.

Hankkeeseen osallistui haastateltaviksi muotoilun tuotteiden loppukäyttäjien lisäksi muotoilijoita ja suunnittelijoita. Hankkeen teeman mukaisesti loppukäyttäjää lähdettiin kutsumaan mukaan tutkimukseen yhteisöistä ja ryhmistä, joilla oletettiin olevan henkilökohtaista kokemusta ylellisyystuotteiden käyttämisestä ja kuluttamisesta. Lisäksi hankkeen tavoitteena oli tuottaa tietoa luksuksesta edelläkävijyytenä eri muodoissaan esimerkiksi erilaisten harrastajaryhmien parissa (Reinmoeller, 2002). Näillä perusteilla tutkittavaksi käyttäjäryhmiksi valikoitiin harrastajia perinteisten ylellisenä pidettyjen ulkoilmalajien parista kuten golfista, purjehduksesta ja metsästyksestä. Hankkeeseen osallistui kaikkiaan 49 ulkoilmaharrastajaa pääkaupunkiseudulta, Kainuusta, Oulusta ja Rovaniemeltä vuosina 2004–2005.

#### 3.1.2 Sustainable Innovative Materials in High Tech Applications (2007–2010)

Toinen hanke, *Sustainable Innovative Materials in High Tech Applications – SuMac* (2007–2010) sai rahoituksensa myös Suomen Akatemiasta, tutkimusohjelmasta *Kestävä tuotanto ja tuotteet* (KETJU) (Suomen Akatemia, 2006). Tutkimushankkeen tavoitteena oli tuottaa

uutta tietoa ja vahvistaa tieteellistä osaamista tuotteiden elinkaariajattelun kehittämiseksi ja soveltamiseksi. Keskeistä oli kestävä kehityksen periaatteiden huomioon ottaminen jo suunnitteluvaiheessa. Ilmiötä lähestyttiin kolmen eri tieteenalan, materiaaliteknologian (kemian), ergonomian ja muotoilun tutkimuksen näkökulmista. Lapin yliopiston tehtävänä oli lähestyä tutkimuksen kohdetta muotoilun tutkimuksen näkökulmasta ja keskittyä konseptisuunnittelun ja prototypoinnin lisäksi strategiseen suunnitteluun ja ympäristöllisesti kestäviin brändeihin erityisesti urheilu- ja vapaa-ajan sektorilla.

Käsillä olevan väitöskirjatutkimuksen näkökulmasta ekologisen kuluttamisen ja kestävien arvojen tutkimus jatkoi *Emergence of Luxury* -hankkeessa tuotettujen tulosten syventämistä: uusi luksus oli yhä kestävämpää, ekologisempaa ja suuntautumassa tuotteiden kuluttamisesta enenevässä määrin myös palvelujen kuluttamiseen. Hankkeiden yhteistyön tuloksena syntyi ekologisuuden käsite kuvaamaan uuden ajan käsitystä ylellisyydestä ja luksuksesta suomalaisessa kontekstissa (Rytilahti & Narbrough, 2007; Uotila & Rytilahti, 2008).

Tähän kestäviä materiaaleja, tuotteita ja brändejä tutkivaan hankkeeseen osallistui yhteensä 32 lopputuotteiden käyttäjää. Käyttäjät valittiin edelleenkin ulkoilmalajien harrastajien parista, mutta nyt yhteisöllisenä, lajikohtaisena rajauksena oli ylellisyyden ja luksuksen sijaan kestävyys ja innovatiivisuus, minkä perusteella lajeiksi valikoituivat hiihtovaellus, lumilautailu, leijahiihto/ -lautailu, kiipeily, melonta ja alamäkipyöräily. Käytettävissä olevien resurssien vuoksi aineiston hankinta rajoittui yhtä kansainvälistä ryhmää lukuun ottamatta rovaniemeltä tavoitettavissa olleisiin harrastajiin.

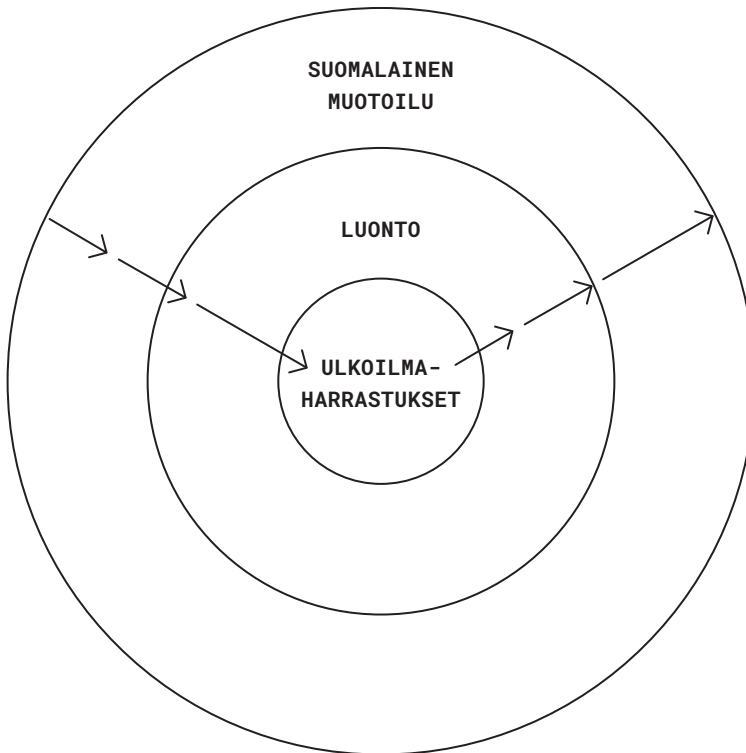
### 3.2 Empiiriset suuntaviivat

Väitöstutkimukseni paikantuu muotoilun tutkimuksen kentälle, erityisesti suomalaisen muotoilun kuluttamisen tutkimukseen. Tutkimusprosessini käynnistyttyä *Emergence of Luxury* -hankkeessa vuonna 2005, oli muotoilun kuluttamisen ja suomalaisen muotoilun määrittely muotoilun tutkimuksen näkökulmasta jokseenkin kapeaa. Esimerkiksi tutkimukselleni tuolloin keskeisen käsitteen, ylellisyyden ja uuden luksuksen määrittelyssä oli tukeuduttava kulutustutkimusten ja markkinointitutkimusten tuottamiin tulkintoihin. Käsitteen määrittelyä lähestyttiin myös muotoilun materiaalisesta ja tuotesemanttisesta näkökulmasta. Muotoilun tutkimuksen mukaisesti asemoin ylellisyyden ja ekologisuuden käsitteelliset rajaukset osaksi laajempaa keskustelua siitä, mitä on suomalainen muotoilu ja mihin esimerkiksi uutta luksusta näistä näkökulmista voidaan peilata. Muotoilun tutkimuksen kentän esitieteellisyydestä ja monialaisuudesta johtuen tutkimushankkeissa (*Emergence of Luxury* ja *SuMac*) ja tässä tutkimuksessa tutkimuksen kohdetta on lähestytty aineistolähtöisesti ja uutta teoriaa tuottavasta lähtökohdasta.

Tutkimukseni empiiristä suuntaa ovat siis ohjanneet tutkimushankkeiden keskeisten käsitteiden, ylellisyyden ja ekologisuuden määrittelyn tarpeet. Teoreettisten rajausten

puuttuessa tutkimuksen empiiristen rajausten merkitys on kasvanut. Tämä on toisaalta ollut tutkimuksen sisäänrakennettu tavoite. Tavoitteena on tuottaa uutta tietoa ja käsitteitä muotoilun tutkimuksen tueksi.

Molempien tutkimushankkeiden tutkimustehtäviini kuului selvittää erilaisissa harrastusryhmissä ylläpidettyjä, kehittyviä ja nousevia kuluttamisen arvoja. Ylellisyyttä ja luksusta suomalaisessa kontekstissa tutkittaessa kohderyhmiksi valittiin ylellisinä yleisesti pidetyt lajit kuten golf, purjehdus ja metsästys. Lajien harrastusympäristö on luonto, jolloin lajit voidaan luokitella myös ulkoilmalajeiksi tai -harrastuksiksi. Ekologista ja eettistä muotoilua tutkittaessa sama suomalaisen muotoilun kuluttamisen empiirinen konteksti, luonto, säilytettiin tutkimuksen kohderyhmien valinnan ehtona. Kohderyhmät olivat muuan muassa kiipeilijöitä, hiihtovaeltajia ja melojia. Tutkimukseni empiirinen viitekehys (Kuvio 2.) rajautuu näin ollen keskeiseltä ytimeltään ulkoilmaharrastuksiin, johon päätymistä on määritellyt tutkittavien kohderyhmien tai intressiryhmien toiminnan konteksti, luonto. Empiirisen viitekehysten uloin kehä, suomalainen muotoilu pitää sisällään tutkimushankkeiden laajan näkökulman muotoiluun sekä suunnittelun että kuluttamisen kohteena.



**Kuvio 2. Tutkimuksen empiirinen viitekehys.**



Nämä edellä tekemäni rajaukset nivELYvät hyvin tutkimuksen otsikossa mainittuun pohjoiseen ja pohjoisiin olosuhteisiin. Tutkimusprosessin hahmotuttua näiden empiiristen reunaehtojen ja rajausten jälkeen työssäni alkaa myös hahmottua kysymys siitä, mitä on ”pohjoisuus muotoilussa”.

Empiirisen viitekehYksen mukaisesti tutkimuksessa tarkastellaan suomalaista muotoilua muotoilun kuluttamisen näkökulmasta. Luvussa 2 *Muotoilun tutkimus*, olen jäsentänyt muotoilua monitasoisena tutkimuksen kohteena. Pystyäkseni asemoimaan tämän tutkimuksen muotoilun kuluttamisen tutkimukseksi, on sitä varten ollut tarpeen tehdä empiiristä rajausta sekä muotoilun että kuluttamisen tutkimuksen näkökulmista. Synteesi näiden kahden empiirisesti usein hyvin eri tavoin rajattujen tutkimuskohteiden yhdistämisessä on auttanut minua tutkijana jäsentämään kokonaisuutta ja toivon, että se auttaa myös lukijaa paikantamaan tutkimuksen kohdetta sen todellisen aineiston, empirian näkökulmasta. Koska muotoilun yksiselitteinen määrittely ja faktuaalinen paikantaminen on vaikeaa, on vielä haasteellisempaa paikantaa muotoilun kuluttamista johonkin hyvin rajattuun empiiriseen todellisuuteen, toisin sanoen kysymykseen siitä, miten muotoilua kulutetaan.

Muotoilun löytämiseksi empiirisenä tutkimuskohteena on tässä tutkimuksessa tunnistettu ensimmäisessä vaiheessa suomalainen muotoilu. Kulttuurisena käsitteenä se vaatii vielä tarkennetumman rajauksen, joka tässä tutkimuksessa on luonto. Luonto palvelee paitsi suomalaista muotoilua sen laadullisia ominaisuuksia määrittelevänä tekijänä (luonnon materiaalit, luonto muotoilun suunnittelun ja ideoinnin lähtökohtana, pohjoismainen muotoilu), on se toiminut myös kuluttamisen kontekstia ja kohderyhmää rajaavana tekijänä. Tutkittavilla käyttäjillä on merkityksellinen suhde luontoon liittyen heidän vapaa-ajan harrastuskonteksteihinsa. Muotoilun kokemus ja konteksti ovat erottamattomassa suhteessa toisiinsa (Alakärppä, 2014, 29; Reckwitz, 2002, 254). Lähtökohtaisesti luonto ei ole ollut tutkimuksessa näin tiedostettu empiirinen rajaus, mutta teorian ydinkategorian hahmottuessa aineistosta, on luonto ollut keskeistä nostaa esille empiirisessä viitekehYksessä. Tätä tutkimuksen empiiristä ydintä voisi nimittää myös pohjoisuudeksi.

## 4 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Tutkimuksen tarkoituksena on 1) kuvata, miten pohjoisuus ilmenee muotoilun kuluttamisessa ulkoilmaharrastajien käsitysten ja kokemusten mukaan ja 2) rakentaa saadun empiirisen aineiston pohjalta pohjoisen muotoilun teoria.

Tutkimukselle on asetettu kaksi pääkysymystä ja niille alakysymykset seuraavasti:

1. Miten pohjoisuus ilmenee muotoilun kuluttamisessa?

Alakysymykset:

- a) Miten pohjoisuus ilmenee ylellisessä muotoilun kuluttamisessa?
- b) Miten pohjoisuus ilmenee ekologisessa ja kestäväen kehityksen mukaisessa muotoilun kuluttamisessa?

2. Millainen on pohjoisen muotoilun teoria?

Tutkimuksen tavoitteena on tuottaa uutta teoriaa muotoilutuotteiden ja -palvelujen käyttöä ja kuluttamista ohjaavista käytännöistä. Tutkimus paikantuu *muotoilun kuluttamisen tutkimuksen* kentälle, mikä tarkoittaa tuotteiden tai palvelujen loppukäyttäjien kokemusten laadullista analyysiä. Tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että muotoilun kuluttamisen materiaaliset käytännöt ovat tärkeässä osassa tarkastelua ja teoreettisesti sensitiivistä analyysia<sup>1</sup>. Tutkimus ei kuitenkaan ole asenne- ja mielidetutkimusta<sup>2</sup> tai perustu kuluttajaryhmien segmentointiin kulutustutkimuksille tyypillisellä tavalla. Tutkimus pyrkii rakentamaan

---

1 Subjektiviisen kokemuksen tutkimuksen kenttä on fenomenologiassa. Tässä tutkimuksessa fenomenologinen ja kulttuuriteorian näkökulmasta mentalistinen (Reckwitz, 2002) lähestymistapa subjektiivisen ihmisielen tarkasteluun on tiedostettu, mutta muotoilun käyttämisen ja kuluttamisen analyysiyksikkönä sitä ei ole sovellettu. Kulttuuriteoriassa käytäntöteoriassa mentaalinen on ontologisena käsitteenä korvattavissa ruumiillisuudella, joka huomio inhimillisen toimijan mielen ja ruumiin yhtenäisenä entiteettinä (Lakoff & Johnson, 1999).

2 Teoreettiset ja empiiriset lähestymistavat mitata kulttuuria mielipide- ja asennetutkimuksilla olettavat esimerkiksi maallikkohaastatteluisuissa tallennetun sisällön representoivan suoraan haastateltavien kulttuuria (Lizardo, 2012, 74). Näin ollen kulttuuriteorioiden dogmina on nähdä tunnistettu kulttuuri ilmenevän sirpaloituneena, vaikka se itse asiassa tulisi hyvin esiin yhtenäisenä ja erityisen järjestelmällisten ruumiillisten kykyjen ja niiden valikoimien käyttöönoton tarkastelussa. (Lizardo 2012, 81.) Tässäkin tutkimuksessa tämä lähtökohta-asetelma on varsinkin alkuvaiheessaan hankaloittanut löytämään aineistosta teorian ydinkategoriaa.

syvemmän tason teoreettista käsitteellistystä siitä, mitä muotoilu on käyttäjän kokemana pohjoisessa ulkoilmaharrastamisen kontekstissa.

Empiirisesti teorian muodostusta on lähdetty tekemään aineistolähtöisesti analysoimalla suomalaisten ylellisten ja ekologisten tuotteiden ja palvelujen käyttäjien kulutuskokemusten kuvauksia hankkeissa toteutetuissa ryhmähaastatteluissa (ks. luku 5.4). Haastattelujen kattoteemana on ollut ylellisyys tai ekologisuus muotoilun tuotteiden kuluttamisessa. Muotoilun tuotteiden kuluttajia ja käyttäjiä on tutkittavina lähestytty heidän omien merkityksellisten tuotesuhteidensa näkökulmasta, toisin sanoen heille rakkaista harrastuksista ja niihin kuuluvista varusteista ja tuotteista sekä laajemmin harrastukseen mahdollisesti linkittyvien elämäntyyllisten valintojen näkökulmasta.

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

### 5.1 Grounded Theory -menetelmä ja sen soveltaminen

Tutkimusmenetelmänä on Barney G. Glaserin ja Anselm Straussin alun perin kehittämä Grounded Theory (GT)<sup>3</sup>, joka tähtää käsitteelliseen ja teoreettiseen yleistettävyyteen ilmiön kuvailemisen sijaan (Glaser, 1992; Holton & Walsh, 2017). GT-menetelmällä tuotetaan teoria, joka perustuu vakaasti empiiriseen aineistoon ja ankkuroituu siihen (Holton & Walsh, 2017, xi; Falin, 2011, 52). GT-menetelmä on sopiva empaattiseen, käyttäjälähtöiseen ja subjektiivista käyttäjäkokemusta<sup>4</sup> tarkastelemaan muotoilun tutkimukseen, koska sen perimmäisenä tavoitteena on löytää tutkimukseen osallistuvien ihmisten näkökulmasta heille tärkeimmät asiat ja aihepiirit.

Toisin sanoen, aineistosta etsitään ne kiinnostuksen kohteet, jotka käyttäjiä puhuttavat, ja jotka he kokevat itselleen merkityksellisiksi (Glaser, 1992, 78; Hämäläinen, 2014, 6, 12). Tässä tutkimuksessa tämä tutkittavien keskeinen näkökulma on ollut paikannettavissa keskusteluista liittyen muotoilun tuotteiden ja palveluiden käyttämiseen ulkoilmaharrastamisen kontekstissa, liittyen erityisesti tutkittaville tärkeän harrastuksen merkitysten syvempään ymmärtämiseen. Tutkittavien kanssa käydyt keskustelut muotoilun kuluttamisesta käsittivät heidän harrastusaktiviteettinsa kautta moninaisia kuvauksia ja tapahtumia harrastamisen sosiaalisesta, kulttuurisesta ja fyysisestä ympäristöstä, luonnosta sekä siellä liikkumisesta ja toiminnasta.

Tutkimukseni paikantuminen muotoilun kuluttamisen tutkimuksen kentälle asettaa

---

3 Käsitettä Grounded Theory käytetään Holtonin ja Walshin (2017, xv) mukaan kuvaamaan sekä tutkimuksen tekemisen prosessia että tutkimuksen tuloksena syntyvää teoriaa. Tässä tutkimuksessa käytetään lyhennettä GT viitattaessa tutkimusprosessiin tutkimusmenetelmänä yleensä ja kokonaista käsitettä ankkuroitu teoria (engl. grounded theory) viitattaessa tutkimusten (mukaan lukien tämän tutkimuksen) lopputuloksena syntyvään ankkuroituun teoriaan. (Holton & Walsh, 2017, xv.)

4 Käyttäjäkokemuksen määritelmä suomeksi kuuluu seuraavasti (Jokela, 2010; Jokela, 2011): ”Henkilön havainnot ja vasteet, jotka ovat seurausta tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä ja/tai ennakoidusta käytöstä”. Määritelmä perustuu ISO 9241-210 standardiin, jota käytetään muotoilun ohjenuorana, ja on tarkemmalta nimeltään *Human-centred design for interactive systems* (ISO 9241-210, 2010). ISO-standardit 19000 kappalelta sisältäen eri teollisuudenaloilla käytetyt standardit. Esimerkiksi vaatetukselle, vapaa-ajan tuotteisiin jne. on olemassa omat standardinsa. Jokela (2011) on itse ollut mukana laatimassa standardia, mutta se ei hänen mukaansa kuitenkaan sisällöltään semanttisesti vastaa termiä, sillä ”käyttäjäkokemus on terminä subjektiivinen, vaikka termin mukaan siihen pitäisi sisältyä objektiivisia asioita (’aikaansaannokset’)

tutkittavat kuluttajan ja tuotteiden käyttäjän rooliin, jossa heiltä ei odoteta asiantuntija-puheenvuoroja muotoilutuotteista, niiden materiaaleista tai arvioista siitä, miten tuotteita tulisi asemoida luksustuotteiksi tai ekologisten tuotteiden kategoriaan (Pöysä, 2010, 156). Ryhmähaastattelussa tutkittavia on kannustettu kertomaan itselleen tärkeistä näkökulmista liittyen tutkittavaan kohteeseen, tässä tapauksessa muotoilun kuluttamiseen. Tutkittavat ovat käsitelleet itselleen tärkeitä asioita ensisijaisesti oman harrastamisensa näkökulmasta, jolloin tutkijan tehtäväksi jää etsiä ja löytää aineistosta ne piilevät käyttäytymisen kaavat, jotka tuottavat uutta tietoa muotoilun kuluttamisesta. GT-menetelmää käyttävän tutkijan tehtävänä on myös käsitteellistää nämä kaavat ja selittää ne teorian muodossa. (Glaser, 1978, 77; Glaser, 1992, 19, 78.) Klassisen GT-menetelmän mukainen teoria kertoo useimmiten perustavista sosiaalisista prosesseista (Glaser, 1978, 5; Hämäläinen, 2014, 4). Ne eivät ole tulos kaikissa empiriaan ankkuroiduissa teorioissa, mutta näissäkin tapauksissa teoria jollain tasolla selittää kyseessä olevan kohteen sosiaalisia käyttäytymismalleja tai sosiaalisissa tilanteissa piileviä kaavoja (Holton & Walsh, 2017, 54, 72, 99).

GT-menetelmää kuvaa termi ”löytäminen”. Glaserin mukaan he Straussin kanssa eivät lähteneet intentionaalisesti keksimään menetelmää, vaan löysivät sen tutkimusta tehdessään. Menetelmän toteuttamisen keskeinen ajatus onkin teorian löytämisessä, ei teorian todentamisessa. GT on menetelmä, jolla pyritään mahdollisimman ennakoimattomaan tulokseen ja löytämään aineistosta jotain uutta ja odottamatonta. Glaser kehitteli näitä omia ajatuksiansa tieteestä ja sosiaalisesta käyttäytymisestä uskoen siihen, että hyvä aineisto kyllä osoittaa systemaattisen ja pitkäjänteyden analyysin kautta, mistä siinä lopulta on kyse, toisin sanoen mikä on empiirisen tutkimuksen kohteena oleva pääasia. Menetelmän avulla aineistosta lopulta nousee esille teoria, joka on tulosta paitsi järjestelmällisesti tehdystä systemaattisesta analyysistä, myös luovasta ja teoreettisesti herkstä analyysistä. (Holton & Walsh, 2017, 1-7.)

GT-menetelmä ei ole yleinen *laadullinen* tutkimusmenetelmä, sillä aineisto ja analyysi voivat sisältää myös määrällistä aineistoa, jota analysoidaan kvantitatiivisin menetelmin. Klassisen GT-menetelmän erottaa laadullisesta aineiston analyysistä käsitteellinen abstrahointi. Laadullisen analyysin tehtävänä on tuottaa tutkimuksen kohteesta täsmällistä ja kuvailevaa, empiirisiä tuloksia raportoivaa tekstiä, kun taas klassisen GT-menetelmän käyttö tuottaa tulokseksi empiiriset yksityiskohdat ylittävää abstrahoitua käsitteellistystä. GT-menetelmällä tuotetussa teoriassa ei siten kuvata sosiaalista käyttäytymistä yksityiskohtaisesti eri näkökulmista, eikä teorian tekemisessä kiinnitetä huomiota esimerkiksi siihen, miten aineisto on diskursiivisesti rakentunut. Empiiriseen aineistoon ankkuroituvan teorian tekemisessä tutkijan on Locken (2001) mukaan päästävä aineiston yksityiskohtien ylitse käsitteelliselle tasolle, ja tuotava huomion kohteeksi tutkimuksen substantiivisen alueen sosiaalista käyttäytymistä selittävät piilevät käsitteet, näiden käsitteiden väliset teoreettiset suhteet ja lopulta teoreettinen malli. (Holton & Walsh, 2017, 10-11.)

GT-menetelmä ei ole sidottu mihinkään filosofiseen näkökulmaan. Se on ontologisesti ja epistemologisesti joustava, ja sopeutuu niihin näkökulmiin, jotka tutkijalle paljastuu

tämän rakentaessaan aineistosta teoriaa. (Holton & Walsh, 2017, 12) Tässä tutkimuksessa tuotettu ankkuroitu teoria on yleinen substantiivinen teoria, mikä tarkoittaa teorian sovellettavuutta sekä sen yleistämisen ja abstrahoinnin tasoa hieman olemassa olevaa empiirisen aineiston hankinnan aluetta laajemmalle tasolle. Tämän tutkimuksen substantiivisena alueena on muotoilun kuluttaminen ulkoilmaharrastamisen kontekstissa, mutta tutkimuksessa tuotettu teoria pätee hieman tätä laajemmin muotoilun kentällä. (Glaser, 1978, 52; Holton & Walsh, 2017, 21-23.)

Käsitteellisen yleistettävyyden vaiheeseen tai tasolle pääsy edellyttää kuvailevan yleistettävyyden saavuttamista empiirisesti ja aineistolähtöisesti (Glaser 1992, 15). Käsitteiden kautta tapahtuvaa teoretisointia voidaan tehdä GT-menetelmässä kahdella tavalla. Teoretisointi voi tulla esille vähitellen lisäätäessä teoreettisuuden astetta tietoisesti tai se voi tulla teoriaan myös yllättäen käsitteiden tullessa ilmi suoraan aineistosta. Inkrementaalinen, vähitellen lisääntyvä teoretisointi hyödyntää kirjallisuudesta jo löytyviä käsitteitä, kun taas yllättäen aineistosta esiin nouseva ja ilmi tuleva teoretisointi tuottaa uusia käsitteitä ja konstruktioita aineistolähtöisemmin. (Holton & Walsh, 2017, 25.)

Tässä tutkimuksessa teoretisoinnin vaihetta on edeltänyt systemaattinen aineiston läpi käynti, pilkkominen pienempiin osiin ja uudelleen järjestely, koodaus. Koodauksessa on eri vaiheita, jotka esittelen tarkemmin empiirisessä luvussa 6 *Ulkoilmaharrastajien muotoilun kulutus*. Ensimmäinen vaihe on nimeltään avoin koodaus, jossa analysoija pilkkoo ja hajottaa aineiston niin pieniin osiin, että siitä voidaan lähteä kokoamaan uusia käsitteellisiä kokonaisuuksia. Koodi on menetelmän keskeinen käsite. Koodin ollessa käsitteellinen, sillä tarkoitetaan, että se yhdistää aineistoa ja teoriaa. Koodauksessa tuotettuja käsitteellisiä koodeja on kahta eri laatua, substantiivisia ja teoreettisia koodeja. Substantiiviset koodit käsitteellistävät sitä empiiristä todellisuutta, josta aineisto on koottu. Tässä tapauksessa empiirinen konteksti on muotoilun kuluttaminen ulkoilmaharrastamisen kontekstissa. Teoreettiset koodit ja teoreettinen mallintaminen puolestaan käsitteellistävät sitä, miten edellä mainitut substantiiviset koodit ovat suhteessa toisiinsa. Lopulta nämä teoreettisesti käsitteellistettyjen substantiivisten koodien väliset suhteet integroituvat osaksi lopullista ankkuroitua teoriaa. (Glaser, 1978, 55.)

GT-menetelmässä aineistot voivat koostua kvantitatiivisista ja kvalitatiivisista aineistoista. Niitä voidaan koota lähes millä tahansa menetelmällä kuten yksilöhaastatteluilla, kohderyhmähaastatteluilla, valokuvaamalla, videoimalla ja mielipidekyselyillä. Aineistoja voidaan myös analysoida eri tekniikoin kuten tekstianalyysin tai klusteroimalla, kunhan ne vain sisältävät jatkuvan vertailun menetelmän. (Holton & Walsh, 2017, 17.) Laadullisen aineiston käyttöä tutkimusprosessin alkuvaiheessa perustellaan kuitenkin tutkimuksissa, joissa tavoitteena on kehittää sellaisia käsitteitä, joita ei ole laajemmin käsitelty aikaisemmassa tutkimuksessa ja kirjallisuudessa. Muotoilun tutkimuksen kentän määrittely esitieteelliseksi ja käsitteistöltään suoraan empiriaan ja alan ammattikäsitteistöön tukeutuvaksi alueeksi on antanut lähtökohdan tämän tutkimuksen pyrkimykselle tuottaa uutta teoriaa muotoilusta (Falín, 2011, 16-17; Karihalme, 1996; Uotila, Mattila & Hänninen, 2006).

Glaserin (1992, 6) mukaan GT-menetelmän päätavoitteena on teorian luonti systemaattisen tutkimuksen kautta. Tässä tutkimuksessa tätä periaatetta on toteutettu lähtökohtaisesti jo aineiston hankinnassa siten, että ensimmäisessä vaiheessa empiirinen aineisto on kerätty luksuskuluttamisen teemasta, koodattu avoimesti, pilkottu pienempiin osiin ja järjestelty uudelleen. Tässä vaiheessa aineistosta nousi esiin tiettyjä ominaisuuksia kuten käyttäjäkokemuksen materiaalisuus ja immateriaalisuus sekä luontoon suuntautuminen, joiden käsitteelliseksi tarkentamiseksi ja niiden välisten suhteiden selittämiseksi olen koonnut lisäaineistoa ekologisesta muotoilun kuluttamisesta.

## 5.2 Tutkimushenkilöt

Aineisto koostuu litteroiduista suomenkielisistä teemoitetuista kohderyhmähaastatteluista (Taulukot 1. ja 2.), jotka on kerätty kahdessa laaja-alaisessa, nelivuotisessa tutkimushankkeessa: Suomen Akatemian rahoittamissa *Emergence of Luxury* (2004–2007) tutkimushankkeessa, jonka puitteissa olen koonnut tutkimuksen luksuskuluttamisen aineiston sekä *Sustainable Innovative Materials in High Tech Applications, SuMac* (2007–2010) tutkimushankkeessa, jossa olen koonnut ekologisen kuluttamisen aineiston.

Hankkeen tutkimusteemojen mukaisesti ylellisyysysteemasta tehtyjä ryhmähaastatteluja on koottu 18 ryhmältä, joihin osallistui kaikkiaan 49 haastateltavaa (Taulukko 1.). Haastattelut on toteutettu pääkaupunkiseudulla, Kainuussa ja Oulussa sekä Rovaniemellä vuosina 2004–2005. Ylellisyysaineiston sukupuolijakauma on naisenemmistöinen, sillä golf-aineisto kerättiin ainoastaan naisharrastajilta. Sukupuolijakaumaa tässä teemassa tasoittaa metsästysharrastajien parista koottu aineisto, joka on miesvaltainen. Purjehtijoissa haastateltavat olivat lähes tasasuhteessa naisia ja miehiä. Kaikkiaan ylellisyysaineistossa naisia oli 31 ja miehiä 18 (N=49).

Haastateltavien ikä ei ole ollut keskeinen taustamuuttuja tässä tutkimuksessa, mutta karkeaa jaottelua lajien ja ikäryhmien välillä voidaan tehdä. Luksuskuluttamisesta koottu aineisto käsittää laajalti ikäryhmät 25–64 ikävuoden väliltä.

Kestävän kehityksen teemoista tehtyjä ryhmähaastatteluja tehtiin seitsemälle ryhmälle (N=32) vuosien 2007–2008 aikana (Taulukko 2.). Tästä kuluttamisen teemasta kerätyssä aineistossa naisia oli 10 ja miehiä 22. Yhtä kansainvälistä ryhmää lukuun ottamatta tämä aineistokokonaisuus on kerätty Rovaniemellä. Ekologisen kuluttamisen teemasta kootut kohderyhmähaastattelut on toteutettu selkeästi nuorempien haastateltavien keskuudessa ikäjakauman ollessa koko aineistossa välillä 16–36 -vuotiaat.

Kaikkiaan haastateltavia on ollut 81, joista naisia on ollut 41 ja miehiä 40. Empiirinen aineisto on kerätty eri ulkoilmalajien harrastusyhteisöiltä seuraavasti: purjehtijoilta (6 haastattelua), golfareilta (6 haastattelua), metsästäjiltä (6 haastattelua), hiihtovaeltajilta (1 haastattelu), lumilautailijoilta (1 haastattelu), leijalautailijoilta tai -hiihtäjiltä (1 haastattelu), kiipeilijöiltä (2 haastattelua), melojilta (1 haastattelu) ja alamäkipyöräilijöiltä (1 haastattelu).

**Taulukko 1. Luksus-hankkeen ryhmähaastatteluaineisto.**

<b>Emergence of Luxury -hankkeessa (2004-2005) tuotetut aineistot:</b>					
<b>ULKOILMALAJI</b>	<b>N Ryhmiä</b>	<b>N Henkilöitä</b>	<b>N Naisia</b>	<b>N Miehiä</b>	<b>Ikä-jakauma</b>
Golf	6	18	18	-	34 - 61
Purjehdus	6	15	8	7	27 - 63
Metsästys	6	16	5	11	25 - 64
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>18</b>	<b>49</b>	<b>31</b>	<b>18</b>	<b>25 - 64 v.</b>

**Taulukko 2. SuMac-hankkeen ryhmähaastatteluaineisto.**

<b>SuMac -hankkeessa (2007-2008) tuotetut aineistot:</b>					
<b>ULKOILMALAJI</b>	<b>N Ryhmiä</b>	<b>N Henkilöitä</b>	<b>N Naisia</b>	<b>N Miehiä</b>	<b>Ikä-jakauma</b>
Hiihtovaellus	1	3	1	2	27 - 30
Lumilautailu	1	6	6	-	16 - 17
Leijahiihto/-lautailu	1	4	-	4	30 - 36
Kiipeily	2	11	3	8	25 - 36
Melonta	1	4	-	4	28 - 31
Alamäkipyöräily	1	4	-	4	21 - 27
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>7</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>22</b>	<b>16 - 36 v.</b>



Syy erilaisiin ikäjakaumiin selittyy ulkoilmalajien luonteella. Niin sanottuja perinteisiä ja osittain myös ylellisyyslajeiksi luokiteltavia ulkoilmalajeja kuten golfia, purjehdusta ja metsästystä voidaan harrastaa myös fyysisesti ja ruumiillisesti maltillisesti liikkumalla. Sen sijaan ekologisen kuluttamisen teeman alle valikoituneet ulkoilmalajit kuten kiipeily, leijahihto tai -lautailu ja alamäkipyöräily ovat niin sanottuja äärlajeja, jotka edellyttävät harrastajiensa vahvan fyysisen ja ruumiillisen suorituskyvyn lisäksi taitoja selviytyä haastavissa luonnonympäristöissä ja sääolosuhteissa.

Aineiston keruu on toteutettu lumipallo-otantana. Ensimmäiset haastateltavat saatiin mukaan tutkimukseen jakamalla yleistä osallistumiskutsua esimerkiksi golf-seuran ilmoitustaulun tai muun julkisen viestintäkanavan kautta. Kutsussa oli mukana lyhyt tieto tutkimushankkeesta ja yhteystiedot kiinnostuneille. Kutsuihin tulikin muutamia vastauksia, joiden ansiosta saatiin järjestettyä ensimmäinen ja usein myös toinen kohderyhmähaastattelutilaisuus. Tutkimukseen jo osallistuneiden haastateltavien suositusten perusteella ja heidän antamiensa yhteystietojen avulla mukaan pystyttiin nyt kutsumaan lisää osallistujia. Lukuisat ulkoilmaharrastajat kuten purjehtijat, golfarit ja metsästäjät tarjosivatkin ystäviensä ja tuttaviansa nimiä ja yhteystietoja lumipallo-otantaa varten. Lumipallo-otannalla saatuja osallistujia pyydettiin jo etukäteen pohtimaan ja mahdollisuuksien mukaan myös oma-aloitteisesti kokoamaan itselleen mieluisa ja tuttu 3-8 henkilön ryhmä tai kaveriporukkaa, jonka kanssa kyseistä lajia harrastettiin. Ryhmä olisi tällöin myös todennäköisimmin sellainen, jonka kesken osallistujat mieluiten keskustelisivat tutkimuksen teemoista tutkijoiden ohjaamana. Tämä lähestymistapa aineiston tuottamiseksi toimi hyvin.

Haastateltavilla ryhmillä on kaiken kaikkiaan ollut myönteinen suhtautuminen tutkimukseen osallistumiseen. Haastateltavat olivat oma-aloitteisia ja siten hyvin motivoituneita osallistujia. He esimerkiksi järjestivät harrastusseuran tiloihin paikan ja ajankohdan vapaamuotoiselle kohderyhmähaastattelulle. Tutkijoiden ja tutkimushankkeiden taholta osoitettu kiinnostus omaan harrastustoimintaan motivoi myös osallistujia, sillä he kokivat haastattelujen edistävän harrastamiseen liittyvää toimintaa ja toimivan kehittävänä elementtinä. Monissa keskustelemissa haastatteluissa tuli myös esille tällaisen yhteisen kokoon-tumisen yhteishenkeä edistävä vaikutus. Sen lisäksi että ryhmät koostuivat oma-aloitteisesti keskenään tutuista harrastajista, kuvaa keskustelutilanteen luonnolliseksi kokemista myös useimpien haastattelujen lopussa esitetty toteamus ”haastattelun terapeuttisesta” vaikutuksesta (Lehtomaa, 2005, 180).

### **5.3 Haastatteluteemat**

Harrastamiskontekstista kerätyn haastatteluaineiston lähtökohtana on ollut haastateltavien omiin kokemuksiin perustuvat määritelmät ylellisyydestä ja ekologisuudesta. Määritelmään siitä, mikä on ylellisyyttä tai ekologisuuutta muotoilutuotteissa ja palveluissa, on haas-

teellisempaa saada vastauksia kuin kokemuk kuvauksia itselle tärkeistä ja omassa elämässä läsnä olevista asioista kuten tässä tapauksessa omasta lajista ja siihen liittyvistä tuotteista ja palveluista. Molemmissa pääteemoissa haastateltavilta kysyttiin ja heidän kanssaan keskusteltiin myös muista teemoista kuin ylellisyydestä tai ekologisuudesta (Liitteet 1. ja 2.). Nämä teemat liittyivät vahvasti kunkin harrastajan omaan ulkoilmalajiin, jolloin keskustelu käsitti laajalti kuvauksia harrastuksen henkilökohtaisesta merkityksestä, harrastamisen ympäristö- ja sääolosuhteista, harrastusvarusteista ja harrastamiseen elämäntyyllisesti liittyvistä tuotteista ja palveluista. Harrastamisen sosiaalisuus kattoi kysymyksiä liittyen sosiaalisiin verkostoihin, seuratoimintaan, tapahtumiin ja matkustamiseen harrastuksen parissa. Lisäksi yksi hyvin keskeinen ja paljon keskustelua herättänyt teema oli harrastamisen parissa käytetty aika ja ajan myötä kehittyvät taidot.

Ylellisyyskuluttamisen teemassa haastateltavia pyydettiin pohtimaan joidenkin omistamiensa tuotteiden ylellisyyttä sekä vastaajien suhtautumista ylellisyustuotteisiin ja ylellisyyskuluttamiseen yleensä. Vastaavasti ekologisen kuluttamisen teemasta keskusteltaessa esille otettiin tuotteiden elinkaari, varusteiden huolto ja ekologia sekä harrastamisen ekologia yleensä. Kaikki haastateltavat eivät kuitenkaan osanneet tai edes halunneet luokitella tuotteita, palveluja ja niiden ominaisuuksia erilaisiin ylellisyyttä tai ekologiaa jaotteleviin muotoilullisiin tai markkinoinnillisiin kategorioihin. Muotoilun tutkijan tehtävänä onkin tässä vaiheessa ollut operationalisoida kysymykset siten, että ne ovat ymmärrettäviä ja mielekkäitä vastata myös tästä tutkimuksellisesta näkökulmasta. Muun muassa tästä syystä laadullisen tutkimusaineiston hankinnan strategiana on ollut toteuttaa haastattelut mahdollisimman vapaamuotoisina ryhmähaastatteluina.

#### **5.4 Ryhmähaastattelut aineiston keruutapana**

Haastattelut toteutettiin kohderyhmähaastatteluina, joissa painotettiin tilanteen vapaamuotoisuutta ja keskustelunomaisuutta (Kuniavsky, 2003). Ryhmähaastattelu ja -keskustelu on 1980-luvulle tultaessa yleistynyt tiedonkeruumetodina myös akateemisissa oppiaineissa, jonne se on löytänyt tiensä markkinatutkimusten ja poliittisten mielipidemittausten parista. Metodi nostaa näkyviksi erilaisia kuluttamisen kulttuurisia jäsenyyksiä, joihin osallistujat automaattisesti ottavat kantaa (Valtonen, Anu, 2005, 225-226).

Rentoa ja keskustelevaa tilaisuutta edesauttoi se, että osallistuvat tunsivat toisensa jo etukäteen. Ryhmiä johdateltiin keskustelemaan ylellisyydestä tai ekologisuudesta kuluttamisen kohteena kaikille ryhmän jäsenille yhteisen keskeisen kiintopisteen, vapaa-aikaan liittyvän ulkoilmaharrastamisen näkökulmasta. Teemoitetut keskustelukysymykset (Liitteet 1. ja 2.) käsittivät harrastamisen taustoja ja tavoitteita, harrastukseen liittyviä välineitä sekä ympäristöjä, ystäviä, perhettä ja yhteisöjä osana harrastusta. Tutkimuksen pääteemaa, ylellisyyttä tai ekologiaa ei lähdetty korostuneesti esittelemään heti haastattelun alussa. Keskustelua johdateltiin aluksi hyvin yleisillä omaan harrastukseen liittyvillä kysymyksillä

kuten henkilökohtaiselle harrastustaustalla sekä kokemuskuvauksilla miellyttävistä koke-  
muksista lajin parissa (Holton & Walsh, 2017, 68). Tämä asetelma kaikille yhteisestä ja  
helposta aiheesta toimi ryhmähaastattelun aloituksessa myös epävarmuutta vähentävänä ja  
rentoa ilmapiiriä lisäävänä taktiikkana (Valtonen, Anu, 2005, 231).

GT-menetelmässä teorian aineiston kokoamisen ohjeistus noudattaa aineiston  
analyysille asetettua avoimuuden periaatetta. Menetelmän mukaan parhaisiin tuloksiin  
päästään tutkimusasetelmilla, joissa aineisto on kerätty ilman liian tarkkoja ja rajaavia  
teoreettisia viitekehyksiä ja tutkimuskysymyksiä. Liian yksityiskohtaisesti laaditut haastat-  
teluprotokollat tai etukäteen päätetyt koodijärjestelmät ja -kategoriat ovat myös epäsuo-  
tuksia tapoja tuottaa mielekästä aineistoa ankkuroidun teorian tuottamiseksi. Tutkittaville  
esitettyjen kysymysten on hyvä olla määrällisesti vähäisiä ja laaja-alaisia, keskustelulle suun-  
taa-antavia kannusteita kuten pyyntöjä kertoa omin sanoin omasta työstä tai harrastuksesta.  
(Holton & Walsh, 2017, 68.) Toisinaan voi olla vain riittävää kertoa, mitä on tutkimassa,  
jolloin vastaajat jo aloittavat keskustelemaan haastattelijan kanssa (Hämäläinen, 2014, 17).

Keskustelun käynnistyttyä harrastamisen teemaan liitettiin pääteeman mukaisesti joko  
ylellisyys tai ekologisuus muotoilun kuluttamisen kohteena. Ylellisyysysteemistä haastateltavilta  
kysyttiin, kokivatko he harrastuksensa ylellisyyslajiksi (purjehdus, golf, metsästyks). Lisäksi  
kysyttiin, millaisia asioita vastaajat kokivat elämässään ylellisinä ja nautintoa tuottavina.  
Ekologisuus-teemassa haastattelut noudattivat samaa haastattelulogiikkaa. Tutkittavilta  
kysyttiin, kokivatko he oman harrastuksensa ekologisenä lajina ja miten he ekologisuuden  
yleisesti käsittävät suhteessa omaan elämäänsä ja kuluttamiseen. Näiden haastateltavien omien  
pohdintojen kautta päädyttiin vähitellen kysymään tuotteiden, materiaalien ja palvelujen  
merkityksestä omassa harrastuksessa ja kuluttamisessa yleensä. Riippumatta siitä, oliko  
keskustelun pääteemana ollut ylellisyys vai ekologisuus, jäsenivät keskustelijat kumpaakin  
pääteemaa ensisijaisesti tuotteiden käytettävyyden ja tarpeellisuuden näkökulmasta. Toiseksi  
he asettivat tuotteet suhteessa harrastamisen elämyksellisiin ja kokemuksellisiin tavoitteisiin,  
toisin sanoen välineelliseen rooliin aineettomien kokemusten saavuttamiseksi.

Muotoilutuotteet eivät siis itsessään jääneet useinkaan keskustelujen keskiöön, vaikka  
useat haastattelukysymykset olikin rakennettu johdatteluksi keskusteluun tuotteista, tuo-  
temerkeistä, materiaaleista ja palveluista. Tuotekohtaisissa kysymyksissäkin tutkittavat pää-  
tyivät usein vastaamaan laajemmassa viitekehyksessä kuten pohtimaan tuotteiden käyttäjien  
”erilaisia koulukuntia” tai muita sosiaalisesti määrittäviä käytänteitä harrastamisen parissa.  
Harrastamisen ”ylelliset” kokemukset saattoivat liittyä varusteisiin, niiden hankintaan ja  
huoltoon, mutta usein myös odottamattomista ja vaarallisista sääolosuhteista selviytymi-  
seen. Ylelliset kokemukset saattoivat olla kuvauksia niistä tilanteista, joissa harrastuksen  
valintaan ja aloittamiseen alun alkaen motivoineet tekijät olivat lopulta toteutuneet, ja jossa  
omat taidot olivat kehittyneet matkan varrella.

Haastattelut dokumentoitiin audiotallenteina digitaalisesti ja purettiin myöhem-  
min haastattelijoiden toimesta litteroiduiksi teksteiksi. Haastattelujen tallentaminen

audiotallenteiksi ei selkeästikään häirinnyt osallistujia. Keskustelujen vapaamuotoisuus ja tuttu ryhmä auttoivat keskustelut nopeasti alkuun. Keskustelun teemat käsittelivät niin sanottuna mielekkäitä ja helppoja aiheita, eivätkä keskustelut siten ohjautuneet kiusallisiin ja vaikeisiin aiheisiin. Tämä ei kuitenkaan sulkenut pois keskustelijoiden keskinäistä sekä keskustelijoiden ja tutkijoiden välistä empatiaa. Haastateltavat ja toisinaan myös haastattelijat kokivat keskusteluissa myötätuntoa iloisista, surullisista ja elämyksellisistä kokemuksista, joista haastateltavat kertoivat. Haastateltaville myös kerrottiin, että tutkimuksessa noudatetaan tutkimukselle asetettuja eettisiä ohjeistuksia (TENK, 2019). Lupa aineiston käyttöön perustui joka tilanteessa haastateltavien vapaaehtoiseen kirjalliseen suostumukseen, jonka he allekirjoittivat ja jossa kerrottiin tutkimuksen toteuttava taho, tutkimuksen tavoitteet ja aineiston käyttötarkoitus.

Tutkimusta varten haastateltavia pyydettiin ottamaan keskusteluun mukaan myös itselle tärkeitä ylellisyysesineitä, valokuvia niistä tai elämän muista ylellisistä ja nautintoa tuovista hetkistä. Näiden esineiden ja kuvien ajateltiin toimivan myös muistelun apuvälineinä ja keskustelun käynnistäjänä.

Ryhmähaastattelut ovat hedelmällisiä keskustelualustoja auttamalla haastateltavia reflektomaan omia kokemuksiaan suhteessa vertaisosallistujien kokemuksiin ja haastamaan sanallisesti muita keskustelijoita. Tuloksena on uusia oivalluksia ja pohdintaa eri näkökulmista:

Niilo: Musta on ihan hämmentävän avartavaa käydä läpi tätä [harrastamista] näin jäsennellysti.  
(Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Ryhmähaastatteluissa osallistujien on emotionaalisesti helpompaa esittää rakentavaa vasta-argumentointia, kun tutut ryhmän ja yhteisön jäsenet tukevat toisiaan. Asetelma haastateltavien sekä tutkijan ja tutkijoiden välillä tasapainottuu, ja tutkija kykenee osallistumaan ryhmän keskusteluun huomaamattomana tarkkailijana. Aktiivisista harrastuksista keskusteltaessa tuloksena voi hyvinkin olla rakentavaa ja analyttistä vastapuhetta haastatteluryhmän sisällä. (Valtonen, Anu, 2005, 236.)

## 5.5 Aineiston analyysi

Olen kerännyt aineiston teemoitettuna kohderyhmähaastatteluina. Haastattelujen toteuttamisen lisäksi myös litterointi on GT-menetelmän mukaisen tutkimusprosessin yksi keskeisiä työvaiheita ennen varsinaista analyysiprosessia. Kuten Nikander (2010, 442) huomauttaa, on myös litterointi tutkijan tekemien valintojen tulosta, toisin sanoen representaatiota alkuperäisestä puhutusta vuorovaikutuksesta. Tässä tutkimuksessa litterointi tehtiin tutkijakollegoiden keskinäisten keskustelujen kompromissina yhteisten tutkimusai-

neistojen litterointitarpeista ja ottamalla mallia jo olemassa olevista litterointikonventioista (Falin, 2011, 41-42). Litterointimerkkien käytössä huomioitiin erityisesti tauot ja päällekkäinen puhe, jota ryhmähaastatteluissa ohjeistuksesta huolimatta väistämättä tulee. Myös nauru, naurahdukset puheessa ja vahva puheen äänensävy huomioitiin lisäämällä asiasta maininta kaksoissulkeiden sisään. Lisäksi huomioitiin muutamat jaksot, joissa jokin sana jäi epäselväksi. (Ruusuvoori, Nikander & Hyvärinen, 2010). Näitä aineistossa oli todella vähän, sillä audiotallenteiden laatu oli hyvä. Lisäksi haastattelijoiden mukana olo keskusteluissa auttoi litterointia ja tulkintaa satunnaisesti puuttuvista yksittäisistä sanoista. Litteroidut haastattelut olen systemaattisesti koodannut ja analysoinut klassisen Grounded Theory -menetelmän periaatteiden mukaisesti (Holton & Walsh, 2017, xv).

GT-menetelmän analyysitermeistä käytetyimpiä ovat koodi, käsite ja kategoria. Koodilla tarkoitetaan nimeä tai merkintää, joka annetaan aineistossa esiintyvälle yksittäisille tapahtumille tai kuvauksille. Erityisesti koodauksen alkuvaiheessa, jota kutsutaan avoimen tai substantiivisen koodauksen vaiheeksi, nämä koodit ovat kuvailevia eli deskriptiivisiä (Holton & Walsh, 2017, 96, 168).

Koodaus tarkoittaa datasegmenttien kategorisointia eli nimeämistä lyhyesti ja mahdollisimman hyvin niitä kuvaten. Tämä laadullinen, avoin tai substantiivinen koodaaminen on ensimmäinen askel siirryttäessä aineistossa olevista konkreettisista ilmauksista kohti analyttisiä tulkintoja. Avoimet koodit irrottavat datasegmentit, nimeävät ne tiiviisti ja ehdottavat analyttistä ymmärrystä abstraktien ideoiden kehittämiseksi datasegmenttien tulkittamiseksi varten. Koodaaminen on jatkuvaa kysymistä siitä, mistä käsitteestä tai käsitteellisestä kategoriasta ilmaukset kertovat ja ovat osoituksena. Avointen koodien pyrkimyksenä on näyttää, miten aineisto valikoituu, miten sitä erotellaan ja lajitellaan matkalla kohti avointen koodien analyttistä kuvaamista. Koodaaminen muokkaa kehiksen, johon analyysi perustetaan. (Charmaz, 2006, 43-46.)

Keskeinen aineiston keräämistä ja tutkimustehtävän rajausta ohjaava periaate on ollut aineistolähtöinen ja ennakkoluuloton lähestyminen aineistoon. Olen antanut aineistolle mahdollisuuden niin sanotusti kertoa, mitä sillä on sanottavanaan ja nostaa systemaattisen avoimen koodauksen ja analyysin avulla esille keskeiset muotoilun kuluttamisen käyttäytymistä ilmentävät tilanteet ja tekijät. Lopulta, avoimen koodauksen vaiheessa tuottamistani lukuisista koodeista alkoi hahmottua koodiryhmien kautta kategorioita, joista osa jatkoi kehittymistään kohti käsitteellisempää muotoaan. Tämä kuitenkin edellytti teoreettista otantaa suhteessa toisen vaiheen aineiston hankintaan. Käytännössä tämä tarkoitti ekologisesta kuluttamisesta kerätyn aineiston, teemoiteltujen ryhmähaastattelujen tiettyjen teemojen syventämistä haastateltavien kanssa kuten ulkoilmaharrastus-aktiiviteettien seikkaperäistä läpi käyntiä vaihe vaiheelta etenevinä toimintakuvauksina. Ennen toisen vaiheen aineiston hankintaa olin analyysissäni vielä hyvin kuvailevalla tasolla eli analyysini oli ylellisyyskokemusten kuvauksia erinäisistä tilanteista ja tapahtumista, joihin toisinaan liittyi tuotemaailmaa ja materiaaleja, toisinaan ei.

GT-menetelmässä aineistoa analysoidaan ennen kuin sitä kerätään lisää. Lisäaineiston kerääminen on tässäkin tapauksessa perustunut jo analysoidun aineiston esille nostamiin käsitteellisiin ideoihin. Lisäaineiston keräämisen otanta on siis ollut teoreettista. Tällaisia ensimmäisiä käsitteellisiä ideoita omassa tutkimuksessani ovat olleet harrastamisen prosessiluonne, sen ruumiillisuus ja eettiset tavoitteet. Aineiston analysoijana huomasin ensimmäisten haastattelujen avoimen koodauksen jälkeen, miten koodauksessa esille nousseet keskeiset kategoriat eivät oikein riittäneet kertomaan käsitteellisellä tasolla tutkittavan kohteen, harrastamisen ja siihen liittyvän kuluttamisen ja käyttäytymisen kaikkia puolia. Tulkintani oli, että tarvitsen lisäaineistoa selvittääkseni muun muassa kategorioiden välisiä suhteita. (Holton & Walsh, 2017, 73.)

Avoimen koodauksen vaihe kesti tutkimuksessani ajallisesti kauan, koska aineistoa oli paljon ja kävin sen hyvin systemaattisesti läpi. Samalla nimesin nämä kaikki koodaamani tapahtumat niin, että ne osoittaisivat koodinimensä kautta tapahtumien keskeisen idean mahdollisimman lyhyesti. Tavoitteena oli myös, että koodit vähitellen myös asemoituisivat suhteessa toisiinsa. Substantiivisen koodauksen edettyä ja koodien määrän kasvaessa oli minulle ja kognitiiviselle päättelylleni luontevinta lähteä ryhmittelemään koodeja ensin koodiryhmiksi. GT-menetelmässä kategoriat edustavat edustavat jotain ilmiötä, jolloin koodit alkavat saada merkityksen suhteessa toisiinsa kuvatessaan tämän ilmiön eri osia. Selitän luvussa 6.1. *Empiirisen aineiston substantiiviset koodit* miten olen analyysissä erottanut toisistaan koodien ryhmittelyn koodiryhmiksi ja kategorisoinnin. (Holton & Walsh, 2017, 96.)

Käytännön työskentelyä helpottavat lyhyet koodiryhmänimet ja kategorianimet vaativat rinnalleen selitteet, jotta niiden keskeinen merkitys ei unohtuisi analyysitaukojen välillä. Lisäaineisto, kirjallisuus mukaan lukien ja edelleen jatkuva avoin koodaus sekä vertaileva analyysi osoittivat kuitenkin vähitellen substantiivisen koodauksen ylittäviä yhteneväisyyksiä. Tällöin myös koodiryhmien ja kategorioiden nimet täsmentyvät. Aineiston yksittäisiä tapahtumia eli avoimia koodeja oli aluksi määrällisestikin hallitsemaan määrä. Vähitellen nämä lukuisat tapahtumat kuitenkin alkoivat jatkuvan vertailun tuloksena rakentua osiksi toisilleen eli ominaisuudet hierarkisoituivat kategorisiksi ja jäsentelystä tuli hallittavampaa myös kognitiivisesta näkökulmasta. Kategorioiden nimeäminen alkoi vähitellen myös muuntua abstrahoivaan ja teoreettiseen suuntaan. Menetelmän ansiona kuitenkin on, että analysoijan niin halutessa, kategoriat ovat tarvittaessa myös palautettavissa substantiiviseen eli alkuperäiseen empiirisesti todelliseen alkuperäänsä, substantiivisiin koodeihin. (Holton & Walsh, 2017, 96.)

Kaiken kaikkiaan avoimia koodeja oli aineistossa ollut parhaimmillaan noin 250 kappaletta. Tässä vaiheessa koodien ryhmittelyllä ja toisiinsa sulauttamisella niiden välille alkoi vähitellen jäsentyä myös merkityksellisiä yhteyksiä. Tällaisia olivat muotoilun kuluttamista ja käyttäytymistä selittävät suhteet, jolloin koodeja oli mahdollista osittain joko yhdistellä samaksi koodiksi tai ryhmitellä kuvaamaan osaa kokonaisvaltaisemmasta

kategoriasta. Keskeisin koodausta käsitteelliselle tasolle vienyt toimenpide ja vaihe oli ekologisuudesta koottu lisäaineisto ja sillä jatkettu selektiivinen analyysi. Tällöin haastattelujen erillisistä pääteemoista (ylellisyys ja ekologisuus) riippumattomien kategorioiden oli mahdollista nousta esille. Tässä vaiheessa kategorioita oli käsitteellisesti jäsennettävä monin tavoin uudelleen. Käytännössä tämä vaihe tarkoitti laajaa perehtymistä kirjallisuuteen kuten ruumiillisuuden filosofiaan, sosiaaliseen pragmatismiin ja käytäntöteoriaan.

GT-menetelmän mukainen koodauslogiikka eroaa merkittävästi esimerkiksi kvantitatiivisesta logiikasta, joka soveltaa dataan ennakoita käsitteellistettyjä kategorioita tai koodeja. Ankkuroidun teorian tuottamiseksi tutkija luo teorialleen itse omat koodinsa sen mukaan, mitä hän näkee ja löytää aineistosta. Koodit nousevat tutkiskeltaessa dataa tarkasti ja nimettäessä niitä merkityksiä, joita aineistosta löytyy. Tämän aktiivisen ja avoimen koodauksen kautta analyysin tekijä on vuorovaikutuksessa aineiston kanssa uudelleen ja uudelleen, kysyen siltä monia erilaisia kysymyksiä. Tuloksena koodaus voi viedä ennalta arvaamattomille alueille ja myös uusiin tutkimuskysymyksiin. (Charmaz, 2006, 46.)

GT-menetelmän mukaisessa jatkuvaa vertailua edellyttävässä analyysissä minua on auttanut laadullisten aineistojen hallintaan kehitetty tietokoneavusteinen *Atlas.ti*-ohjelma. Käytännön toteuttamisessa ja rutiiniomaisessa työskentelyssä laajojen aineistokokonaisuuksien kanssa se on ollut merkittävässä roolissa. On työlästä käsitellä runsasta, kuusisataasivuista litteroitua tekstiaineistoa manuaalisesti. Olen vienyt ja tallentanut *Atlas.ti*-ohjelmistoon kaikki primääridokumentit eli haastatteluaineistot ja niitä tukevat kuvat ja videokatkelmat. Tutkimusprosessin etenemisen vaiheet ovat ohjelmassa nähtävillä konkreettisesti, sillä olen työskennellyt koodausten kanssa siten, että kaikista avoimen koodauksen vaiheista on jäänyt jälki edettäessä selektiiviseen ja teoreettiseen koodaukseen. Osa vaiheista on tehty liiankin tarkkaan ja yksityiskohtaisesti. Analysoijana en esimerkiksi uskaltanut riittävän varhaisessa vaiheessa luottaa omiin tulkintoihini ja jatkoin avointa koodausta vielä silloinkin, kun kategoriat olivat jo selkeästi muodostuneet. Selektiivistä koodausta olisin siis voinut lähteä tekemään jo aikaisemmin. Tähän saattoi myös vaikuttaa laadullisesta tutkimuksesta omaksuttu käytäntö analyysin kylläntymisen tavoitteesta, joka ankkuroidun teorian tuottamisen alkuvaiheessa on helposti sekoitettavissa systemaattiseen avoimen koodaukseen.

Toisaalta, GT-menetelmän voi oppia vain sitä tekemällä, eikä ensimmäisessä teoriassa vielä välttämättä päästä substantiivisen vaiheen ylitse. Tällöin on myös hyvä muistaa mahdollisuus jatkotutkimuksiin kyseisen teorian kehittämisen parissa. Erinäisten GT-menetelmän opetteluksi luettavien työvaiheiden kautta minulle on avautunut menetelmän konkreettisuus teorian tuottamisessa. Ankkuroitu teoria on ei ole pelkästään tulosta satunnaisista neronleimuksista, vaan se on saavutettavissa järjestelmällisen ja pitkäjänteisen analyttisen työn kautta.



## 6 ULKOILMAHARRASTAJIEN MUOTOILUN KULUTUS

Tässä luvussa johdetaan lukijan **ankkuroidun teorian** tutkimusprosessin alkuun. Kerron teorian rakentamisesta ensin **avoimen koodauksen** vaiheiden näkökulmasta, jossa aineiston tapahtumat on koodattu 99 koodin alle. Tässä vaiheessa olen myös ryhmitellyt koodeja koodiryhmiksi. Nimesin koodit maksimissaan muutaman sanan mittaisilla koodinimillä. Ne kertovat lyhyesti, mistä niiden alle kertyneissä haastattelukatkelmissa, sitaatioissa on kyse. Toisin sanoen, mitä tapahtumia koodit pitävät sisällään. Sitaatioita on tekstissä nyt mukana tukemassa lukijan tulkintaa teorian kehittymisestä vaihe vaiheelta.

*Luksus ja muotoilu* -koodiryhmän esittelyn kautta etenen tässä luvussa koodiryhmiin *yllellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina* sekä edelleen *harrastamisen merkitykset ja luonto harrastusympäristönä ja varusteet* koodiryhmien esittelyyn (ks. Taulukko 3. Luksusaineiston koodiryhmät). Loput koodiryhmät jätän tässä luvussa vielä tarkemmin käsittelemättä, sillä niillä tai niiden sisäisillä käsitteillä, koodeilla ja ominaisuuksilla jatkan analyysiä mahdollisesti vielä toisessa analyysivaiheessa, **selektiivisen koodauksen vaiheessa**<sup>5</sup> luvussa 6.1.2 *Ekologisuus ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa*. Tuossa luvussa muotoilun kuluttamista tarkastellaan ekologisuus-temasta (ks. Taulukko 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät, s. 109). Siirryttäessä lukuun 6.2 *Teoreettiset* käsitteet, koodit ja *kategoriat*, nostan analyysistä esiin **teorian keskeiset kategoriat ja ydinkategorian** (Glaser, 1992, 38), joiden mukaan teksti etenee ja ankkuroidun teorian ydin alakategorioineen vihdoon jäsenyytensä lopulliseen muotoonsa luvussa 7 *Pohjoisen muotoilun teoreettiset käsitteet*. Luku 6.2 *Teoreettiset* käsitteet, koodit ja *kategoriat* on synteesi kahden aineistokokonaisuuden, luksuskuluttamisen ja ekologisen kuluttamisen punoutumisesta yhteen käsitteellisellä tasolla.

Avointen koodien ja niiden välisten keskinäisten suhteiden nimeäminen nousee aineistosta analyysin edetessä jatkuvan vertailun kautta. En tee nimeämisiä pakotetusti. Analyysin edettyä selektiiviiseen koodaukseen ovat koodit itsessään ominaisuuksina nostaneet aineistosta esille sellaisia aineistoa keskeisesti selittäviä tapahtumia ja yhteyksiä, joiden mukaan analyysiä jatketaan intensiivisemmin. Näistä koodeista käytän luvussa 6.1.1

---

5 GT-menettelyllä toteutetuissa ankkuroiduissa teorioissa avoimen koodauksen vaiheesta voidaan suhteellisen nopeastikin edetä aksiaalisen koodauksen vaiheeseen. Tässä tutkimuksessa analyysi on edennyt glaserilaisen ankkuroidun teorian suuntauksen mukaisesti, jolloin avoimen koodauksen vaihe on käytännössä pidempi ja on sisältänyt suurehkon määrän avoimia koodeja. Avoimesta koodauksesta on edetty selektiiviiseen koodaukseen. (Glaser, 1992, 61-63, 75-77.)



*Ylellisyys ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa* myös nimitystä **merkitykselliset ominaisuudet** (Glaser, 1992, 38).

Ominaisuudet voivat olla myös *käsitteiden käsitteitä* tai kuten käyttämäni laadullisten aineiston analyysityökalu *Atlas.ti*-ohjelmisto määrittelee *koodien koodeja* tai koodiryhmiä. *Koodien koodit* tai koodiryhmät ovat **käsitteitä**, joilla on jo lopullisessa teoriassa mukana oleville kategorioille tyypillistä käsitteellistä, abstraktia ulottuvuutta, mutta ei kuitenkaan vielä niin merkittävässä laajuudessa kuin käsitteellisillä kategorioilla. Koodien käsitteellinen nimeäminen on tutkimuksen keskiössä koko prosessin ajan ja vasta selektiivisen ja teoreettisen koodauksen vaiheessa ne alkavat asettua lopullisille paikoilleen käsitteellisinä kategorioina. Tässä tutkimuksessa ylellisyysaineiston ja ekologisen muotoilun kuluttamisen aineistojen avoimen ja selektiivisen koodauksen tuloksena löytyneet koodit ja niiden vertailu on nostanut esille tutkimuksen ydinkategorian, pohjoisen muotoilun sekä siihen liittyvät alakategoriat, joita tarkastelen lopullisessa muodossaan luvussa 7 *Pohjoisen muotoilun teoreettiset käsitteet*. (Glaser, 1992, 38, 61-63, 75-79.)

## 6.1 Empiirisen aineiston substantiiviset koodit

### 6.1.1 Ylellisyys ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa

Haastattelija: Kuka tai mikä sai teidät tämän lajin pariin? Mikä veti golf -kentälle?

Leila: Aktiivisesti mä lähdin hakemaan ulkoharrastusta. Me purjehdittiin perheessä, mutta sitten, sitten kun vene siirtyi veljelle niin piti hakea uus ja silloin mä ihan aktiivisesti, että mikä on sellainen mikä pitää ulkona. Se on golf.  
(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Ylellisyysaineiston, tai tuttavallisemmin luksusaineiston avoimen koodauksen edettyä pidemmälle ja koodimäärän lisääntyttyä aloin kuitenkin ryhmitellä koodeja jonkin kattokäsitteen alle sen mukaan, kun havaitsin tiettyjen koodien välillä samankaltaisuuksia tai muita yhteyksiä. Tässä luvussa esittelen kahdeksan koodiryhmää, joissa jokaisessa on 16-31 koodia (Taulukko 3.). Koodien ryhmittelyn olen tehnyt tässä luksusaineiston avoimen koodauksen vaiheessa selkeyttääkseni kasvavaa koodimäärää. Tästä syystä käytän tässä luvussa kateorioiden sijaan nimitystä koodiryhmä, sillä avoimen koodauksen vaiheessa en voi vielä selittää aineistoani käsitteellisellä, kategorisella tasolla (Glaser, 1992, 61). Koodien sisällön mukaisen koodiryhmittelyn perusteena on tässä vaiheessa kyse aineiston hallinnasta ja analyysiprosessin jäsentämisestä lukijalle, ei vielä varsinaisesta käsitteellisestä kategorisoinnista, joka alkaa selektiivisessä koodauksessa luvussa 6.1.2 *Ekologisuus ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa*.

**Taulukko 3. Luksusaineiston koodiryhmät avoimessa koodauksessa.**

KOODIRYHMÄT	KOODIEN MÄÄRÄT	SITAATIOIDEN MÄÄRÄT
Harrastamisen merkitykset	21 koodia	789 sitaatiota
Luonto harrastusympäristönä ja varusteet	16 koodia	634 sitaatiota
Ylellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina	18 koodia	621 sitaatiota
Luksus ja muotoilu	31 koodia	1809 sitaatiota
Sosiaalisuus	16 koodia	802 sitaatiota
Vapaa-aika vastaan työ	12 koodia	437 sitaatiota
Yllättävät koodit	7 koodia	235 sitaatiota
Useissa koodiryhmissä olevat koodit	17 koodia	641 sitaatiota
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>99 koodia</b>	<b>1991 sitaatiota</b>

Avointa koodausta voi kutsua myös tutkimuksen ideointivaiheeksi, jonka tehtävänä on saattaa koodausprosessi käyntiin (Koskela, 2003, 75). Tämä näkemys tukee myös käsitystäni analyysin alkuvaiheesta, jossa koodeja syntyy paljon ja aineiston hallinnan näkökulmasta niitä on mielekästä ryhmitellä. Kahdeksan tämän tutkimuksen avoimen koodausvaiheen koodiryhmää aakkosjärjestyksessä ovat: *harrastamisen merkitykset, luonto harrastusympäristönä ja varusteet, ylellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina, luksus ja muotoilu, sosiaalisuus, vapaa-aika ja työ, yllättävät koodit* sekä *useissa koodiryhmässä esiintyvät koodit* (ks. Taulukko 3. ja Liite 3. Luksusaineiston koodiryhmät).

Näistä kahdeksasta koodiryhmästä olen tässä luvussa valinnut tarkemman esittelyn kohteeksi aluksi määrällisesti eniten koodeja (31 koodia) sisältävän **merkityksellisen koodiryhmän** *luksus ja muotoilu*. Koodiryhmä on merkityksellinen, sillä se esittelee muotoilun kuluttamista luksus- ja ylellisyysteeman kautta ja johdattaa lukijan avoimen koodauksen kohokohtien kautta analyysin seuraavaan, selektiivisen koodauksen vaiheeseen.

Luksuksen moninaisia ulottuvuuksia käsiteltiin haastattelussa laajalti ja monien kysymysten kautta, jolloin tutkittavat pohtivat luksus-termin merkitystä luksuksen käyttöarvon, esteettisyyden ja turhuuden näkökulmista, kuten seuraavassa esimerkkikatkelmassa:

Leila: Täysin turha mutta, Ah niin ihana. Mulla on sellanen viitta. Se on, on, on siis niinku cashmere-silkki- Siis se on niinku villakangas, mutta se on cashmere-silkki musta viitta, jossa on musta kettuneus. Se on täysin turha, se on mulla ollut monta vuotta, mutta siis niinku mä käytän sitä ulsterin, ulsterin asemasta ja se on aivan ihana.

Tuula: Mulla ehkä ensimmäisenä tulis mieleen niin, niin yks kohtuullisen näyttävä, arvokas koru, timanttikaulakoru, jonka mä sain hääpäivälahjaks, 20-vuotis hääpäivälahjaks muutama vuosi sitten. Joka on todella täysin turha ja suhteessa siihen kuinka monta kertaa semmosta pystyy elämässään käyttää, niin on sitäkin turhempia mutta että-. Semmonen joka tekee aina hyvän olon, kun on joku tilaisuus, jonne voi sen panna

[Leila: Silloin kun tiaratilaisuus] Ei-ii. ((naurua))

Anita: Mä yritän kauheesti miettiä. Mä oo ihan- Pitäis varmaan miesystävältä kysyä. Mä luulen että hän osais heti huomauttaa et, et toi ainakin on. Mulla on semmonen tunne, et mä viime aikoina jotain sen tyyppistä hankkinut, mut se ei nyt tuu ihan mieleen. Mulla on kans semmonen korusetti, minkä timanttikorusetti, minkä mä oon aikanaan ostanu ja tota- Nehän on ihan turhia. Mä oon sanonu jo monena vuonna et, mulla on niin paljon koruja et mä ikinä enää osta yhtään korua, mutta mä aina sit kuitenkin sorrun (naurua) et. Tästä on sit pari kolme kuukautta aikaa, kun mä viimeks oon sortunu ja jopa saatan kauppaan menses- mä lähdän jonkun mukaan ja mä sanon et mä en osta mitään ja sit siin käy vanhanaikaisesti. Kyl mä oon varmaan ostanu vähän aikaa sit kotiin jonkun. Mulla on semmonen tunne, et mä oon ostanu jonkun, mistä mä oon niinku tajunnu et ei tätä tarvii mut tää on ihana.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Lisäksi keskustelua käytiin siitä, mikä merkitys täydellisyydellä on luksuksessa ja mitkä materiaalit, tuotteet ja tuotemerkit sekä palvelut ovat luksusta. Lisäksi keskusteltiin siitä, mitä ylellisyyselementtejä omaan harrastukseen sisältyy. Muiden ihmisten käyttämää luksusta ja luksuksen rahallista sekä status-arvoa pohdittiin myös haastateltavien kesken.

Haastattelija: No kiinnitättekö sitte huomiota toisten ihmisten käyttämiin tai omistamiin luksustuotteisiin?

Tuija: (2) No jos jollakulla on oikeen hyvän näkönen turkki taikka joku niin kyllä sen huomaa muttei niinku ei ehkä erityisesti kiinnitä huomiota toisten tavaroihin.

Pia: (3) En mä mä rupesin vast miettii että ei en varmaankaan ellei satu sitte olee ittelle semmonen tilanne että on miettimässä jonku asian hankintaa ni sit niitä alkaa niinku näkee joka puolella (.) mut et niinku sanoit että joku turkki jollakin on semmonen kaupungilla talvella päällä joka näyttää oikein erityisen hyvältä, kyl mä sillon niinku kiinnitän siihen huomiota ja saatan sitä niinku mielessäni ihhailla (.) mä en oo mikään kettutyttö ((nauraa)).

Haastattelija: (3) No suhtautuuko teijän mielestä ihmiset yleensä eri tavalla ylellisyystuotteita käyttäviin ihmisiin?

Tuija: Suhtautuu. (.) Mä oon tämän testannu ku mä oon periny mun mummolta turkin ja jos mä vedän sen päälle ja lähen kaupungille nii kyllä se on niinku ihan eri kohtelu kauppoissa.

Pia: (2) ( ) ((nauraa))

Tuija: Niin.

Pia: Joo ((nauraen)) joo. (2) Mä oon myös kokenu niin että että jotkut (.) myös vähän ylenkatsoo semmosta (.) et siinä mielessä saattaa olla myös näin päin (.) sitä saatetaan pitää semmosena humpuukkina ja hömpötyksenä ja -

Tuija: Pinnallisena.

Pia: pinnallisena [ja.

Tuija: Jo]o. (2)

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Oulu)

Luksuksesta ja muotoilusta käytävä keskustelu käsittää myös muotoilua ja muotoilijoita, *designia* ja *designereita* määrittelevät tapahtumat sekä koodit laadusta, aitoudesta, antiikista, muodista ja luksuskäsityöstä.

Anita: [0]ppihan sitä sit sillä tavalla- Kyllä mäkin niiku- Mä kokeilin just Kiinassa Marimekon jäljitelmiä, niin se on vähän niinku yö ja päivä. Et kyllähän se niinku, kyllähän sen tietää et menee Marimekkoon niin sieltä saa hyvä laatusta. Kun menee niinku- tällä tavalla ne niinku yhdistyy, mut tällä tavallaan niinku välttämättä sitte - Et se mitä mä ehkä tarkotin niin on se, että mä en välttämättä niinku oo- Kun mä kuulen et se on jonkun suunnittelijan, et mä olisin valmis sen suunnittelijan, designerin takia maksamaan siitä ekstraa. Sitä mä en oon. Mut sit mä kyl pidän sitä tärkeenä tavallaan niinku laadun takeena, et siinä on joku nimi takana.

[Tuula: Joo-o] Et oli se Marimekko tai mikä tahansa ja aika. En mä tiedä onks se tämmöstä patrioottisuutta et, et jotenkin sitä luottaa niinku aika paljon näihin tiettyihin kotimaisiin tällasiin - myös muihin. Myös ulkomaisiin nimiin.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Status on käsite, joka yhdistyy luksukseen helposti mieikuvien tasolla. Tämän osoitti myös

aineisto, sillä keskustelu sosiaalisista asemista nousi esille ainoastaan keskusteltaessa luksus-tuotteiden omistamisesta ja käyttämisestä. Luksukseen liittyen status koodina kuuluukin ainoastaan tähän *luksus ja muotoilu -koodiryhmään*, joskin sosiaalisena ja yhteiskunnallisena ilmiönä sen voisi ajatella sijoittuvan helposti myös koodiryhmään sosiaalisuus.

Haastattelija: Voiko teidän mielestä sanoo, että purjehtiminen on ylempään luokan harrastus?

Jonni: No mun mielestä ei ( ) koska mä tossa joudun paljon eri ihmisten kanssa tekemisiin jotka on lajin parissa ( ) ei se ei se kyl se niinku se miellelyhtymä mulla aikase- aikasemmin oli että et on siellä vähän niinku semmosta ( ) nyt oon tavannu paljo semmosii ihan tavallisia ihmisiä [--] niinku se se lajin status on muuttunu ihan semmonen vähän niinku maanläheisemmäks et se ei oo enää sitä et sitä (.) tietty ryhmä vaan harrastaa sitä että.

Susanne: No ehdottomasti siis kyllähän se profiili on muuttunu [--] et se tää niinku elänyt sitten osittain, ehkä elää vieläkin mutta mut tota ni semmonen niinku käsitys vähä tämmösestä sanotaan niinku suomenruotsalaisista varakkaista (.) johtajista, jotka harrasti niinku purjehdusta joskus sillon tuhatyheksänsataa luvun alussa niin niin tuota ni kylhän se siitä on muuttunu ihan semmoseks (.) koko kansan koko kansan lajiks että et en mä niinku nää, tietysti siellä löytyy edelleenkin niitä (.) suomenruotsalaisia varakkaita johtajia ((naurahtaan)) mut mut ne on jo vähemmistössä et et kyllä kyllä siit on niinku tullu tullu ihan ihan semmonen niinku jokamiehen laji.

(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Helsinki)

Statuksesta ei kuitenkaan syntynyt enempää keskustelua siirryttäessä harrastamista käsitteleviin teemoihin. Tämän vuoksi se jäi omana koodinaan vain tähän *luksus ja muotoilu -koodiryhmään*. Sen sijaan aineistosta nousi selkeästi esiin kolme muuta koodia, jotka myöhemmässä selektiivisen koodauksen vaiheessa nousivat keskeiseen osaan ja aina ydinkategoriaan saakka vaikuttaviksi koodeiksi. Käsitteellisesti ne muuntuivat toisenlaiseen muotoon vasta teorian rakentamisen loppuvaiheessa. Nämä kolme avoimen koodauksen keskeistä koodia ovat *luksuksen turhuus ja esteettisyys; elämys, kokemus ja tunne* sekä *nautinnollisuus, mukavuus ja mielihyvä*.

Luksusaineiston viimeisimpien haastattelujen läpi käynti avoimen koodauksen periaatteiden mukaisesti alkoi osoittaa analyysin kylläntymistä avoimen koodauksen osalta: uusia koodeja ei enää syntynyt eli aineiston pilkkominen ja näin syntyneet osaset löysivät paikkansa olemassa olevien koodien ja käsitteiden alta.

Seuraavaksi oli tarkasteltava **koodeja ja niiden sisältöjä suhteessa toisiinsa**. Osa koodeista sisälsi selkeästi määrällisestikin enemmän tapahtumia eli haastattelukatkelmia. GT-menetelmässä koodien alle kertyvien sitaatioiden määrä ei ole kuitenkaan osoitus

koodien lopullisesta merkityksestä osana lopullista ankkuroitua teoriaa. Jatkuvan vertailun menetelmän mukaisesti koodit erilaisine variaatioineen ovat asettaneet koodauskriteerini jatkuvaan tarkisteluun myös määrällisten ominaisuuksiensa mukaan. Avoimessa koodauksessa syntyi nimittäin myös koodeja, joiden alle olin sijoittanut vain yhden tai vain muutaman tekstikatkelman. Nämä koodit sisälsivät haastatteluista poimittuina sitaatioina kuitenkin jotain niin merkityksellistä, että en jättänyt niitä huomiotta, jotta ne eivät katoaisi. Päätin sijoittaa ne osaksi jotain toista jo kategorisoitumassa olevaa kokonaisuutta. Näistä koodeista kokosin varalta kuitenkin koodiryhmän *Yllättävät koodit*.

Semioottisten vastinparien etsintä voi olla hyvä tapa saattaa aineistolähtöinen analyysi alkuun, mutta se ei kuitenkaan ole avoimelle koodaukselle välttämätöntä (esim. Koskela, 2003, 85-88). Analyysin alkuvaiheessa huomasin etsiväni aineistosta tällaisia koodeja, jotka myöhemmin asettuivat anlyysin **semioottisiksi vastinpareiksi** kuten *luksuksen turhuus ja esteettinen arvo* vastaan *luksuksen käyttöarvo, kallis luksus tai design* vastaan *massatuote, arkinen* vastaan *jublava* sekä *materiaalinen* vastaan *immateriaalinen luksus*. Esittelen nyt ne koodiryhmän luksus ja muotoilu alle luokittelemani merkitykselliset koodit ja ominaisuudet, jotka nousivat avoimessa koodauksessa selkeästi esiin ja osoittivat merkityksellisyytensä tulevan teorian kannalta joko semioottisina vastinpareina tai yksinään. Lukuun poimitut nostot eivät kata kaikkea koodiryhmän alle koodaamaani sisältöä. Esimerkiksi luksuksen turhuutta ja käytettävyyttä tarkasteltaessa *luksuksen turhuus ja esteettinen arvo* -koodin alle kerätyt tapaukset osoittautuivat lopulta teorialle keskeiseksi sisällöksi. Tuotteiden ulkoiset, esteettiset ominaisuudet ilmensivät tutkittaville lupausta tuotteen käyttöarvosta ja tarpeellisuudesta sen sijaan, että ne olisivat esteettisellä ulkomuodollaan ilmaisseet tuotteen olevan pelkästään kaunis ja siksi tarpeeton ja turha. Seuraavassa haastattelukatkelmassa nousee esille useampi edellä mainituista semioottisista vastinpareista, *esteettinen* vastaan *käyttöarvo*, *kallis luksus tai design* vastaan *massatuote* ja *arkinen* vastaan *jublava* tuote:

Haastattelija: Mitä muita ylellisyystuotteita saattaisi löytyä sieltä kaapista?

Meeri: No mä oon ainakin hyvin ylpeä [--] kun asuttiin luksemburissa ((Luxembourg)) ni mä ostin villeroi ja bohhin ((Villeroy&Boch)) astiaston niin kyl se, se on meillä pyhäastiasto ja tuota, kyl mie tunnen vieläkin niinku tyydytystä kun mie katon sen, että mie oon edelleen tyytyväinen siihen valintaan ja mun mielestä se on kaunis ja klassinen astiasarja että (.) et se on. Jo se että se on pyhäastiasto niin se on niinku jo (.) se tuo pöytään ihan erilaisen tunnelman sitten kun ne katetaan ne ne astiat tuota pöytään.

Ilona: Ihan sama tilanne itse asiassa, me investoitiin viime syksynä, me ostettiin nimenomaan sama siis villeroilta ei sama sarja, niin tota, semmonen astiasto ja kyllä mä silloin koin että et jollain tavalla semmonen yks haave että mä aina ajattelin että jossain vaiheessa nyt

mä alan olla kyllä jo sen ikänen että mun on päästävä niinku, tai me ollaan eletty niillä astioilla joita me saatiin häälahjaksi eikä siinä niinku mitään, ihan ok ne on nekin, mutta ne on enemmän tämmöstä pentikin, yhtäältä sitäkään väheksymättä niin niin tämmöstä vähän raskaampaa savimateriaalia noin niinku tyyllillisesti niin jotenkin oli semmonen tarve että nyt olen ehkä sen ikäinen että ((naurahtaan)) että mä rupeen ehkä harkitsemaan kristallikruunua [--] mutta jotenkin tuli semmonen tarve ni kyllä mä sen koen että kun päätettiin että et laitetaan rahaa tämmöseen ja hankitaan ja, ja se on siellä astiakaapissa ja sit ne otetaan niinku tietyissä tilanteissa esille niin on siinä aina todella semmonen oma tuntunsa, että sit kun niillä on [syömässä]

Haastattelija: Onko nämä peräti köökin kaapissa vai onko ne jossain muussa kaapissa?

Ilona ja Meeri: olohuoneessa ((yhteen ääneen))

Haastattelija: Niin just että ne on näkysällä.

Ilona: j[oo]

Meeri: nimenomaan]

Haastattelija: Eri kaapissa kuin se aamukahvi[kalusto]-

Ilona ja Meeri: [kyllä, kyllä]

Haastattelija: Ja onko lasiovet tai?

Ilona: on [on]

Meeri: on lasiovet]

#### 6.1.1.1 Luksus ja muotoilu

Luksus suomalaisessa muotoilun kulutuksessa poikkeaa omintakeisesti länsimaisesta luksuskulutuksesta. Edelleen, luksuksen merkityksillä ja omaksumistavoilla on havaittavissa eroa myös pohjoisen ja eteläisen Suomen välillä. Seuraavaksi käyn läpi, miten luksus näytättyy osana suomalaista muotoilun kulutusta aineiston esiin nostamana alaluvussa *Luksus Suomessa*. Luvuissa *Luksustuotteen perusominaisuudet*, *Luksuksen käyttöarvo* ja *Luksuksen eksklusiivisuus ja erityisyys* esittelen tuotteisiin liitettyjä ominaisuuksia kuten laatua, aitoutta, klassisuutta, käsityötä ja käytettävyyttä osana luksustuotetta ja sen arvon määrittelyä. Palveluihin ja elämyksiin perustuva nautinnollisuus osana modernia, uutta luksuskäsitystä on tarkastelun kohteena luvussa *Nautinnollinen uuden ajan luksus*. Kulutustutkimusten mukaan yksilöllinen kulutus on keskeinen nykyaikaista kuluttamista selittävä tekijä. Wilskan (2002, 195) mukaan digitaalisen aikakauden postmoderneja kuluttajia pidetään yleisesti arvaamattomina, individualistisina, vapaina ja hyvin asiantuntevina kulutusmalleissaan. Heihin eivät vaikuta sosiaalinen ympäristö ja kontekstit, ja halutessaan he voivat kuluttaa mitä tahansa tuotteita ja palveluja (vrt. Wilska, 2002, 196).

Uuden ajan kuluttamisen vapautta selittää aineistosta esiin noussut koodi ja

ominaisuus, *Luksuksen ruumiillisuus*. Luksuksen historiallinen ja käsitteellinen tausta nousee aineiston osoittamana esiin ruumiillisina suhteina esineisiin ja materiaan. Historiassa tämä ruumiillistunut suhde on ollut myös vahvasti sukupuolittunut, millä puolestaan on ollut oma pysyvä vaikutuksensa käsitteen moniselitteiseen ja varaukselliseen tulkintaan. Viimeisessä alaluvussa *Vapaa ylellisyyskäsitys* tiivistän koodiryhmän keskeisen sisällön tutkittavien käsityksistä luksuksesta ylevänä ja yhteiskunnallisista määritelmistä vapaana, jossain määrin jopa tuotteiden materiaalisuudesta irrallisena ominaisuutena.

## Luksus Suomessa

"[K]un yhden kulttuurin elementti saapuu toiseen kulttuuriin, niin se omaksutaan vastaanottavan kulttuurin ehdoilla, se muunnetaan tai se muuntuu itsestään, huomaamatta, vastaamaan tämän tarpeita" (Alapuro 2006, 56).

Aineiston avoimessa koodauksessa esille nousee ensimmäisenä luksuksen määrittelemisen hankaluus. Mitä se on Suomessa ja suomalaisille? Empiirisen aineiston rajausta pohjoiseen kontekstiin ja tutkimuksen ensimmäinen alakysymys kysyvät tätä siitä näkökulmasta, miten pohjoisuus ilmenee ylellisessä muotoilun kuluttamisessa.

Luksuskuluttamisesta käyty keskustelu tutkittavien kanssa osoitti tutkittavien moninaiset käsitykset siitä, mitä luksus on. Usein vastaaminen oli hankalaa, ja useimmissa tapauksissa tutkittavat käänsivät termin kuultuaan sen määrittelemisen vastuun takaisin haastattelijoille pyytäen heiltä tarkennusta luksuksen määritelmään. Näin ollen tutkittavien kanssa käytiin polveilevia keskusteluja siitä, mitä luksus on, mitä luksusta he omistavat ja mitä se heille merkitsee. Keskustelun avaamiseksi luksustuotteiden ja -palvelujen kuluttamiseen liittyviä kysymyksiä laajennettiin sillä, että tutkittavia pyydettiin kertomaan omassa elämässään ylellisiltä tuntuneista kokemuksista ja tilanteista. Tämän jälkeen näistä tilanteista ja niiden yksityiskohdista keskusteltiin hieman yksityiskohtaisemmin. Haastattelijan vapautettua haastateltavansa luksus-termin aikaan saamasta ”materiaalisesta” painolastista, kertoivat tutkittavat erilaisista oman elämänsä ylellisyyskokemuksista, pienistäkin nautintoa ja mielihyvää tuottavista asioista, kuten vaikkapa tutkimukseen osallistumisesta:

Haastattelija: [M]ikä teille tuottaa nautintoa ja iloa ja sitä kautta ois ylellisyyttä? Jotkut tietyt hetket tai elämäntilanteet tai tapahtumat? Krister: (.) Mun mielestä tota ni mä oon semmoses aika onnellises asemas et mä saan tehdä mitä mä haluan ni (.) pääsääntöisesti mun elämä on niinku ei voi sanoa että ( ) ((nauraen)) mut se on tosi nastaa sit mä oon ihan niinkun tyytyväinen ja niinku totta kai on yksittäisiä erittäin hyviä juttuja ja sitte ei niin hyviä juttuja mutta



tota ni kyl niinku esimerkiks täällä on niinku hauska olla teijän kans  
täällä mä nautin koska mä en oo ajatet- mä en oo pohtinut noita asioita  
ollenkaa tolla tavalla siis mä oon ollu niinku eri taval pohdin täs  
joutuu oikei yrittää niinku mieltii fiksumi et mitä noihin vastais  
jotta niinku tota vastais rehellisesti et hei näin mä tätä ajattelen  
ja tää on niinku tota positiivinen tapahtuma nin kyl tämmösiä niinku,  
ylellisyyttä on oikeestaan se et et joskus on jopa liian hauskaa, liian  
hyvä olla ku haet (.) ajattelee ympäristöä millä ei ehkä jokaisella  
ole niin ( ) kyl mul on ylellisen hyvä elämä, mä haen vaan mä oon  
tyytyväinen [( ) mä oon tyytyväinen.  
(Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Modernissa nyky-yhteiskunnassa luksuksesta on tullut kulutusilmiö. Perinteinen länsimai-  
nen käsitys luksuksesta on sidoksissa statukseen ja yhteiskunnalliseen asemaan. Tällöin  
ilmiötä määrittelevät omistussuhteet kuten suvussa sukupolvelta toiselle periytyvä raken-  
nettu ja rakentamaton omaisuus, maat, kartanot, taide ja antiikki. Suomalaiseen kieleen  
vierasterminä tullut luksus sisältää vahvoja kulttuurisia merkityksiä kuten sukupolvelta  
toiselle kantautunutta perinnetietoa siitä, mikä on luksusta ja ylellistä. Aineiston mukaan  
tätä tietoa on käytettävissä vähän, jolloin asiaa pohditaan haastattelussa vasta sen esille  
tullessa:

Haastattelija: Osaatteko sitten nimetä ylellisyystuotteita teille [--]  
minkä on viimeksi hankkinu jonku tuotteen jonka mieltää ittelleen  
ylellisenä?

Heidi: (4) Joo vain ( ) mieltii ehkä menee semmoseen  
kulutushyödykkeitten puolelle tai kosmetiikkaa tai jotain semmosta  
saattaa sitte olla mutta (.) jota vois niinku ajatella että e on  
ne ei oo mitenkään niinku välttämättömiä ((naurahtaan)) mutta (5)  
ei kyllä oikee hirveesti tuu mielee että (.) no ehkä ehkä (.) ei ei  
oikeen kotiinkaa oo satsattu mitään ylellistä (2) ei tuu mieleen (.)  
vanhalla auton rutkullaki ajaa ni sitä ei kauheen ylellisyyeksi voi  
sanoa ((nauraen)) (.) se vaan että se on ni ((naurahtaan)) se on ehkä  
ylellisyyttä että ei tartte pyörällä ennää kulkea että ((naurahdellen))

Mikko: (4) Joo en minäkää oikeestaa hoksaa mitään mitä mulla ois  
jotenki ylellistä että tietenki sitä voi luetella kaikenlaisia  
ylellisyystarvikkeita [mutta -

Heidi: Ehkä] jos ois semmonen lista että rasti mikä on näin ni [se ois  
paljo helpompi ettei ite ( )

Mikko: Nii sitähän vois laittaa] hienoja viinejä ja kalliita (.)  
vuosikertakonjakkia ja tuota (.) jotaki.

Heidi: (.) Rapuja on pakastimessa ((naurahtaan, myös taustalla  
naurahduksia)) seki vois kaurapuurolla korvata periaatteessa että-

Mikko: Vaimollehan voi ostaa hienoja timanttia ( ) ylellisiä.

Heidi: (2) Joo ( ).

Mikko: Nii kato ku ne ( ) ((puhuu hiljaa)) ettei oo niinko mittää mittää hyötyä niistä.

Heidi: Nii no ainaki arvo säilyy.

Mikko: Nii ((naurua))

Antti: Taikka joku toinen sitte tämmönen semmonen keh[ystetty] yks taulu minkä ostin ehkä ne niinku tämmönen (.) öljyvärimaalauksen ehkä sitä voi pittää niinku ylellisyytenä koska sehän nyt on (.) siinä ei oo niinku oikeen mittään muuta iloa ku sitä voi sillon tällön vilikasta ( )

Heidi: Nii.

(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Luksusta päädytään määrittelemään toisaalta länsimaisen nyky-yhteiskunnan markkinataloudellisesta kontekstista ja kulutusilmionä, jopa muotina. Toisaalta siinä nähdään myös jotain sellaista arvoa, mikä ei tutkittavien mukaan mitenkään liity jokapäiväiseen kulutuskäyttämiseen.

### Luksustuotteen perusominaisuudet

Luksus kulutusilmionä on kiinnostava myös siksi, miten sen mukanaan kantamat historialliset merkitykset kuten menneiden aikojen kuninkaallisen loistokkuuden jäljittely on säilynyt nykypäiviin saakka. Luksuksen tuotteistamisessa tukeudutaan ajan patinoiman aidon antiikin ja taide-esineiden jäljittelyyn, luksuksen romantisointiin. Uusia luksusesineitä puolestaan ovat paitsi nämä menneen ajan tyyllisuuntauksia jäljittelevät kotien sisustuselementit kuten posliiniastiastot ja huonekalut, ennen kaikkea myös uudet modernit taideteolliset ja taide-esineet, design ja muotoilu. Kaikille moderni muotoilu ei kuitenkaan riitä tuomaan kotiin sitä vanhojen tuotteiden merkitystä ja tuntemusta, mikä antiikista välittyy:

Anne: Joo, no se että musta on no luksusta on ostaa antiikkiesine, antiikkikaappi sehän on luksusta ja se on ainutkertanen ja se on se on ollu yli sata vuotta jossakin ja sitten se saa kunnan kotiin mä oon kovasti tykkään siitä asiasta mutta sitte en tämmösiä niinkun jos nyt on joku pitäny kymmenen vuotta jotain (.) Lundiaa jossakin mä en (.) sitä halua vaan semmonen ihan aito antiikki ni se on se on upee juttu. (Naisgolfarin haastattelu, Rovaniemi)

Aineistossa on kymmenittäin kuvauksia, sitaatioita siitä, miten tuotteiden antiikkisuus ja aitous ovat luksustuotteisiin liitettyjä ominaisuuksia. Antiikkia arvostetaan, koska ”se on oikeasti vanhaa eikä vanhennettua”, mikä kertoo tutkittavien arvioivasta suhtautumisesta

myös nyky-yhteiskunnan kulutukseen. Tuotteiden inhimillistäminen pohtimalla niitä ”oman elämänsä tarinan kantajina” voi olla omistajalleen ja käyttäjälleen merkityksellistä. Tavarat muistuvat mieleen ja nousevat esille materiaalisesta paljoudesta ja ovat tällä tavalla punoutuneena osaksi ihmisen oman elämän tarinallisuutta.

Monien tuotteiden ja esineiden ollessa tutkittavien elämässä enemmänkin kuin vain kulutushyödykkeitä, on ilmiö markkitaloudellisen toiminnan ja hyödykkeistämisen näkökulmasta monimutkaista. Tuotteiden kuluttajaryhmittäinen segmentointi ei olisi näin ollen kovin mielekästä ja toimivaa. Appadurain (1986, 15) mukaan hyödykkeistäminen tapahtuu monimutkaisessa temporaalisten, kulttuuristen ja sosiaalisten tekijöiden risteyskohdassa, mikä tarkoittaa käytännössä sitä, että yhä useampi asia kokee kulutushyödykevaiheensa ja yhä useampi konteksti tai elämissaailman alue voidaan hyödykkeistää - tai vähintään asettaa ehdolle hyödykkeeksi. Hyödykekonteksti voi sosiaalisena asiana tuoda yhteen toimijoita hyvin erilaisista kulttuurisista järjestelmistä, eikä toimijoiden tarvitse kyetä jakamaan samaa käsitteellistä ymmärrystä muusta kuin kyseessä olevien objektien kaupallisista vaihtosuhteista. (Appadurai, 1986, 15.) Muu merkitysten tuottaminen on ei-kaupallista arviointia kuten traditionaalisissa yhteiskunnissa, joissa osapuolet neuvottelevat aina yksityisistä vaihtosopimuksista. Nykytermein tätä voisi kutsua myös kiitollisuudenvelkaisuuden insinööritaidoksi. (Appadurai, 1986, 19.)

Haastattelija: No sitten tähän meidän aiheeseen liittyen niin [--] onko tämä metsästys teidän mielestänne ylellisyyslaji?

Jussi: (.) Ei ainakkaa minun mielestä täällä pohjosesa ainakkaa ole. (.) Se voi olla jossaki, missä se on kaupallista hommaa aivan, mutta meillähän se ei sitä ole ollu. (.) Minun mielestä se on tärkeä harrastus, joka (.) ei ole missään tapauksessa ylellisyyttä.

Jouko: Joo ei, siinähän on tieteenki joitaki (.) mutta niinkö Heikki sano, ne on elinikäisiä hankintoja [--] välttämättömiä varusteita [--] ei se mitään ylellisyyttä.

Heikki: Joo, ei minukkaa mielestä, se on aivan semmonen tava[llinen] keskiverto kallis ja kaikkien saavutettavissa oleva meillä Lapissa ja, kohtu hinnalla pääsee alkuun ja kaikki pääsevät sitten harrastamaan tätä, että se on niitä arvokkaita näkökulmia että, kohtuuhinnalla ja kaikilla on mahdollisuus (.) tulla, tulla tämän harrastuksen piiriin ja, ja se on sen vahvuus ja voima, kääntäen on suuri uhka jos tästä tulis sellanen ylellisyys ja eliitti (.) laji, että veroäyrit ja rahanmäärä ratkaisis kuka pääsee metsästään sen, mää väitän että et se tuhoais eettisen pohjan ja tämän harrastuksen arvostuksen.

(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Hyvin suunnitellut *design* -tuotteet edustavat aineistossa niitä tämän päivän huippuesineitä, joiden arvo on ilmaistava ja mitattavissa muutenkin kuin kaupallisena hyötynä.

Haastattelija: Mitä merkitsee tuotteen design ja tuotteen muotoilija, suunnittelija?

Tuula: Mä en pidä itseäni hirveen materialistisena ihmisenä, mut sitten mulla on- . Mun elämään käveli yks esine, jonka kun mä näin sen ensimmäisen kerran, mä sain heti tietää kuka sen designeri oli, mutta, mutta sillä ei ollut merkitystä. Mut kun mä näin sen, niin mä ajattelin et mun on pakko saada. Se oli mulle niinku päivän selvä asia. Mä hankin sen heti. Ja se on Sarpanevan Barcelona. ( ) Siit mä en luopuis. Mä vaan, mä en oo koskaan- mä en osaa selittää, miks mä siihen ihastuin ja hän on kuulemma sanonut et se on maailman kaunein esine ja mä en oo kauheen eri mieltä siitä. Must se on ihana.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

*Design* on noussut aineistossa esille esimerkkinä nykyaikaisesta luksuksesta. Silloin siihen viitataan termillä klassinen, mikä modernissa muotoilussa on rinnastettavissa antiikin aitouteen. Klassisuus ja aitous ovat molemmat laadun tae.

Meeri: No mä oon ainakin hyvin ylpeä nyt kun mainitsit astiat niin kun asuttiin luxemburissa ((Luxembourg)) ni mä ostin villeroi ja bohhin ((Villeroy&Boch)) astiaston niin kyl se, se on meillä pyhäastiasto ja ja tuota, kyl mie tunnen vieläkin niinku tyydytystä kun mie katon sen, että mie oon edelleen tyytyväinen siihen valintaan ja mun mielestä se on kaunis ja klassinen astiasarja että (.) et se on. Jo se että se on pyhäastiasto niin se on niinku jo (.) se tuo pöytään ihan erilaisen tunnelman sitten kun ne katetaan ne ne astiat tuota pöytään et ne on kyllä semmosia.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Huippumuotoilun, *designin* laatuikäisyys perustuu tutkittavien näkökulmasta myös käsityön arvostukseen. He mieltävät designin taiteeksi ja työksi, joka on käsityötä. Muotoilun käyttäjille ja kuluttajille muotoilun ammattilaisten ja muotoilun kentän käyttämät termit eivät kuitenkaan ole kovin selkeitä. Muotoilun kenttä jaottelee taideteollisuuden teolliseen muotoiluun ja taidekäsitteeseen, joskin jälkimmäistä on alalla vaikeinta liittää muotoiluun (Kälviäinen, 1996, 82). Muotoilulla onkin enenevässä määrin viitattu teolliseen muotoiluun, eikä juurikaan enää edes taideteollisuuteen, jolloin arkikielen miellejyhtymä käsillä tekemisestä jää kuulijan oman aikaisemman tietämisen ja loogisen päättelyn varaan. Tutkittavat kuitenkin viittaavat luksusta ja muotoilua määritellessään niin taiteeseen kuin käsityöhönkin ja pohtivat tuotteita ja esineitä erityisesti ”käsillä tekemisen” näkökulmasta.

Luksusaineistossa käsityö ja sen arvostus yhtenä luksuksen ominaisuutena nousee selkeästi esille. Käsityön ja luksuksen erottamaton yhteys tunnustetaan yleisesti luksukseen

liittyvissä alan keskusteluissa (Wierzba, 2015, 10). *Luksuskäsityö* -koodin alle olen koonnut tässä analyysin alkuvaiheessa tapahtumia, jotka tulevat myöhemmässä vaiheessa osaksi tutkimuksen keskeistä kategoriaa. Kategoriaa en pysty vielä tässä vaiheessa nimeämään lopullisesti, mutta luksusaineiston osalta se sisältää ominaisuuksia kuten ”käsityö”, käsillä tekeminen” ja jopa ”käsittäminen” asioiden ymmärtämisenä käsillä tekemisen kautta. Edellä määritellyt laatu, klassisuus ja aitous ovat käsityöhön vahvasti kiinnittyviä ominaisuuksia ja niillä on edelleen yhteys myös hieman kokonaisvaltaisempaan luksusta ja muotoilua määrittelevään ominaisuuteen, tuotteen käyttöarvoon.

## **Luksuksen käyttöarvo**

Luksuksen käyttöarvo, jolla tässä tutkimuksessa viitataan nyt myös muotoilun, *designin* käyttöarvoon, voidaan tiivistää vaatimukseen hyvästä suunnittelusta:

Pirjo: No se käytännöllisyys. (2) Kyllä se jossei se oo käytännöllinen, ni ei niitä kannate suunnitellakaan tai ainakaa tuua markkinoille tekkee niistä sitä disainia ((naurua))  
(Naismetsästäjien haastattelu, Rovaniemi)

Hyvään muotoiluun tulisi kuulua kokemuksen kokonaisvaltainen huomiointi. Tämä tarkoittaa tilanteen sosiaalista ulottuvuutta sekä tuotteen ja kokijan välistä vuorovaikutusta. Lisäksi muotoilijalla tulisi olla omakohtaista kokemusta siitä, miten eri aistien, eleiden ja ympäristöjen vaikutus tuotteen käyttöön vaikuttaa tilannekohtaiseen kokemiseen, elämyksellisesti. Elämykset ovat muotoilun lähtökohta. (Mattelmäki & Battarbee, 2000, 155.) Alakärpän (2014, 29) mukaan konteksti ja käyttökokemus ovat erottamattomassa suhteessa toisiinsa, kun halutaan määritellä käyttökokemusta. Käyttöarvo ja tuotteiden standardoitu käytettävyyden arviointi ovat kuitenkin kaksi erillistä asiaa. Tässä tutkimuksessa tavoitteena ei ole määritellä suomalaisten luksustuotteiden käyttöä olemassa olevien virallisten standardien ja luokitusten mukaan, vaan tarkastella luksusta tuoteominaisuuksista käsin siltä osin, kun ne nousevat aineistosta esiin lopullisen teorian kannalta merkityksellisinä ominaisuuksina ja arvoina tutkittaville.

Matkailun kulttuurintutkimuksen kirjallisuudesta (Selänniemi, 1996) olen paikantanut yhteyden matkailusta ja muotoilusta elämyksenä. Inhimillisen kokemuksen tasolla matkailun ja muotoilun kuluttamista voidaan verrata toisiinsa esimerkiksi siirtymisenä arkisesta normirakenteesta johonkin toiseen kuten juhlan kontekstiin. Siinä, missä matkailija kokee eräänlaisena rituaalisena ja liminaalina tilallisena siirtymänä lomalennon Helsinki-Vantaalta Kanarialle (Selänniemi, 1996), voidaan luksusta muotoilun kuluttamisen kontekstissa tarkastella vastaavanlaisena siirtymisriittinä tai tilallisena siirtymisenä olotilasta toiseen, arjesta

juhlaan. Muotoilun kuluttamisessa siirtymän toteuttaminen on kenties helpompi toteuttaa kuin matkailun kontekstissa. Tila ja olotila voivat vaihtua pelkästään pukemalla juhlava koru tai luksuslaukku, tai lounastamalla vapaamuotoisesti hieman korkeatasoisemmassa ravintolassa keskellä arkea.

Haastattelija: No tuota missä näitä ylellisyystuotteita sitten missä tilanteissa niitä pidetään?

Pia: [E]n oo semmonen ihminen joka, tiedän että on sellasia jotka pitää sitä yhtä kelloo siellä kirjahyllyssä ja sit se pannaan sit vaan juhlapäivinä kätteen [--] ylellisyystavaroita kyllä mä käytän niitä sitte ihan arjessaki (.) mutta en niinku koko ajan enkä näin että jos vaan sattuu olemaan ja on semmonen fiilis tai se soppii jonku vaatteen kans tai tai tilanteeseen niin (.) ei tarvii olla mikään erityinen juhlatilanne.

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Oulu)

Ylellisinä pidettyihin tuotteisiin liittyvä käyttöarvo näyttäisi aineiston valossa perustuvan myös hyvin arkisiin tarpeisiin. Tutkimuksen empiirisen viitekehysten mukainen ulkoilmaharrastamisen konteksti määrittelee tuotteet kategorisesti jo valmiiksi harrastamiseen liittyviksi välineiksi ja varusteiksi. Aineistosta nousee kuitenkin tästä harrastamisen kannalta jo välineellisestikin välttämättömästä tuoteryhmästä esille myös ylellisuuden ja huippumuotoilun ominaispiirteitä kuten maininta metsästyspuukon kauneudesta ja hyvästä suunnittelusta sen taustalla:

Heikki: Tämä on tuota lappilaisen sepän, Veikko Hakkaraisen, Suomen mestarin puukko, Kullervo puukko, nimeltään [--] taidon ja käsityötaidon huippunäyte on tässä, tässä kunnioitettu perinteitä ja muotoilua, käytännöllisyyttä ja, ja käyttötarvetta (.) siis tämä, tämä on sekä kaunis, tämä on hieno muodoltansa ja tämä on puukko parhaimmillaan, ajatellen sitä, että tämä pystytään terottaanki, tämä on hiiliterästä, tämä on lämpökäsitelty sillä tavoin, että tämä on semmonen optimi, tämä ei ole liian kova eikä liian pehmeä, tämä on-, tällä pystytään se hirvi yhdellä liippauksella, hiomisella yksinki nylkemään ja käsittelemään. Siitä on kokemusta [--] hän polttaa itse hiilet omassa pajassaan takoo ja, ja on erittäin tarkka ja tekee kaikki työvaiheet, niinkö tämänki ni tehny aivan itte, ei luota, luota niinku toiseen, nimenomaan tämä terä, tää ei oo kromi, ruostumatonta kromiterästä, vaan tämä on vanhaa perinteistä hiiliterästä, joka on taottu sitte ja lämpökäsitelty. Nämä mittasuhteet ja tämä muoto (.) hän kertoi että tää on jostain hyvin vanhasta eräkirjoista tämä suurinpiirtein [otettu --] tämä tupen malli niinku, jos joku vanha piirros, joku iänkaikkisen vanha eräkirja vuosisadan alusta missä oli

piirretty joku äijä, jolla oli tuppiroska niinku sanotaan vyöllä. Ni hän arveli, että tuossa vois olla ja hän on siitä kehitelly tämän tupen mallin. (Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Luksuksen tai huippumuotoilun käyttöarvo ei siis sulje pois luksustuotteiden ulkoisina ominaisuuksina niiden esteettisyyttä ja kauneutta, vaikka ne mielletäisiinkin vain lisäarvona käytettävyydelle ja käyttöarvolle. Konkreettisenä esimerkkinä ylellisten tuotteiden käyttöarvon ja esteettisen arvon yhteensulautumisesta on kosmetiikka. Kosmetiikka nousi esiin useammassakin naisvastaajien puheenvuoroissa esimerkkinä ”arjen ylellisyydestä”. Arjen pienestä ylellisyydestä nousi esille monia muitakin esimerkkejä ja yksityiskohtia, jotka ovat luokiteltavissa päivittäisiin kulutustuotteisiin. Tutkimuksen näkökulmasta kiinnostavaa näissä esimerkeissä on niiden yhteinen vaikutuspiiri liittyen yksilön ruumiillisuuteen, sen toiminnallisuuden ja ulkoisen olemuksen parantamiseen kuten vaikkapa luotettavat ja laadukkaat sukkahousut:

Meeri: Joo kyllä mä oon samaa mieltä että se että tietää että on jotain laadukkaita vaatteita päällä tai että että mulla on niinkun (.) hyvät sukkahousut jalassa. Minä en – se on yks muuten ylellisyystuote mitä mie käytän, mie käytän kalliita hyviä sukkahousuja. [--] mie käytän hametta töissä aina melkein niin mulla pitää olla hyvät sukkahousut. Niihin menee rahaa tietysti että et niinkun et se että et niinku tuoksuu hyvälle (.) on niinku hiukset (.) jollain tavalla säntillisessä kunnossa ja ja (.) viihtyy niissä vaatteissa mitä kantaa niin kyllä se niinku on mukava.  
(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Luksuksen käyttöarvon määrittelen tässä vaiheessa ominaisuudeksi, joka lunastaa käyttäjän sille asettamat käyttötuotteen vaatimukset sekä ulkoiset, tuotteen esteettisiin ominaisuuksiin liittyvät ominaisuudet, jotka nekin käyttäjä ensisijaisesti määrittelee subjektiivisesti omien mieltymystensä mukaan. Englanninkielisen käsitteen ”user-experience” mukaisesti kyseessä on ennen kaikkea käyttäjän kokemus luksuksen käyttöarvoa määriteltäessä (vrt. Alakärppä, 2014, 33).

Muotoilun käytettävyyteen ja käyttäjän kokemukseen liittyvä käsitteistö tulee pitkälti vuorovaikutussuunnittelusta ja käyttöliittymämuotoilusta (ks. esim. Keinonen, 2000). Muotoilu on nyky-yhteiskunnassa paljon muutakin kuin mitä tässä tutkimuksessa ylellisyyskuluttamisen kontekstissa pystytään tarkastelemaan. Yksi keskeisistä nykypäivän luksustakin määrittelevistä sisällöistä ja ominaisuuksista on teknologia sen monissa muodoissaan raskaan teollisuuden tuotteista digitaalisten palvelujen ja nanoteknologian muotoiluun. Tämän tutkimuksen aineistossa nousee esiin myös teknologia, joka ylellisenä ominaisuutena voisi olla lisäämässä erityisesti luksustuotteiden käyttöarvoa. Joka tapauksessa

se on apuna ja tukena helpottamassa harrastamista lisäten siten elämyksellisyyttä nautinnon saavuttamisen ja ylellisyyden tunteen näkökulmasta.

Haastattelija: Että miellätkö metsästykseseen liittyvät varusteet ylellisyystuotteiksi?

Kari: Joo, no ei ei noin laajasta lukien missään tapauksessa, esimerkiks itellä, mulla ei oo mitään ylellisyystavaraksi luokiteltavaa kamaa mukana metsästysvarusteissa. Mutta se ei tarkoita sitä etteikö siinä olisi, siihen olis tarjolla niitä, niitähän on valtavasti yhdistetty metsästykseseen erilaista teknologiaa, hienoja gepsejä ja muita nin kyllä siellä mennään helpostikki sitte ylellisyystavaroihin et sillä ko- ( ) kompassilla ja luontaisella suuntavaistolla selviää ihan hyvin [--]

(Miesmetsästäjien haastattelu, II ryhmä, Rovaniemi)

Luksuskuluttamisen käyttöarvon korostuminen aineistossa voi olla seurausta fysiologisten ja ruumiillisten tuntemusten korostuneisuudesta tässä ulkoilmaharrastamisen kontekstissa kerätyssä aineistossa. Keskeistä on kuitenkin luksuksen käyttöarvo, elämyksellisyyttä ja luksuksen ruumiillinen kokeminen aineiston esiin nostamina ominaisuuksina. Ruumiillisen hyvän olon tunteen saavuttaminen vaativissakin harrastusolosuhteissa luonnossa on tutkittaville tärkeää elämyksellisyyden näkökulmasta, jolloin siihen mieleenpainuvana kokemuksena viitataan ylellisyytenä. Teknologia monissa eri muodoissaan auttaa helpottamaan tekemistä ja positiivisten ruumiillisten kokemusten syntymistä, jolloin ne muistetaan ulkoilmaharrastamisen kontekstissa ”huippukokemuksina”.

### Luksuksen eksklusiivisuus ja erityisyys

Kansainväliset luksusmarkkinat toimivat ajan saatossa vakiinnuttamiensa tuotemerkkien ja niiden maineeseen kiinnittyneiden instituutioiden varassa, joista esimerkkinä mainittakoon monialayhtiö *Moët Hennessy Louis Vuitton* (LVMH) (Wierzba, 2015, 13). Luksusmerkit kuten *Vuitton*, *Chanel*, *Dior*, *Cucci*, *Prada*, *Versace*, *Burberry*, *Cartier*, *Bulgari*, *Rolex*, *Jaguar* ja *Rolls Royce* tunnustetaan myös suomalaisessa kontekstissa.

Leila: Siis kaunis, tyylikäs pistää totta kai silmään. Se on ilman muuta selvää-

Tuula: - mut et tota en. On tietysti tiettyjä tuotteita jotka, jotka siis heti näkee et joku on Burberryä. Sen, sen niinku tunnustaa mutta, mutta ei, ei sitä ei niinku välttämättä suoraan en, en Anitaan syliin syöksyis ja sanois et ihana Chanel takki sinulla on.

Anita; Niinku se on Brysselistä joku halpa. ( ) ((Naurua))



Anita: Pieleen menis

Leila: Et siis, mut kyllä, siis kyllä sen tyylikkyyden voi saada aikaan muutenkin.

Anita: Kyllä mäkin luulen- Et huomaahan se jos ohi menee joku auto joka on niinku (.) tosi kallis. Jaquari - mä oon aina sanonu jos mulla ei olis mitään rajoituksia. Must Jaquari on ainoo auto isolla Aa:lla.  
(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Luksustuotemerkkien menestys perustuu kuluttajilta saavutettuun luottamukseen laadusta (Tungate, 2009, 2; Wierzba, 2015), olivat tuotteet sitten käsityönä tai teollisesti valmistettuja. Merkkitietoisuus perustuu käyttäjien omakohtaisiin kokemuksiin siitä, onko tuote laadukas ja itselle sopiva. Tuotemerkit toimivat apuna tuotemaailmassa suunniteltaessa, mutta niihin ei kuitenkaan luoteta sokeasti ilman omakohtaista kokemusta.

Haastattelija: Mitä merkki kertoo tuotteesta? Vai kertooko mitään?

Meeri: Me oomme tästä keskustelleet monta kertaa Ilonan kanssa.

Haastattelija: Paljastatteko meille? ((Ilona ja Meeri nauravat))

Meeri: Niinku mie jossain määrin taisin sanoa et mie en oo hirveen merkkitietonen. Mie oikeesti niinkun (1) varmaan olin reilusti yli kolmekymppinen kun edes tiesin että zäkpöt ((Jackpot)) - josta mä nykyisin pidän - niin tuota on joku merkki. Et en mä oikeesti niinkun (.) tienny merkkejä enkä enkä tunnistanu niitä kadulla eikä ne merkinny mulle mitään. Mutta en tiedä onko seura vaikuttanu vai ikä vai ((naurahtaa)) mikä mutta kyllä mä niinku nykyisin (.) merkki merkitsee jotain. [--] Niin, niin totta kai niinkun (.) merkillä ei oo sillon väliä jos mie löydän jonkun mistä mie pidän. Mut et kieltämättä katselen kyllä merkkituotteita mutta en (.) en vielääkään niinkun (.) merkki ei merkitse mulle niin hirveen paljon.

Ilona: ((naurahtaa)) mun on varmaan sit pakko tästä jatkaa. [Hän on] heittäny tän ((ei saa selvää, nauraa samalla)), seura tekee kaltaisekseen. ((Meeri nauraa)) [täytyy] tunnustaa että mä oon merkkitietonen ((nauraa)) taikka niinkun, niin varmaan joo. Siis mulle merkki merkitsee siis, ne merkit joista mä oon kiinnostunu ni ne merkitsee mulle laatua. Siitä se oikeesti lähtee siis. Mä pidän tästä ihan ehdottomasti kiinni vaikka mieheni ja vaikka ystävättäreni ((naurahtaa)) voi naljailla ihan mitä tahansa. Mutta mulle se lähtökohta kuitenkin siinä on. Ja se on lähteny sitä kautta että (.) et niinku mä oon löytäny näitä arvokkaina pitämiäni asioita siis, et mä ajattelen että tää on niinku hyvä, tässä on laadukas materiaali ja tässä on hyvä leikkaus ja tässä on oikeesti vaivan näköä suunnittelussa. Ja sitten tää on toistunu ja se on yhdistyny johonkin merkkiin. Ja sitten se merkki alkaa niinkun toimia niinkun sillä tavalla että että hakiessani jotain tietyn tyyppistä tuotetta niin mä ohjaudun tiettyjen merkkien luo. Mutta se edel- sitä on edeltäny tämä

että se ei oo niinkun tärähtäny se merkki mistään tuolta että joku mulle sanos sen ja ja minä sitten menisin sinne ja jotenkin toimin. Vaan vaan kyllä niinkun jollain tavalla ne merkit mitä mä käytän, niin ne on lunastanu paikkansa siis niinkun että niistä on tullu semmosia merkkiä, jonka luo mä sitten ohjaudun. Ja ja saatan niinku lähtee ensin katsomaan et löytyskö et nyt mä oisin vailla tämmöstä et löytyskö näistä jotain. Jos ei löydy tai jos joudun toteamaan, niinku on joutunu toteamaan et on huonot värit tai ei ei tää oo niinku – ja kummallista että mitenhän ne on menny tämmöstä tänä syksynä tekemään ja näin. Et en mä niinku tän tyyppistä. Ni ei se sitä tarkota että sitten mä jotenkin, vaikka olisinkin merkkietonen niin jäisin siihen ja päättäsin että piikkiä ((Peak)) sen on oltava, makso mitä makso. Vaan sitten mä meen jonnekin muualle.

Haastattelija: Se ei orjuuta [kuitenkaan?

Ilona: Ei, ei] ei missään tapauksessa. Se just että niin päin että ensin sen on täytyy niinkun osottaa sen merkin niinkun arvonsa, että se pääsee merkiksi ((painottaa merkiksi sanaa erityisesti)) mulle. ((nauraa)) ihan (?) ((muutkin nauravat)) luottamusta että se ei, et se ei, ei se niinku sillein tuu että lehdessä lukee että tää on nyt niinku in ja sitten niinku sokea usko siihen että tää nyt varmaan sitten on. Senja: Kyllä mullekin jossain, joissakin (.) tavaroissa niin merkki on laatua.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Luksus tarkoittaa erityistä, eksklusiivista tuotetta, joka on valmistettu yksin oikeudella taidokkaana käsityönä, ja joka tällöin on aito ja uniikki (Wierzba, 2015). Vanhaa luksusta on kuvastanut käsin tehdyn leima: Rolls-Royce -autot on suurelta osin käsin koottuja ja haute couture -puvut käsin ommeltuja. Tällaisten tuotteiden valmistumäärät ovat rajalliset ja jokainen kappale on uniikki, mikä oikeuttaa tuotteiden korkean hinnan. Monissa uuden ajan luksustavaroissa on perinteisen käsityöläisyyden elementtejä, vaikka ne eivät ole täysin käsin tehtyjä tai käsin koottuja. Niissä kuitenkin on huippukäsityöläisyyden leima (engl. artisanal), vaikka ne voivat olla myös massakäsityötä, jossa valmistusprosessi ei perusosiltaan muutu tuotteesta toiseen. Autojen käsin tehtyjä puosia esimerkiksi voidaan vakiokokonsa vuoksi käyttää mihin tahansa saman sarjan autoon. (Silverstein & Fiske, 2005, 57.) Massakustotointi on tärkeä osa uuden ajan luksustuotteita, jossa pienillä käsin-tehdyillä erikoisuuksilla pyritään saamaan aikaan sellainen riittävä emotionaalinen hyöty tai etu, josta kuluttajat ovat valmiita maksamaan (Silverstein & Fiske, 2005, 63).

Gloaalissa modernissa talousjärjestelmässä luksustuotteiden valmistajien on siis ollut pakko joustaa luksuksen alkuperäisistä periaatteistaan. Kuitenkin Louis Vuitton edelleenkin tuottaa joka vuosi tuhansia Ranskassa käsintehtyjä nahkatuotteita kuten kuuluisia matka-arkkujaan ja laukkujaan. Yhtiön liikevaihdosta ja kokonaistuloksesta tämä tuotealue muodostaa kuitenkin vain prosentin osuuden. (Wierzba, 2015.)

Ainutkertaisuus ja eksklusiivisuus palauttavat luksuksen perusominaisuuksiltaan vahvasti käsityöhön. Klassisia esimerkkejä yksilöllisistä käsin tehdyistä luksustuotteista löytyy tutkimuksen empiirisestä aineistosta erityisesti naisellisesta ilta- ja juhlapukumuodista. Näiden tuotteiden kohdalla haastateltavat viittaavat edelleenkin käsityönä valmistettuihin, uniikkeihin luomuksiin kuten Jukka Rintalan suunnittelemiin iltapukuihin. Suomessa luksuksen ainutlaatuisuus kiinnittyy muotoiluun taidekäsityön kautta, mikä tarkoittaa muodin ja vaatetuksen sekä toisaalta taideteollisen muotoilun alueita, tuotteita ja suunnittelijoita.

Haastattelija: Mitä merkitsee tuotteen design ja tuotteen muotoilija, suunnittelija?

Tuula: Mä en pidä itseäni hirveen materialistisena ihmisenä, mut sitten mulla on- . Mun elämään käveli yks esine, jonka kun mä näin sen ensimmäisen kerran, mä sain heti tietää kuka sen designeri oli, mutta, mutta sillä ei ollut merkitystä. Mut kun mä näin sen, niin mä ajattelin et mun on pakko saada. Se oli mulle niinku päivän selvä asia. Mä hankin sen heti. Ja se on Sarpanevan Barcelona. ( ) Siit mä en luopuis. Mä vaan, mä en oo koskaan- mä en osaa selittää, miks mä siihen ihastuin ja hän on kuulemma sanonut et se on maailman kaunein esine ja mä en oo kauheen eri mieltä siitä. Must se on ihana. Mut mulle ei välttämättä se designeri itsessään – joo- Ja sit mulle jollain tavalla sit jos mä aattelen designereita ja heidän tuotteitaan niin mun täytyy sanoa et Jukka Rintalan nää uniikkituotteet niin niissä on kyl sit kun ne yleensä puetaan vielä jonkun ihmisen päälle, jonka päällä ne on niinku kauniita. En mä varmaan niitä itselleni ees harkitsiskaan. Mä en usko et ne mun päällä miltään näyttäis et tota ja olis sitte ihan wayout niinku hinnaltaan, mutta tota kyllä mä niistä, niistä jollain tapaa niinku näkee kenen ne on.

Leila: ( ) mut Rintala, Rintalahan niinku tekis, hänhän tekis sen nimenomaan sulle ja sit olis siis just tällöinen uniikki. Kato eihän hän vaan tee pukua ja sit hän pukee sen jonkun päälle, vaan hän lähtee sinusta ja sit hän niinku suunnittelee.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Taidekäsityön tavoin teollinen muotoilu taideteollisen muotoilun toisena osa-alueena ei ole tullut tunnistetuksi osaksi luksustuotteiden muotoilua suomalaisten kuluttajien keskuudessa. Tutkittavia pyydettiinkin pohtimaan ylellisyyttä myös muotoilun, designin näkökulmasta, jolloin luksuksen ominaisuuksista esille nousivat myös yksilöllisyys ja ainutkertaisuus:

Haastattelija: Entäpä sitten ihan käsitteenä sana design, mikä sillä on merkitys?

Meeri: Mulla tulee sana yksilöllisyys. Tai ainutkertaisuus, tai ainutlaatuisuus niinku jotenkin disaintuotteesta. Jotenkin mä aattelen.

Se on niinku ensimmäinen miellelyhtymä mikä tulee.

Senja: Kyllä mullekin on disain ihan ihan vierasta että mulla ei kotona oo kyllä mitään niinku mitään semmosta disaintuotetta.

Ilona: Mulle tulee itse asiassa ihan samoja asioita mieleen mitä Meeri sano että niinkun jotenkin semmonen niinku yksilöllisyys ja ainutkertaisuus. Ja heti sitten ehkä ihan ensimmäinen sana jos tää ois joku sana-assosiaatiotehtävä ni joku ois sanonu disain ni mä oisin sanonu että suunnittelu. [Että et et

Haastattelija: Aivan]

Ilona: se se niinkun et joku suunnittelee jotakin ja se on sitten juuri tätä et se on yksilöllistä ja se on niinku ainutkertaista ja näin että että se (.) ja voi kat- kattoo mitä tahansa että sillä tavalla disain käsite on minusta laajentunu että jos se on ennen liitetty ehkä huonekaluihin tai näin niin nykyään niinkun periaattessa se mikä menee disainin alle niin mikä tahansa! voi niinku olla kunhan se vaan täyttää tämmösiä tiettyjä suunnittelullisia yksityiskohtia.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Teollisen muotoilun toiminta-alue ulottuu tuotemuotoilusta käyttöliittymäsuunnitteluun ja strategiseen johtamiseen vain muutama mainitakseni. Muotoilu on keskeisessä osassa suomalaista innovaatiopolitiikkaa. (Valtonen, Anna, 2007.) Näin laajassa toimintakehyksessä suomalaisella teollisella muotoilulla ei ole ollut aikaa tai mahdollisuutta panostaa taiteeseen ja käsityöhön. Tämä on ollut myös tietoinen valinta (vrt. Kälviäinen, 1996, 80-84), jonka vaikutukset ovat näkyvissä myös tutkimusaineistossa. Suomalaista teollista muotoilua toisaalta arvostetaan korkealle yhteiskunnan infrastruktuurin ja ihmisten hyvinvoinnille tärkeiden koneiden ja teknologian muotoilussa.

Maj: Työelämässä mä oon törmänny siihen, mut se nyt menee aika kauaksi tästä aihepiiristä että laboratoriolaitteiden niinku tämmönen tämmönen teollinen muotoilu niin sehän on hyvin ratkaseva ja siinä on suuri merkitys ei niinkän sen laitteen niinku käyttökelpoisuuden kannalta mutta sen kannalta että minkälaiset meidän laboratoriot on ja miten hyvin siellä sitten työntekijät viihtyy ja muutenkin näin. Että siellä mä oon niinku oppinu arvostamaan sitä että jos joku laite on kauniikkauniiksi suunniteltu ja on semmonen onnistunu niin se on semmonen positiivinen elämys.

(Naisgolfareiden haastattelu, Rönäs)

Luksukseen liittyen aineistossa ei siis ole mainintoja suomalaisista luksusveneistä ja -autoista tai muistakaan perinteisistä raskaan teollisuuden muotoilun tuotteista luksustuotteina. Sellaisia ei Suomessa ole tässä kategoriassa. Suomessa raskaan teollisuuden muotoiluun ei ole liittynyt taidekäsityö (vrt. Kälviäinen, 1996, 82). Yleisellä tasolla veneet

ja autot kuitenkin tunnistettiin luksustuotteiksi, vaikka perustelut niiden sijoittamisesta tähän kategoriaan puuttuivat kuten seuraavassa katkelmassa:

Pertti: Mä en oo ees Suomes oikein muuta ylellisyyttä tavannukku Rytsölän veljesten auton ne oli mun mielest vähän niinku yläkanttii mutta muuten ni kylhän Suomes nyt aika vaatimattomasti ni sanotaan eletään. (Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Jonni: No jos mä tuolla nään Ferrarin punasen Ferrari Testaroosan ku tossa justiin eilen tuli tuolla kotikulmilla vastaan aamulla niin kyl mä niinku (.) kyl se niinkun kyl sitä (.) mietityttää et onkohan se sit sen oma vai onkohan se mistä onks se lainannu tai mistä se on tullu että et se on meinaan niin arvokas auto ylipäättäsä pitääkkin [--] (Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Helsinki)

Luksuksen eksklusiivisuus tarkoittaa edelleenkin vain harvoille ja valituille varattua mahdollisuutta saavuttaa aitoa ja uniikkia luksusta (Dormer, 1990, 124). Se, miten harvat kuluttajat pääsevät osalliseksi luksuksesta, on kansainvälisillä markkinoilla sekä teollisessa tuotteiden valmistuksessa ja jälleenmyynnissä varmistettu luksustuotehierarkioilla, mikä näyttäytyy luksuksen demokratisoitumisena. Suurten luksustuotemerkkien monialayhtiöt kuten LVMH on yksi ratkaisu maailmanlaajuisen jälleenmyynnin mahdollistamiseen, minkä lisäksi muutkin yksittäiset luksustuotemerkit ovat kategorisoineet tuotteensa hierarkkisesti eksklusiiviseen couturéen, ylemmän tason laadukkaaseen käyttömuotiin sekä keskiluokkaiseen massaluksukseen (Moore & Birtwistle, 2004). Luksustuotehierarkiat ovat ehkä piilossa kuluttajalta, mutta niiden olemassaolon tiedostamaton läsnäolo hämmentää kuluttajaa.

Meeri: [--] tota, mie en käy missään butiikeissa ((boutique)), mie ahdistun siitä ((naurahtaa)) jotenkin et mie en tykkää niinku siitä, et siellä on vaan niinku yhtä tiettyä merkkiä ni jos - mie en varmaan oo oikeesti käyny missään semmosessa oikeen disainvaateliikkeessä eläessäni. Ja tota. Mie kierrän ne kaukaa, mie en jotenkin niinku (.) osaa mennä sinne. Et tota (.) (Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Kysyttäessä luksustuotteiden omistamisesta, luksuksen merkityksestä ja roolista omassa elämässä, vastaukset olivat tulkittavissa neutraalin kieltävinä. Omakohtaisia kokemuksia ”oikeasta” luksuksesta ei monikaan osannut jakaa tai välttämättä tunnistanut edes koke-neensa. Vastajien epävarmuuteen luksuskuluttamisen kokemuksista voidaan hieman avata myös Dormerin (1990, 124) tulkintaa nyky-yhteiskuntaa luonnehtivasta teknologia-aika-

kauden innovatiivisesta ylellisyydestä. Verrattaessa nykyisyyttä esimerkiksi 1950-luvulle, on luksuksen eksklusiivisuus, ainutkertaisuus ollut kaiken aikaa yhä vaikeammin osoitettavissa. Modernia luksusta tuotetaan kullalla, timantilla tai muilla luksukseen viittaavilla päällysteillä kuorruttamalla teknologiatuotteita kuten puhelimia, kameroita ja kelloja (Dormer, 1990). Kyse on kuitenkin perusmuotoilultaan massatuotteista, joita myydään pinnallisilla luksuslisämausteilla. ”Luksuselementti ei ole koskaan innovatiivinen”, huomauttaa Dormer (1999, 124), ja kehottaa tutkijaa pohtimaan, miten luksus ilmiönä sisällytetään moderniin länsimaiseen yhteiskuntaan, jonka teknologian menestys perustuu sen kykyyn jakaa erinomaisuutta ja laadukkuutta demokraattisesti (Dormer, 1990, 135).

Aito eksklusiivinen, uniikki ja käsityönä tehty huippuluksus, couturé, ei löydä aineistoni mukaan paikkaansa Suomen kontekstissa. Aineistosta kuitenkin käy ilmi, miten muotoilun teollistumisen ja nykyisen markkinatalouden kehityksen mukainen demokratisoitunut luksus ja teollisesti valmistetut luksustuotteet ovat osa suomalaista luksuskulutusta. Teollisesti valmistettu luksus on vakiintunut suomalaisen käsitykseen arkisemmasta luksuksesta jopa siinä määrin, että käsityötaidon merkitys luksuksen aitouden taustalla ja alkuperäisenä ideologiana jää jopa hieman tunnistamattomaksi ominaisuudeksi kuten seuraavasta keskustelusta käy ilmi:

Antti: Siinähan niinku just se ero on se tuli siinä se sana että imagosta maks- siitähän sitä maksetaan ja eihän oo kukaan voi todellisuudessa rueta väittämään että se viientuhannen euron käsilaukku ois viidentuhannen euron arvonen [niinku jos ajatellaan työtä ja materiaalia ja siinähan on aivan valtava kate.

Mikko: Nii..

Heidi: Se on ihan ( )]

Mikko: Niin nimenomaan ( )

Antti: Ja näihän se ( ) täytyy olla kyllähän siinäkin kate on varmasti suurempi ku vaikka ( ).

Mikko: No on on.

Antti: ( ).

Mikko: (.) Että se niinku mielletää että siinä on semmonen tietty (.) se mielletää että se se on niinku (.) semmonen hieno asia tai joku kyllähä autoistaki on Rolls Roise tai joku kyllähän Jaguariki on semmosesa ((taustalla: Mm)) katotaa että se on niinku jotenki hohdokasta ajjaa Jaguarilla ((naurahten)).

Heidi: Mutta on se sitte toisaalta että Jaguarissaki sitte se arvo niillä vanhemmilla kyllähän se säilyy kuitenkin ihan toisella tavalla ku toisessa ((taustalla: Joo)) et se ei niinku tyhjää sitte sillä tavalla ehkä niin oo sitte.

Mikko: Mutta e- mä en usko että sitä ostetaan sitä vaikka sitä viientuhannen naisten käsilaukkua sen takia että siinä se arvo säilyy.

Heidi: Ei varmasti [se on kyllä ( )

Mikko: Nii sitä ei ajatella] että se arvo säilyy vaan se on nimenommaan se että että -

Heidi: Mutta en kyllä tiiä ainuttakaan naista joka viien tonnin käsilaukun ostaa ((nauraen)) [Suomessa ( ) -

Mikko: ( )] ((naurua))

Heidi: Suomessa varmaa aika [harvinaista kyllä että -

Mikko: Mutta että periaatteessa] siis kuitenkin -

Antti: Mahollistahan se on.

Heidi: Jos ei kato mielikuvitus ees menny niin pitkälle ku ei oo tuommosta konkretiaa ((naurahtaa)) mut se on ihan totta että se on takuuvarmasti kyllä [ylellisyyttä

Mikko: Ja jos sää] ostat jotain ylellisyystavaroita jotka mielletään(?) ni et sää os- ainakaa minä en osta sitä sen takia että tuota (.) aattelee että siinä se arvo säilyy en minä sen takia en mää osta niinku sijotusko- kohteeksi vaan sitä ostaa niinku sillä lailla että sinä saat siitä semmosta mielihyvää kai se on ehkä onko se sitäki että sää haluat niinkö näyttää jollekki että mulla on tämmöstä ja muuta (.) en tiiä. (2) Ei oo tosiaan omasta mielestä näitä ylellisyystarvikkeita ni ( ).

(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Ainutlaatuisuuteen ja ”uniikkiuteen” liittyviä mainintoja on aineistossa kuitenkin useita. Niissä tutkittavat kertovat, miten he ovat teetättäneet itselleen räätälöityjä ja käsin tehtyjä laatuesineitä, tai saaneet lahjaksi käsityönä tehtyjä koruja tai harrastusvälineitä taitavilta tunnetuilta ja tuntemattomilta suunnittelijoilta tai alaa opiskelevilta tekijöiltä:

Meeri: Niin minun mielestä, erittäin tärkeätä siinä on että se on suom- siis suomalaista käsityötä. Ne oli nuoria kavereita jotka Jyväskylässä näitä [golfmailoja] tekee. [--] mun mielestä, se on, se tuo siihen niinkun tietynlaista arvoa vielä lisää jos tää ois tehty jossain Thaimaassa niin (.) se ei ois ehkä niinkun, mä en kokis sitä niin ylelliseksi, että se on Suomessa niinkun valmistettu ja pojat on oikeesti pohtinu eri kulmat ja eri materiaalien (.) kestävyyttä ja ja sopivuutta ja (.) kaikkee tällästä niin mun mielestä se tekee siitä ja sit se, mä oon hirveen ylpee kun melkein kentällä kun kentällä jos on uutta peliseuraa niin kaikki aina että on sulla upee maila! ja ((naurahtaa))

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Massatuotteiden ollessa kyseessä kulutuksen ylelliset piirteet tulivat esiin tilanteissa, joissa ”eteen vain tuli jotakin todella ihanaa ja fantastista, ja jota ei voinut jättää ostamatta”. Arkipäivän kulutuksessa tuotteeseen liitettävät ominaisuudet eivät kuitenkaan vielä riitä tekemään tilanteesta ylellistä. Esimerkiksi itselle sopivan ja tuotemerkin lupaaman

laadukkaan vaatteen ostaminen vaatii jonkin käsityön ainutlaatuisuuteen ja inhimilliseen tekijyyteen rinnastettavissa olevan ominaisuuden, mikä nyky-yhteiskunnassa tarkoittaa yhä useammin palveluja. Käsityön tai palvelullisen tekijyyden elementin puuttuminen tekevät kuluttamisesta teollista ja jollain tapaa epäinhimillistä.

Haastattelija: Eroaako se juuri tässä niin sanotusta perustuotteesta? Tai vaikkapa markettituotteesta?

Eeva: Ehkä se eroaa, mä luulisin että tällöinen merkkituote niin (.) se on laadullisesti jos mä ostasin vastaavan jostakin marketista niin ehkä se ois semmosta kertakäyttötavaraa mutta tää on kuitenkin sitä, se kestää sitä (.) käyttöä ja kulutusta.

Maija: No niin. No ehkä tuli tuossa jotakin lan[koja] on ommeltu paljon siistimmin ja ettei ne saumat repsota, vaikka ne voi kyllä tehdä kyllä ihan tässä merkkituotteessakin.

Tarja: No on siinä ainakin tää, jos esimerkiksi marketeista viittaa, niin mä en siis (.) mä tunnen niin suurta vastenmielisyyttä mennä jossakin sitimarketissa ((citymarketissa)) tai prismassa tai maksimakasiinissa (.) vaateostoksille, kun mun pitää panna se sinne jauhelihan sekaan sinne samaan kärryyn ((muut nauravat)). Tai sitten jos mun pitäis mennä sovittamaan niin mä siellä hiippailen siellä ja siellä ei oo (.) myyjää että mä en siis ete, mä en etes vaivaudu menemään sinne. Mä kävelen ohi että, et tuota (.) Ne ei oo minun oo vaateostopaikkoja – siellä voi olla ihan hyvää tavaraa mut se mulla törmää siihen että (.) et et (.) siellä ei pysty sovittamaan ja sit siellä ei tuota, sit kun ne pannaan sinne kärryyn ja ne nakataan sinne hihnalle nuin vaan että. ((joku naurahtaa)) Sielläkin vois olla jos siellä ois palvelua ja pantas pussiin ja pussille pantas tarra siihen kiinni mutta ainakin täällä, näillä leveyspiireillä ((muut myöntelevät)) että voi toimia tuolla eteläsuomessa erilla lailla mutta täällä ainakin nämä paikalliset niin tyrmää kyllä heti sen meikäläisen oston siihen.

(Naisgolfareiden haastattelu, Kainuu)

## Nautinnollinen ja aktiivinen uuden ajan luksus

Danziger (2005) jaottelee luksuksen vanhaan ja uuteen luksukseen. Vanha luksus edustaa tavaroita ja niiden omistamista, uusi luksus kokemuksia ja elämyksiä. Subjektiiiviset kokemukset ja niiden pohjalta syntyneet yksilölliset merkitykset selittävät nykypäivän luksuskuluttamista mielekkäämmin kuin käsitys luksuskuluttajasta markkinoiden tuottamien luksusmerkkien passiivisena kuluttajana. (Danziger, 2005, 19.) Uuden nautinnollisen, hedonistisen luksuksen kuluttaminen edellyttää kuluttajalta aktiivisuutta. Toteutuakseen se edellyttää myös muita aktiivisia toimijoita.



Haastattelija: [--] oli tällöinen pyyntö että jos teillä on mukana jotain ylellisyyteen liittyviä tuotteita tai pakkauksia tai jotakin pientä, niin nyt sais ottaa niitä esille [--] entäpä savusaunakuva? Tarja: Järven rannalla savusauna, se on minulle tärkeä paikka [--] se on tuota sellanen meidän monen monen vuoden haave rakentaa se savusauna ja me saatiin se (.) viime kesänä sitten toteutettua. Ja tuota löydettiin talvella vanhat kaupungin torilta otetut hirret ja tuota oikeastaan minun miehen kanssa se kaksin käsin sitten tai neljän käsin rakennettiin ja tehtiin sitten – oltiin yhteydessä ihan tähän Suomen savusaunaseuraan että tulee kaikki varmasti viimesen päälle oikeeoppisesti ja turvekatot ja (.) ja tuota. Sopiihan siihen sitten kaiken näköstä siihen rakennusvaiheeseen tuota. Viittä vaille avioerokin ((naurahtaa)) kun siinä pakerrettiin mutta tuota. Ää se on muodostunut semmoseksi nyt että, että niinku sanon tuossa jossakin vaiheessa että minä oon hirmu kova tekemään sata satakaksytä lasissa töitä niin tuota, mä ainakun oikein ahistaa tuolla töissä niin mä aattelen, että voi että! mä pääsen taas kohta savusaunan lämmitykseen, ni siitä tulee niinku, mä saan siitä älyttömän hyvän – hyviä niinku fiiliksiä ja sit mä oon siellä kauan. Että mä niinku, mä järjestän sitten aikaa, että mä oon siellä kolme neljä tuntiakin saatan, istua siellä. Ja käyn uimassa ja istun siellä, siellä koska siellä on älyttömän (.) Se on tällä hetkellä kyllä yks semmonen minun akunlatauspaikka [--] nyt kesällä lämmitetään kaks kertaa viikossakin sitä lämmitetään vaikka siinä menee viis tuntia kun sitä lämmittää niin se on yks tuota (.) semmonen ohjelmanumero meidän, meillä tuota mieheni kanssa että. Kovasti siitä tykätään.  
(Naisgolfareiden haastattelu, Kainuu)

Uusi luksus ei ole määriteltävissä pelkkinä tuoteominaisuuksina, sillä arviot tuotteiden käytettävyydestä ja laadusta perustuvat muotoilun kuluttajien henkilökohtaisiin tarpeisiin ja tilannekohtaisiin arviointeihin, käyttäjäkokemukseen, mikä viittaa nautinnollisuuden kokemiseen myös palveluominaisuutena (vrt. Jokela, 2011)<sup>6</sup>. Uuteen luksukseen liitetty ”kameleonttimaisuus” on havaittavissa esimerkiksi erikoispalveluissa, minkä lisäksi varsinkin nuorten aikuisten keskuudessa luksuspalvelut liitetään ihannoituihin elämäntyyliin elintasosta, yhteiskuntaluokasta ja menestyksestä riippumatta (Nyrhinen et al., 2011, 37).

---

6 ISO 9241-210 on standardi ”Human-centred design for interactive systems” sisältää käyttäjäkokemuksen määritelmän Jokelan (2011) mukaan: ”Henkilön havainnot ja vasteet, jotka ovat seurausta tuotteen, järjestelmän tai palvelun käytöstä ja/tai ennakoitusta käytöstä. Tätä tarkennetaan seuraavilla huomautuksilla: 1) Käyttäjäkokemus sisältää kaikki käyttäjien tunteet, uskomukset, mieltymykset, fyysiset ja psyykkiset vasteet, käyttäytymiset ja aikaansaannokset, jotka ilmenevät ennen käyttöä, käytön aikana ja käytön jälkeen. 2) Käyttäjäkokemus on seurausta tuotemerkin imagosta, ulkonäöstä, toiminnallisuudesta, järjestelmän suorituskyvystä, järjestelmän vuorovaikutuskäyttäytymisestä ja avustavista ominaisuuksista, käyttäjän aiemmasta kokemuksesta johtuvasta sisäisestä ja psyykkisestä tilasta, asenteista, taidoista, persoonallisuudesta sekä käyttötilanteesta. (Jokela, 2011.)

Arvoperusteena on moderni hedonismi eli nautinnon ja mielihyvän aktiivinen tavoittelu.

Uuden luksuksen dynaamiset muodot ovat Campbell'n (1990, 58) mukaan seurausta perinteisen hedonismin kehittymisestä moderniksi. Kautta historian on ollut vallassa varakas pieni eliitti, joka on ollut etuoikeutettu syömään ja juomaan yltäkylläisesti. Nämä ovat olleet niitä perinteisiä nautintoja, joihin vain harvoilla oli etuoikeus (Campbell, 1990, 65). Sen lisäksi, että ruoka muodostaa tärkeä osan ihmisen perustarpeista, tekee nautinnollisuuden aspektin lisääminen ruuasta luksusta (Berry, 1994). *Ruoka* onkin luksusaineistossa yksi niistä erityisistä koodeista, jonka olen avoimessa koodauksessa sijoittanut lähes jokaiseen koodiryhmään. Perustavana inhimillisenä tarpeena ruoan käyttöarvona on nälän poistaminen (Slater 1997, 132), minkä lisäksi ruoalla on eri yhteiskunnissa, kulttuureissa ja yhteisöissä on omat kulttuuriset sääntönsä, jotka esimerkiksi määrittävät mitä syödään (Honkanen & Mustonen, 2005, 125). Poikkeuksetta ruoka yhdistää monin tavoin luksus-kuluttamista ja tavallista kuluttamista.

Pia: No semmonen vaikka aika tyypillinen semmonen ihan gurmeepurjehdusreissu, että ((naurahtaan)) lähetään hyvällä kaveriporukalla vaikka tästä tuonne (.) menee semmonen neljä viis tuntia vaikka perjantai-iltana tai lauantaiaamuna ja käydään ostaa erittäin hyvät ruuat tuolta (.) Stokkalta tai mistä ny sitte kukaki käy, mut mukaan, että oikeen mietitään että ruuan pitää olla hyvää, että on tehty evästä matkalle keitetty hyvät kahvit ja ja sit tullaan perille ja lämmitetään siellä sauna ja vaihetaan niinku vaatteet ja laitetaan sitä hyvää ruokaa ja on hyvää viiniä ja on ne kristallilasit ((naurahtaan)) ja ja -

Tuija: Syödään istumalaatikossa [purjeveneessä].

Pia: Syödään istumalaatikossa] ulkona, katetaan pöytä. On tuota hienot servetit ja niinku että si- se ei oo semmosta niinku vaan että kuhan ny jotaki tässä [se ei niinku -

Tuija: Ettei isketä] hernekeittopurkkia [kattilaan ja -

Pia: Purkkia ((naurahtaa))]

Tuija: syödä.

Pia: Jotain [( ) purkkia pöydässä

Tuija: siitä niinku kertakäyttölusikalla] suurinpiirtein.

Pia: Nii et vaan että siihen panostetaan siihen tehdään niinkö ikään kuin niist olosuhteista huolimatta (.) semmoset (.) niinkö (.) no siitä [hetkestä semmonen ihan -

Tuija: Koke- elämys oikein]

Pia: kunnan elämys joo joo.

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Oulu)

Purjehdustapahtuman kuvauksessa kiteytyy moniaistisen uuden ajan luksuksen hedonistisuus. Maku-, haju- ja tuntoaistit ovat niin sanottuja kontaktiaisteja (Campbell, 1990, 66),

joihin nautinnollisuuden kokemus on suhteellisen helposti kiinnitettävissä materiaaliperusteisesti ja yksinkertaisilla menetelmillä ja teknologioilla.

Sanna: Mullon silkist kauheen arkinen kuva mä en oikee pidä siitä.

Tiia: No on must jos mul ois mul ois mul ei oo sellasta jotain ihanaa silkkiiyöpaitaa ja aamutakkii ( ) siis must ois ylelline.

Sanna: (6) Mulla ei oikeen o oo materiaaleist sillai tiesti jotenki sen yhdistää siihen että (.) se on niinku pehmeätä miellyttävää sellasta.

Haastattelija: (3) Elikkä siinä on se tuntu?

Sanna: Joo [--] tietynlaine semmone mainoksis( ) silkkihuivi ( ) kasvoillansa.

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Käsitykset siitä, mitä luksus on, perustuvat osin tämänkaltaisiin vakiintuneisiin käsityksiin materiaalien tunnusta, mausta ja hajusta. Silkin pehmeiden ja keveyden, pellavan vilpöisyyden sekä turkisten lämmittävyiden ja painon tuntu iholla on ihmisen helppo aistia. Samoin, nahan tuoksu ja jämäkkyys tai jalometallien paino ovat kaikki pysyneet eräänlaisina vakiintuneina ja tunnettuina ominaisuuksina tunnistaa luksus, ja käsittää sen olemus yksinkertaisilla havainnoilla siitä, miltä luksus tuntuu.

Nautinnollisuuden stimulointi on laajentunut myös näkemiseen ja kuulemiseen aistitoimintoina. Markkinoiden ja teknologian luoma laaja saavutettavuus on mahdollistanut nautinnollisten kokemusten etsimisen yhä laajemmalti eri elämän alueilta. Käytännössä tämä tarkoittaa myös maantieteellisesti kauemmas ulottuvaa saavutettavuutta. Hedonistinen toiminta on aktiivista nautintojen hakemista ja keräilyä ympäri maailman. (Campbell, 1990, 65-66.)

Purjehtijoiden haastattelussa nousi vahvasti esille myös toinen edellä mainituista uuden ajan hedonistisen luksuskuluttamisen piirteistä, aktiivisuus. Aktiivinen harrastaminen ja toiminnallisuus, tässä tapauksessa purjehdus, vastaa samoihin tavoitteisiin, joita uudesta luksuskuluttamisesta haetaan. Omien taitojen kehittäminen ja saavutetuista tuloksista nauttiminen ovat keskeisiä aktiivisen kuluttamisen piirteitä. Tällaisessa toimintaan keskittyvässä itse tekemisen kulttuurissa klassisen luksuksen helppous sekä ”menneiden aikojen” ihannoitu passiivinen ja joutilas oleminen (vrt. Veblen, 1998) jäävät taustalle. Purjehtijoiden keskuudessa lähes poikkeuksetta mainittiin yleisenä omien taitojen koettelemisen rajapyykkinä ja perimmäisenä tavoitteena Atlantin ylitys. Kokemuksena ja elämyksenä se on ylitse muiden, joskaan ylelliseksi tätä kokemusta ei voi kutsua termin klassisessa merkityksessä:

Tiia: (.) syötiin kaks viikkoo kaalia ((naurua)) oltii todella ahtaissa tiloissa, et ei siit ylellistä saa sillä taval mitenkää mut sit tietysti ne elämykset kaikki, sä oot keskellä merta ja näät

ei oo mitään muuta ku sitä merta vaan ja hienot auringonlaskut ja auringonnousut ni sellane ehkä on niinku ylellinen sellanen hetki.

Sanna: Mm.

Tiia: Se on sit sellanen mitä sä et pysty kokee niinku ihan missä vaa ja millo vaan. Ni semmonen on ehkä -

Sanna: Ja ylellistä se on ehkä siinä mieles ku ajattelee et ku mä en tehny sitä ( ) ni mä katon sitä sillee et sä oot saanu jotain tosi tai tehny jotain tosi makeeta mitä mä en o tehny (.) vielä.

Tiia: Nii se on niinku kokemuksena ehkä sellanen (2) ei se ylellinen mut no [ehkä se on jollain tapaa ylellinenki kokemus

Sanna: No on on se tavallaan et] sul on niinku ollu

Tiia: [mutta se oli mun haaveena -

Sanna: käytännössä aikaa ja varaa lähtee] sinne. [--]

Tiia: Nii se] ei se ollu todellakaan mitenkään ylellistä nii että se on jollaki ylellisellä luksusjahdilla.

Sanna: Karibian risteily on sit asia eriksee.

Tiia: Nii sitä vois sit kutsuu ehkä ylelliseks.

Sanna: Mm.

Tiia: Luksus, luksusristeilyksi tai tämmöstä Gueen Mary kakkosella oloa ni se on sit luksusta ja ylellistä.

Sanna: Mm, aivan.

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Samaisessa katkelmassa on läsnä myös perinteisen luksuksen mukainen käsitys joutilaasta nautinnollisuudesta ja mielihyvän hakemisesta. Risteily luksusjahdilla Karibialla on esimerkki vanhasta hedonistisesta käsityksestä joutilaasta luksuskuluttamisesta. Samat merimaiset sekä auringonlaskut ja -nousut on mahdollista kokea hyvin erilaisissa puitteissa. Se, miten tämänkaltaisiin nautinnollisiin hetkiin päästään, voi vaihdella paljon samojenkin ihmisten mielikuvissa. Yhtä ainoaa oikeaa tapaa tavoitella näitä elämyksiä ei ole, ja tavoitteet samoin kuin keinot ja resurssit niiden saavuttamiseksi vaihtelevat ihmisten elämäntilanteiden ja heidän kuluttamistaan kulloinkin sääntelevien reunaehtojen kuten varallisuuden, ajan ja kanssakokijoiden mukaan.

Selänniemen (1996, 172) mukaan moderni kuluttaja ei siis niinkään etsi tyydytystä tuotteista kuin nautintoa kuvitelluista kokemuksista, joita hän muodostaa tuotteisiin liittyvistä merkityksistä. Halu ja kaipuu ovat nautinnon hakemisessa tärkeämpiä tavoitteita kuin kuluttamisen kohteiden omistaminen. Mikäli nautinnon hakuun liittyy tuotteita, on tuotteiden valinnan, hankinnan ja käytön sijaan keskeistä tuotteen mielikuvan avulla mielikuvituksessa tapahtuva nautinnon haku. (Selänniemi, 1996, 172-173.) Tuttu esimerkki tällaisesta tuotteisiin liitetystä subjektiivisista merkityksistä on ajassa taaksepäin suuntautuvan nautinnon kaipuu ja muistelemisen matkamuistojen avulla.

Aila: Nämä jotka minä koen niinkun luksukseks itselle, niin siihen

liittyy tausta tässä et siinä on tällä tavalla on niinkun asian suhteen (2) elikkä jos mä kerron vaikka tätä taustaa, mitä varten mulla on tämmöset täällä nyt mukana niin on sellanen asia että kun mä täytin puoli vuosisataa tossa tossa tuota seitsemän vuotta sitten ja penskasta lähtien mä olin haaveillu tämmösestä asiasta että tuota (.) et mää voisin tehdä, olla silloin viiskytvuotispäivänä niin tuolla ison meren yllä ja ja tuota juoda kuohuviiniä. (1) Ja tämän olen ostanu, mä olen ollu maailmanympärimatkalla silloin sinä, tämän minä olen ostanu Sidnin ((Sydney)) lentokentältä, olemme olleet lähdössä Fidzi-saarelle sinä päivänä juuri kun minä täytin, minä en ollu laskenut mitään, miten se menee niinkun se muuta kun se matka oli näin (.) ja tuota tämän olen ostanut tosiaan sieltä. [--] Ja tuota (.) tämän koen todella luksukseks omassa elämässäni. Ja toinen tämä griinihaarukka, mä olen ostanut sen disniländistä ((disneyland)) tuolta (.) los änzelesista ((los angeles)) ja tuota tämä on siltä samalta matkalta. Ja myös se oli mulla penskana haaveena kun mä opin lukemaan niin aku anka on tullu siitä lähtien, tuli mulle niin aina mulla oli se että mä pääsen disniländiin. Ja nää on niinkun ne toteutuneet molemmat asiat sitten tässä yhdellä kertaa tässä samalla kertaa ja tuota kolmantena tietysti on tässä nyt sitten avaimenperä joka on kengurunnakkaa niinkun tämäkin ja ja tuota noin noin tää liittyy ans siihen että mä oon sidnistä kans tämän ostanu. Et se oli se, tää on todella ollu mulle luksusta.  
(Naisgolfareiden haastattelu, Rönns)

## **Luksuksen ruumiillisuus**

Tutkittavien varauksellinen suhtautuminen luksus-käsitteeseen on kiinnostava asia muotoilun kuluttamiskäyttäytymistä tarkasteltaessa. Pohdin tätä varauksellista suhdetta perehtymällä hieman käsitteen ja ilmiön historiaan kysymällä, miksi luksus ilmenee yksilön kontrollin ulottumattomissa olevana ja käsistä lipeävänä kokonaisuutena. Luksuksen pitkä historia selittää luksuksen merkityksiä sosiaalisina ja kulttuurisina statuksen, yhteiskunnallisen hierarkisuuden ja sosiaalisten tilojen kuten luokkien ilmenemisenä (ks. esim. Bourdieu, 1998, 43-45). Muotoilun kuluttamisen tutkijalle nämä eivät vielä tarjoa riittävää ymmärrystä luksuksen materiaalisista merkityksistä kuluttamista selittävinä tekijöinä. Se kiinnostaa, miten yksilö, minä, voi kontrolloida luksusta materiaana.

*Luksus ja muotoilu* -koodiryhmässä edellä jo esittelemieni koodien mukaan luksus liittyy vahvasti luksusmateriaaleihin, niiden työstämiseen liittyvään huipputaitavaan käsityöhön ja tuloksena syntyviin ainutlaatuisiin esineisiin, toisin sanoen luksuksen konkreettiseen ilmenemiseen esineinä ja tuotteina. Tuote materiaalisena, ihmisen koostamana entiteettinä on luksustuotteena olemassa jonkinlaisessa vastavuoroisessa suhteessa ihmiseen. Aineistossa tämä esineen ja ihmisen vastavuoroinen suhde tulee esille ihmisen oman materiaalisuuden, ruumiillisuuden kautta ja ”ruumiillisena tietona” (Kalanti, 2009, 21)

siitä, mitä on luksus. Haluan tietää, millaista ruumiillista tietoa on muotoilun ja luksuksen käyttäminen ja kuluttaminen.

Historioitsija Kovesin (2015, 28) mukaan luksuksella on pitkä käsitteellinen historiansa alkaen aina antiikin Roomasta. Monet aikakaudet ylittänyt käsite on antiikista lähtiessään edennyt läpi vähemmän tunnetun keskiaikaisen kauden, saapuen esi- ja varhaismoderniin sekä 1700-luvulle. Lopulta se on päätenyt moderniin 1900-luvun muotoonsa, josta myös nykyihminen sen parhaiten tunnistaa. Mielenkiintoisen luksus-termistä tekee se, miten se lähes kolmituhatta vuotta kestäneen matkansa jälkeen on palautunut alkuperäiseen antiikin Roomasta alkunsa saaneisiin merkityksiinsä. Antiikin roomalainen eliitti alkoi käyttää termiä luksus tarkoituksenaan mustamaalata ei-eliitin rahankulutusta ja elämäntyyliä. Termistä oli tuolloin käytössä kolme muunnosta, ”luxuria”, ”luxuries” ja ”luxor”, joita roomalainen eliitti käytti synonyymeina viittamaan ei-eliitin riehakkaaseen elämäntyyliin, tuhlailuun, ylenpalttisuuteen ja ylettömyyteen. (Kovesi, 2015, 28-29.)

”Luxuria” eri muunnoksineen oli vastakohta suurenmoisuudelle ja loistolle. Se oli enemmänkin pahe kuin hyve, jolla eliitti halusi viitata paitsi siihen turmeltuneeseen eliitin osaan, joka ei enää välittänyt vanhoista roomalaisista hyveistä, mutta myös siihen nousemassa olevaan uusrikkaiden joukkoon, joka jatkoi ymmärtämättömydessään vanhojen antiikin Rooman hyveiden turmelemista. Rooman valtakunnan kaatumisesta seurasi keskiaika, jolloin harvoilla oli enää käytettävissään luksuksen harjoittamiseen tarvittavaa vaurautta. Luksus palasi takaisin harvalle eliitille, johon nyt myös kuului kirkko. Papisto koki oikeudekseen vedota luksuksen käyttöön muun muassa siksi, että se toteutti loistokkaat projektinsa kuten kirkkojen rakentamisen kaikkien puolesta toteutettavina julkisina projekteina. Roomalaisten keksimänä käsitteenä luksus kuitenkin lakkasi olemasta keskiaikaisessa latinan kielessä. Sen sijaan sama termi tarkoitti nyt keskiaikaisessa latinan kielessä ja katolisen kirkon tulkitsemana pääasiallisesti ruumiillisia paheita, himoa (engl. lust) ja seksiä. Tällaisena käsitteenä se oli lisäksi vahvasti sukupuolitettu ja kohdistui tässä paheksutussa muodossaan naisruumiin koristeelliseen korostamiseen. (Kovesi, 2015, 30.)

Esimodernin aikakauden Italiassa 1300-1500-luvuilla pappien ja uskonoppineiden työ luksuksen ”oikeaoppisen käytön” ja oikeaoppisten käyttäjien eli eliitin tukemiseksi jatkui. Papit syyllistivät muiden kuin eliitin ja kirkon taholla toteutettua kuluttamista (ital. ”consumptio”). Historiallinen painolasti luksuksesta himona kohdistui nyt sen uusiin kuluttajiin, naisiin ja ulkonaiseksi materiaaliseksi paheksunnan kohteeksi otettiin erityisesti naisten vaatetus. Tämä vielä nykypäivänkin luksuskulutuksessa valtavirran käsitystä ohjaava stereotyyppinen mielikuva luksuksesta naisten vaatetuksena kiteytti jo tuolloin sen, mistä kirkon oppineiden mukaan huikentelevaisessa ja syntisessä tuhlailevaisuudessa oli perimmältään kyse. Naisten koreileva vaatetus oli ruumillinen pahe, joka tällaisessa huikentelevaisessa käytössä johtaisi moraalittomana pidettyyn ”lihalliseen” himoon. (Kovesi, 2015, 33.) Luksuksen ruumiillisuus on näin ollen äärimmäisen mielenkiintoinen, mutta vähän tutkittu tekijä muotoilun tutkimuksen näkökulmasta.

Antiikin roomalaisen ja keskiaikaisen luksuksen määritelmän sekoittamisella toisiinsa on ollut vaikutusta myös moniin moderneihin tulkintoihin luksuksesta. Luksus (lat. ”luxuria”) sekoitetaan edelleenkin usein keskiaikaiseen latinankieliseen merkitykseensä himona (Kovesi, 2015, 31.) Tämä tulee esille niin akateemisissa teksteissä kuin arkipuheesakin, jolloin luksus esimerkiksi liitetään naisellisuuteen ja naisellisen ulkoisen ”upeuden” korostamiseen yhtenä luksuksen ilmenemismuotona.

Haastattelija: [K]iinnitättekö huomioo toisten ihmisten käyttämiin ylellisyystuotteisiin, liittyykö se nyt sitten taas purjehtimiseen tai ei, et mikä kiinnittää huomiota?

Krister: Kyl mä katson mut mä niinkun [--] jos esimerkiks mun edes menee nainen silloin upeet piikkarit ja silloin upeet sääret ni mä tsiigaan kyllä että minkälaiset piikkarit et osakse niinku astua ja jos se on niinku hanskassa tiäkkö et se ei horju ni mä katon ohimennen sen [--] et kyl mä niinku pikkuyksityiskohtiinki kiinnitän (.) huomiota ja mä suon niille tietysti ne ylellisyysvehkeet.

(Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Luksus (”luxuria”) termistä ei löydy juurikaan mainintoja taideteksteistä kuten näytelmistä, runoudesta tai tieteellisistä sanakirjoista ennen 1500-luvun vaihdetta, jolta on löytynyt historiakuvaus eräistä italialaisista häistä vuodelta 1491. Häitä orkestroi suunnittelullaan Leonardo da Vinci ja kuvauksessa kerrotaan, miten ”parisataa italian eliitin huipulta olevaa miestä vaimoineen oli seremoniassa edustettuina vaimojen pukeutuessa kultaisiin ja hopeisiin juhlapukuihin, ja miten he kaikki olivat varautuneet tilaisuuteen hyvin pukeutuen omistamalla neljä tai viisi samankaltaista luksusvaatekappaletta (engl. clothes ”of equal luxury”).” Ensimmäistä kertaa historiassa vasta nyt mainittiin, miten oikea, todellinen eliitti käyttää aiemmin niin paheksuttua ”luksusta”, joka tässä tapauksessaan vielä ilmeni kaikista paheksutuimmassa muodossaan, naisten vaatteissa. Monet luksuksen merkitykset säilyvät ja uusia tulee kaiken aikaa, mutta tuo aika ja luksuksen ilmenemismuodot ovat olleet se käännekohta, jossa sosiopoliittisilla moraalisisilla rajoituksilla ei ollut luksuksen omistamiseen ja käyttöön enää niin suurta vaikutusta ja luksus kulutusilmiönä pääsi kehittymään siihen muotoonsa, jollaisena se myös tänä päivänä tunnetaan. (Kovesi, 2015, 37.)

Luksus-käsitteen sukupuolittuneisuus on tullut jäädäkseen osaksi ilmiötä ja se on monin tavoin läsnä tutkimusaineistossa kertoen jopa käsitteen sukupuolittuneisuuden vahvistumisesta modernissa kulutuksessa. Kulutustutkimusten mukaan suomalaisessa luksuskulutuksessa ei sukupuolten välillä ole merkittäviä eroja (Nyrhinen et al., 2011, 38), mutta suuntaa uuteen, feminiinisempää käsitykseen luksuksesta on ollut havaittavissa. Luksusmerkkien markkinoille tuomat käsilaukut, kengät, kosmetiikka ja erityisesti vaatetus ovat osoitusta luksuksen elinvoimasta. Huippumuoti on luksusta, ja nykypäivänä sen tehtävänä on edellisten aikakausien tapaan toimia suunnannäyttäjänä tavalliselle kansalle,

joka kenties haluaa seurata haute couturén ja nykypäivän ”eliitin” esittelemiä uusia trendejä.

Nykypäivään tultaessa luksukseen liitetty ”upeus” ja ”loistokkuus” ovat myös sukupuolittuneet uusin tavoin. Sukupuolinäkökulmasta tarkasteltuna suhteellisen tasa-arvoisessa Suomessa kristinuskon ja erityisesti katolilaisen kirkon rakentama paheksuva käsitys luksuksesta vain naisellisena ”turhana koristeellisuutena” ja ”loistona” (Kovesi, 2015, 30-31) on tasapuolisempi, eivätkä naiset itsekään välttämättä ihannoit pelkästään vaatteita ja muotia luksustuotteina, tai koe itseään naissukupuolen edustajana luksuksen ainoaksi kohderyhmäksi.

Haastattelija: Kuinka koette että kiinnitätte huomiota toisten ihmisten käyttämiin luksustuotteisiin? Pistävätkö ne silmään?

Anita: Kyllä mäkin luulen- Et huomaahan se jos ohi menee joku auto joka on niinku (.) tosi kallis. Jaquari – mä oon aina sanonu jos mulla ei olis mitään rajotuksia. Must Jaquari on aino auto isolla Aa:lla. [--] Mun mielestä se on tyylikkään näkönen. [--] Mutta tota sit mä näen myöskin kanssa niinku jos ihmisillä on kauniita vaatteita, tyylikkaitä kenkiä, laukkuja. Ja sit myöskin niinku kodeissa. Kyl mä jos on niinku joku sellanen (.) saattaa olla niinkun joku jotain antiikkityyppistä tai ihan modernia tai joku kiva yhdistelmä siitä, et siinä on vanhaa ja uutta. Kyllä mä niinku sellaisiin [--] Mun mielestä mä katson kauniita naisekin. Must silmä lepää kun katsoo komeita miehiä ja mitä tahansa kaunista. Et kyllä mä sillä tavalla nään.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Kuluttamisen käytännöissä on aina havaittavissa sukupuolitapaista eroavaisuutta, eikä luksuskuluttaminen ole poikkeus. Tässä tutkimuksessa sukupuolisuus ei ole noussut teorian keskeiseksi kategoriaksi, mutta se on ollut tärkeä ominaisuus, joka on osaltaan osoittanut ruumiillisuuden merkityksen kuluttamisen käytännöissä yleisellä tasolla.

Ruumiillisuus, sen loistokkuus ja kauneus luksuksen ominaisuuksina ja kirkon moralisoimina paheina ovat samalla sekä jääneet että osittain poistuneet luksuskäsityksistä. Ruumiillisuuteen liitetty kauneus ja loistokkuus ovat toisinaan hyvinkin merkittävässä osassa luksusta, oli se sitten paheksuttavaa tai ei. Ei paheksuttuna ominaisuutena se oikeuttaa ihmisen ruumiillisuuteen liitetyt käsitykset ”luxuriasta” positiivisena loistokkuutena, ”uutena normaalina” ja tavoiteltavana ihmiskauneutena, johon yhdistyy myös uuden hedonistisen, nautinnollisen luksuksen dynaamisuus ja aktiivisuus (ks. esim. Parviainen, 2011). Tätä näkemystä tukee hyvinvointipalvelujen tarjonnan räjähdysmäinen kasvu. Osa tarjoajista kategorisoi itsensä selkeästi myös luksuspalvelujen tuottajiksi.

Meeri: Mä nautin aina pelata hyväkuntosella kentällä. Et tota, see, se tekee jo hyvän (.)golfkohteen siitä. Sit jos siellä on niinkun (.) klubitalo ja ja saunat ja tällaset on niinkun saatavilla, esimerkiks



Auragolfissa käytiin pelaamassa nyt syksyllä tai elokuun puolessa välissä niin se oli aika miellyttävä ympäristö. Se oli kaauunis kenttä ja hyvässä kunnossa. Et tuota, mulle, et tietysti Katinkullassa tietysti vieh- kiehtoo se että kun siellä on sitten jos tulee vettä kaatamalla niin siellä voi tehdä jotain muutakin, et se on niinkun lomanviettopaikkana ihanteellinen siinä mielessä.  
(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Ruumiillisella loistokkuudella on myös niin sanottu jatkettu ulottuvuutensa materiassa, ominaisuus, joka muotoilussa on ennenkin osattu huomioida esimerkiksi inhimillistetäessä muotoilutuotteita kuten autoja (DiSalvo & Gemperle, 2003; Karjalainen, 2004). Autot, veneet ja muut perinteiset raskaan teollisuuden massiiviset tuotteet ovat luksustuotteina tunnistettuja, mutta toistaiseksi niitä siinä yhteydessään on tutkittu kapeasti lähinnä bränditutkimusten ja segmentoinnin näkökulmasta. Esimerkiksi muotoilun tutkimuksen näkökulmasta kiinnostavia olisivat tutkimukset, joissa sosiaalisen tarkastelun kohteeksi asetetaan ihmisen ja kulkuneuvon välinen vuorovaikutus, sillä onhan kone ”itsenäinen toimija, jolla on oma olemassa olonsa ja energisyytensä”, muistuttaa Kalanti (2009, 30). Koneet kuten ajoneuvot edustavat rumiillisisuuden uutta todellisuutta ihmisen ja ”raudan” ollessa ”yhtä” (vrt. Kalanti, 2009).

Teemu: No itse asias me viетii [tehtiin] just tommonen yks insertti tämmösest samanlaisesta kaverista elikkä silloin tämmöne positiivine ongelma millä nyt sattuu olemaan rahaa [--] hänel on myöski isoja veneitä ollu ja on edelleenki mutta hän niinku heräs jossaki vaiheessa huomaski et helvetti et hän on niinku vieraantunu siitä elementistä että nyt on niinku kaiken maailman dingelit ja dangelit niinku on liian tärkeitä ja ollaan liian riippuvaisii niistä, ni se myi ison veneen pois ja fiksas [hooveneen] ( ) niinku huippukondikseen ja nyt se seilaa sillä (.) et ei ei se tää o rahasta kiinni. [--]  
Pertti: Et] hienoo ku ihmiset ostaa sellasii nehän vois rakennuttaa vaik uuden golfkentän sinne takapihalleen mutta keskittyvät näihin purjeveneisiin ja koska se fiilinkihän tulee heillä varmaan se nautinto eihän ne muuten ne tekis se on ihan samanlainen ku niin sanottu tavalliselki ihmisellä ja sillä pienellä hooveneellä seilatessa että.  
Teemu: Heillon vaan mahollisuus tehdä se niin (.) toisel tavalla.  
(Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Edellisessä luvussa totesin uuden luksuksen olevan nautinnonhakuista, mutta aktiivista toimintaa. Kalannin (2009, 19) mukaan myös esineet ovat aktiivisia, sillä ne tarvitsevat tukea käyttäjiltään ollakseen olemassa tarkoituksellisina esineinä. Aineiston mukaan näin on myös luksuskuluttamisessa, jota olen toistaiseksi tarkastellut ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisen näkökulmasta.

## Vapaa ylellisyyskäsitys

Aineistossa esiin tulleet luksuksen moninaiset tulkinnat osoittavat omalla tavallaan termin pitkän ja vivahteikkaan historian. Uskontojen ja protestanttisen etiikan perintö yhdistettynä käsityksiin suomalaisen yhteiskunnan keskiluokkaisesta ja lähtökohdiltaan talonpoikaisesta yhteiskuntarakenteesta, jossa yläluokkia on ollut vaikea havaita, näkyy myös aineistossa (vrt. Kolbe, 2015). Varauksellisen pohdinnan lisäksi tutkittavat pohtivat luksuksen olemassaoloa ja ilmenemistä yhteiskuntaluokkaisena asiana myös Suomessa.

Haastattelija: [M]ites te suhtaudutte semmosiisiin ihmisiin, jotka kovasti käyttää ihan selkeästi tällaisia luksustuotteita, ylellisyystuotteita? [--]

Maj: Kyllä mu- must niinkun semmonen a- juttu että jotkut käyttää luksustuotteita tyylikkäästi, semmosta henkilöähän voi ihan vaan niinkun ihailla ja todeta että olipa hieno juttu. Sitten on henkilöitä jotka vaan hankkii niitä luksustuotteita sen takia että niillä on varaa niihin ja ne haluaa näyttää että niillä on varaa niihin, mutta ne voi olla tyyliä yhdistetty tai käytetty. Eihän sitä voi muuta kun sitten ajatella että menipä [hukkaan toi

Malla: hukkaan] ((naurua))

Maj: niin et se ei oo niin kauheen yksiselitteinen mutta eihän semmosta jos nyt joku, jollakin on kauheen ihania tuotteita tai näin ne on tyylikkäästi niinkun valittu ja yhteensovittu (?) muuten [--]

Aila: Mulla tulee semmonen mieleen että joillakin ihmisillä on on vois sanoa tällä tavalla kun sanotaan että on syntynyt hopealusikka suussa niin ei ne ihmiset jotka osaa kantaa tätä luksusta sillä tavalla, ne on niinkun (.) ne on koko elämänsä olleet, olivat mistä lähtökohdasta tahansa, mutta heillä on semmonen joku sisäinen ty- tyyli on siellä olemassa ja he ei voiskaan mitenkään muuten olla sitten, joka sopii niinkun heille. Ja sitten on tosiaan näitä jotka [hankkii

Malla: Ei niistäkään] kaikki kyl oo luontevii, vaik onkin hopealusikka [suussa syntyneitä. Niin.

Aila: Ei oo, ( ) on on] mut että just sitten osalla on, tulee mulle tällainen idea niin osalla on ollu niinku se synnynnäisesti saaneet tällaisen lahjan. Osata kantaa jotakin vaatetta tai tai että et vaikkei se oo sillä tavalla mitenkään voi olla (.) miten sen sanos, hirveen sellanen ööh ehkä noin miten mä osaisin sen kuvata mut kuitenkin että se osaa kantaa sen sillä tavalla että tuota et se [niinkun (?)just niin siihen

Malla: näyttää hyvältä.] [--]

Aila: Karisma tai joku semmonen niinkun ihmisestä sillä tavalla, joku tän tyyppinen on sitten se.

Malla: Ei yksiselitteisesti [--]

Maj: ( ) katsoo sitten kauniista ja rohkeista ((naurua)).

(Naisgolfareiden haastattelu, Rönkä)

Sosiaalisen ja yhteiskunnallisen erottautumisen tarve ei noussut aineistosta esiin tutkittavien käyttäytymistä selittävänä tekijänä. Kolben (2015, 27-28) mukaan suomalainen yläluokka on olemassa, mutta sellaisenaan se on hiljainen ja kasvoton, eikä pidä itsestään turhaa meteliä. Tämä näkyy myös aineistossa. Se, mistä luksusta omistavan ja käyttävän yläluokan aineistosta tunnistaa, on taloudellisista huolista ”vapaa” aika ja sen käyttö (Kolbe, 2015, 40-41), toisin sanoen mahdollisuus riittävän runsaaseen vapaa-aikaan ja siihen liittyen vapaavalintaiseen kulutukseen (Sarpila & Haanpää, 2010). Tutkittavilla on riittävästi taloudellisia resursseja mahdollistamaan omistautuminen sellaisille erikoistuneemmille toimille, jotka eivät ole suoraan yhteydessä elannon hankkimiseen (vrt. Berger & Luckmann, 1994, 95), toisin sanoen mahdollisuus vapaa-ajan kulutukseen kuten harrastamiseen.

Luvussa 6.1.1.1 *Luksus ja muotoilu* on käsitelty tutkittavien käsityksiä luksuksesta tuotteena, tunteena ja statuksena. Analyysi on alkuvaiheessaan osoittanut suomenkielisen ylellisyyden käsitteen luksusta luontevammaksi vaihtoehdoksi puhuttaessa tutkittavien kanssa heidän luksuskuluttamisestaan. Osittain jo haastatteluvaiheessa haastattelijoina päädyimme käyttämään ylellisyyden käsitettä pyytääessämme tutkittavia kertomaan syvällisemmin heille nautintoa ja ylellisyyden tuntua tuovista tärkeistä kokemuksista. Luksus-termiä käytettiin keskusteluissa viittaamaan konkreettisiin tuotteisiin ja materiaaleihin, kun taas ylellisyys kattoi laajemmin abstrahoituja ominaisuuksia ja tuntemuksia.

Haastattelija: [M]inkälainen suhde yleensä on luksustuotteisiin (.) tai semmisiin tuotteisiin jotka mieltää yleensä ylellisyydeksi?

Tuija: (2) No en mä kyllä tyypillisesti osta jotain tuotetta sen takia et mä mieltäsin sen ylellisyystuotteeksi että siinä pitää olla joku semmonen (.) juttu joka houkuttelee mua vaikka se ois kallis ja vaikka se ei olis niinku välttämätön (.) että (.) joko sen pitää olla niinku niin jotenki hyvin muotoiltu taikka (2) taikka mikä muu juttu siinä pitäs olla (.) tai no mä ostin joululahjaksi semmos- stokken tuolin semmosen gravitytuolin joka (.) niinku neljää asentoon (.) kallistuu niin niinniin (.) siinä sit mä ajattelin et se on hyvä niinku selälle että siinä on hyvä lukee lehteä ja niinku siinä on niinku se toiminnallisuus joka kuitenkin pitää olla hyvä että va- ehkä en osta semmosta (.) ylellisyystavaraa joka ei olis jotenki toimiva (.) mä vähä luulen niin (.) en yhtäkkiä keksi että mikä mikä semmonen vois olla (.) joka ois niinku ihan turha eikä sitä vois mihinkää käyttää (.) maksais paljo ( )

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Oulu)

Olen tässä luvussa nyt keskittynyt tarkastelemaan muotoilun kuluttamista luksuksen ja ylellisen kuluttamisen teemasta ja todennut aineistosta keskeisesti esiin nousevana ominaisuutena omaehtoisen vapaa-ajan toiminnan kaikissa kohderyhmissä. Luokkatutkimuksesta tutkimuksessani ei ole kyse, enkä ota kantaa yhteiskunnallisen aseman merkitykseen luk-

suksen kuluttamisessa. Toisaalta, koen tarpeellisenä tarkastella tutkimustani sosiologisen luokkatutkimuksen käsittein siltä osin kuin ne auttavat teorian tuottamisessa ja käsitteellistämään *vapaa-aikaan perustuvaa ”vapaan ylellisyyskäsitteen”* näkökulmaa. ”Wienin katukahviloista Pohjois-karjalalaiseen lahdenpoukamaan” tiivistää suomalaisen ylellisyyden kokemuksen moninaisuuden. Tätä vapaata ylellisyyttä esittelen seuraavissa luvuissa yksityiskohtaisemmin tarkastelemalla vapaa-ajan toimintaa ja luksusaineiston koodiryhmiä *immateriaaliset arvot ja tunteet ja harrastamisen merkitykset*.

Luku 6.1.1 *Ylellisyys ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa* on toistaiseksi osoittanut miten ylellisyyden kuluttamisessa on keskeistä ylellisinä koettut nautinnolliset kokemukset, joita tavoitellaan ruumiillisesti ja muistellaan ruumiillisina kokemuksina. Kulutussosiologian muutamat nykysuuntaukset antavat käsitteellistä tukea näihin alustavasti aineistosta avoimessa koodauksessa esille nousseisiin huomioihin. Ruumiillisuuteen painottunut kulutussosiologia on ensimmäisiä 1980-luvun ja 1990-luvun alun juonteista, jolla on käsitteellisiä yhtymäkohtia käsillä olevan tutkimuksen kanssa. Erityisesti Bourdieu’n (1984) *Distinction* teoksessaan esittelemä teoria sosiaalisten erottelujen ruumiillistumisesta habituksena ja näiden erontekojen sisäistymisestä valintatapumuksiksi, dispositioiksi on ollut perustavia käytäntöteoreettisia näkökulmia kuluttamisen ruumiillisuudessa. Kulutuksen ruumiillisuutta tarkastelleen kulutussosiologisen ensimmäisen aallon jälkeiset tutkimukset ovat myös olleet enenevässä määrin empiirispainotteisia keskittyen harrastuksiin ja muihin poikkeuksellisiin kulutustapoihin mukaan lukien kuluttajan haluja ja estetiikkaa pohtivat tutkimukset. (Ilmonen, 2007, 23-26.) Bourdieu’n käytäntöteoreettinen näkökulma tukee myös aineistosta esiin nousutta aktiivisen kuluttamisen ulottuvuutta, sillä mikäli sosiaalista erottautumista tapahtuu, on se aktiivista erottautumisen tekemistä (engl. distinction) suhteessa passiiviseen eron (engl. différence) olemassa oloon (Kivimäki, 2008, 12). Tässä aineistossa aktiivisuus paikantuu vapaa-ajan harrastamiseen.

Luksus on nyky-yhteiskunnassa subjektiivisia ja kollektiivisia merkityksiä, mutta myös tuntemuksia siitä, mikä on elämässä tärkeää. Osittain näen tämän tutkimukseni edustavan sitä Roosin (1985) peräänkuuluttamaa puuttuvaa tutkimussuuntausta tai -otetta, jossa poiketaan niin sanottujen suunnittelun asiantuntijoiden ja makuarvostelmia tuottavien portinvartijoiden korkeakulttuurin tulkinnoista ja otetaan tarkastelun rinnalle elämänpoliittista harkintaa ja kysytään sellaisia kysymyksiä kuin ”Kuinka haluamme elää?” ja ”Kuinka voimme olla onnellisia?” (Heiskala, 2000, 215-216).

Leila: ( ) - siinä mielessä niinku elämän, elämän arvot, et, ei mitään ihmeellisyyksiä tavota. Oi, oikeastaan siis aika tyytyväinen olo siihen koska niin paljon surkeutta on ja niinku, mihin nykymaailma on menossa- Et täällä, kun on ( ) mikään täällä Suomesta pois, kun on tää lintukotomenttaliteetti täällä, tai siis tää ( ) suunnilleen et se pysyis-. Et ei- (2) Ei niinku missit sanois, että maailman rauha säilyis ((Naurua))

Tuula: Totta kai ne on semmosia perusasioita, joita jokainen toivoo

Anita: Niitä kaikki toivoo, joo-o.

Tuula: - ihan omaan henkilökohtaiseen elämään liittyy.

Haastattelija: Jos teillä vielä mieleen tulee joitain asioita, jota me ei ymmärretty kysyä ja jotka koette tärkeeks, olennaiseks tällä sektorilla. Korostan todella tätä tuotemaailmaa, mutta ( )

Anita: Mulla- Yks mitä mä niinku tässä mietin koko ajan tavallaan silloin kun puhutaan niinku ylellisyydestä. Tavallaan, tavallaan me nyt niinku keskustellaan esineistä, tavarasta, mut mun mielestä on tullu aika selkeesti esille et, et ne mitkä niinku ihmiselle kuitenkin sen jälkeen kun perustarpeet on tyydytetty niin, mitkä on tärkeitä et, tärkeitä liittyy sitä semmoseen muuhun maailmaan kun siihen materiaan. Sit se on niinku nää arvojen mukaset -

[Tuula: Laatu aika läheisten kanssa, et]

Anita: Nii-in. Et se on must aika selkeesti tullu ilmi tästä.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Sanana, käsitteenä ja käytäntönä luksus on ehdollinen historiallinen tuote. Luksuksella on pitkä ja polveileva historia, jonka merkitykset periytyvät nykypävän tulkintoihin saakka. Käsitteellisesti se on kuitenkin alkanut nousta esiin myös materiaalista alkuperäänsä syvenmpänä merkityksenä loistokkuudesta, upeudesta ja suurenmoisuudesta (engl. magnificent). (Kovesi, 2015, 38.) Luksuksella on 2000-luvulle tultaessa ollut mahdollista ilmaista myös jonkin ylevämmän olemassaolosta. Sitä ei tarvitse käyttää vain osoittamaan johonkin moraalisesti epämääräiseen ja paheksuttavaan turhuuteen, vaan vaikkapa unelmaan omasta kesämökistä, johon edelleen kiinnittyvät monet muut elämän ylellisyydet.

Tuula: Mulla on ainakin yks asia mielessä joka tota liittyy siihen et, et toivoo että molemmat lapset pääsis hyvin elämänsä alkuun ja saisivat perheen perustettua ja niin edelleen, mutta mihin se konkretisoituu, missä mä toivoisin näkeväni itseni niin, niin tuota viiden viiva kymmenen vuoden kuluttua olisi, että, että meillä olisi, olisi tuota unelma kesämökki jossain upeassa paikassa vastaavalla tavalla kun, kun mun appivanhemmillä on ollu, jossa meidän lapset haluais omine perheineen viettää meidän kanssa viikonloppuja ja, ja kesälomia. Ei tietenkään kaikki mut kuitenkin, et haluais viettää siellä meiän kanssa tällasta kiireetöntä aikaa mitä sä kuvasit.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Turvallisuuden tunne, lämpö, kiintymys läheisiin sekä terveys ovat perustavimpia immateriaalisia arvoja, jotka vastaajat mieltävät ylellisyyttä tuottaviksi asioiksi elämässään. Tutkimuksen empiirinen aineisto on tässä vaiheessa osoittanut, miten poikkeavia käsityksiä muotoilun kuluttajilla on luksuksesta ja ylellisyydestä suhteessa siihen, mitä luksusmark-

kinat ihmisille tarjoavat. Luksuksen ja ylellisyyden määrittelystä esineinä ja kokemuksina voidaan myös viitata Määttäsen (2008, 33) tulkintaan:

”Esineitä voi periaatteessa tarkastella irrallaan kokemuksesta, tulkinnasta ja kulttuurisista käytännöistä, mutta sen varassa ei pääse pitkälle.”

Luvun *Luksus ja muotoilu* johtopäätöksenä voi myös todeta, miten ylellisyyteen käsitteenä paikantuu hyvin paljon palvelun kaltaisia elementtejä ja ominaisuuksia, kun taas luksus konkretisoituu materiaalisiin ominaisuuksiin.

#### 6.1.1.2 Ylellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina

Tämä koodiryhmä on toinen luksusaineiston analyysin käsitteellistämisen tueksi laatimani ryhmä, jonka esittelen osana GT-menetelmän avoimen koodauksen vaihetta. Tutkittavien erilaisia elämäntilanteita ja kokemuksia kuvaavista tapahtumista muodostui kattava joukko koodeja, jotka olivat myös luokiteltavissa ominaisuuksiksi ylellisyydestä immateriaalisina arvoina ja tunteina. Näistä syntyi lopulta oma koodiryhmänsä (19 koodia), josta seuraavassa listassa ovat ne 10 koodia, jotka mielestäni selittävät parhaiten aineettomia arvoja ja tunteita ominaisuuksina:

arvot, kunnioittaminen, tavoitteet  
elämys, kokemus, tunne  
elämän peruskysymys  
itse tekeminen, kilpailu itsensä kanssa, itsensä toteuttaminen  
koti, asuminen, perhe  
perinteet  
pyhä  
tiedonjano, asiantuntijuus  
turvallisuus, terveys, ekologia  
ymmärtää, seurata, kuunnella ja katella

Keskeinen muotoilun kuluttamista selittävä, mutta jokseenkin vielä hyvin laaja aineistosta esille nouseva ominaisuus on tavoite kokea elämyksiä ja nautintoa. Tämän tavoitteen voi saavuttaa millä elämän osa-alueella tahansa kuten työssä, mutta merkittävä osa aineiston tilanteista ovat kuvauksia ”elämän peruskysymyksistä” kuten perheestä, kodista, ystävistä ja terveydestä elämysten ja nautinnon lähteenä.

Tiina: [--] mut niinku se perhe ja ystävät on on kyl kyllähän ne on

niinkun hyvät ystävät ja ja perhe ja muuta ni onhan se onhan se ihan selkeesti niinku varmaan se ylellisyyden asia ( ) ei mitkään tavarat et ne kalpenee niinkun sen rinnalla.”

(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Helsinki)

Tutkittavia pyydettiin tuomaan haastattelutilanteeseen mukanaan jokin itselle ylellinen ja arvokas tuote. Äitienpäiväkortti edustaa aineistossa sitä harvinaista, mutta myös tuotteen muodossa olevaa aineetonta ylellisyyttä, johon suuri osa ylellisyyskokemuksen perustavista arvoista voidaan sisällyttää.

Martta: ”Minusta tämä oli niin ihana kun minä sain tämän tytöltä ja täällä oli sitten semmonen (.) kai se on itte kirjottanu tämän runon [--] Haluaisin sinulle maan, kuun, auringon ja taivaan. Ja kesällä sitten vietetään yhdessä aikaa ja iloitaan kesän tunnelman taikaa. Hyvää äitienpäivää! [--] Sitten se oli niinku postilaatikossa. Totta kai se oli ihana tunne kun sen luki.”

(Naisgolfareiden haastattelu, Kainuu)

Muotoilun näkökulmasta ylellisyyden immateriaalisella ulottuvuudella tarkoitetaan tuotteiden ja palvelujen välistä rajapintaa. Kuluttajien rinnastaessa ylellisyys siihen, miten ”elämä on järjestyksessä” ihmissuhteiden, työn ja muiden tärkeäksi koettujen perusasioiden suhteen, voidaan uutta ylellisyyttä ja luksusta tarkastella hyvin laajalla tuotteiden ja -palvelujen asteikolla. Keskeistä mielekkääksi koettujen ominaisuuksien kuluttamisessa näyttäisi olevan niiden kyky vastata inhimillisten perusarvojen toteuttamisen tarpeisiin. Nämä asiat voivat olla vielä hyvin konkretisoitumattomia ja tällaisenaan jopa tiedostamattomia tavoitteita. Joillakin tutkittavilla omakohtaisia kokemuksia elämän ylellisistä asioista oli kertynyt muistoiksi jo siinä määrin, että niitä ylittäviä perimmäisiä uusia tavoitteita olisi kenties jopa mahdotonta löytää.

Haastattelija: Mikä sinulle on ylellisyyttä yleensä elämässä?

Tuula: Vapaa-aika perheen kanssa ja sitten niinku tämmöset vuoden suuret juhlat perheen kanssa, niinku joulu esimerkiks.

Anita: Mäkin tykkään et se vapaa-aika, se on kyllä- Se on aika vähäinen luonnonvara nykyään mutta tota ja sitten luonto

[Tuula: joo-o], liikunta, luonnossa liikkuminen.

Leila: Ei, ei se ylellisyys niinku ei todellakaan mene siihen

mikä rahalla olis saatavissa, vaan se, se on jotain, jotain aivan,

aivan muuta. En, en tiedä, et, et onks sitä sit jollakin tavalla

etuoikeutettu että, että päivittäinen leipä luonnistuu ja katto pään

päällä ja on vaatteet että, että pystyy niiku sitte sanomaan että, että

ne ei, ei merkitse sillä tavalla. Mutta et nimenomaan se-. Luonto tulee

tärkeemmäksi, vapaa-aika tulee tärkeemmäksi ihan vuosi vuodelta.  
Anita: Ne hetket niinku läheisten ja ystävien kanssa. Se et voidaan niinku kiireettömästi vaikka istua yhdessä ja syödä ja jutella ja kellään ei oo mihinkään kiire.  
Leila: Fantastisen hyvä ruoka yhdessä ystävien kanssa kauniissa luonnossa [Tuula: Kyllä].  
(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

*Ylellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina* -koodiryhmän keskeinen koodi *elämys, kokemus ja tunne* kattaa tapahtumia hyvin laajalla asteikolla (ks. liite 3. luksusaineiston koodiryhmät). Inhimillisinä tunteina ja kokemuksina näihin tutkittavien kertomiin tilannekuvauksiin on helppo samaistua. Aineistossa koodi sisältää tutkittavien kuvauksia heille mieleen jääneestä kokemuksesta, elämyksestä tai tunteesta joko liittyen harrastukseen tai johonkin muuhun elämänalueeseen. Koodin määrällisestä ja sisällöllisestä laajuudesta (72 sitaatiota) huolimatta tapahtumista on löydettävissä ne semioottiset ääripäät, joiden väliin tällainen ihmiselämän kokemusasteikko voidaan sijoittaa. Käsitteellisesti asteikkoa määrittelee elämys, joka Veijolan (2004, 104) mukaan yhdistää uudenlaisia sosiaalisia muotoja (yhteisöjä) vain hetkeksi, mutta sitäkin intensiivisemmin: ”juuri me olemme juuri nyt täällä ja tanssimme, kiidämme pitkin rинnettä”.

Elämys voi edellisen kuvauksen tavoin olla tilannekohtainen ja hetkellinen, tai sitten elämysten tapahtuminen pyritään varmistamaan jatkumoilla, eräänlaisella sosiaalisella infrastruktuurilla. Se tekee tapahtumisesta tavan, jolloin on varmempaa, että elämyksiä syntyy luotettavissa rakenteissa ”elämän matkan varrella”. Sosiaalitieteen näkökulmasta ihmisen koko elämää voidaan ajatella tällaisena sosiaalisena jatkumona, joka takaa myös ne nautinnolliset ja mielekkäät kokemukset. ”Jatkumoit” ovat harrastukset, koti, perhe ja työ. Länsimaista kuluttamista luonnehtii myös käsitys siitä, miten yhä useampi mahdollisuus, sosiaalinen konteksti tai jokin muu tapahtuma olisi myös tae elämyksellisemmästä elämästä myös määrällisesti mitattuna.

Haastattelija: No jos mennään pois tästä tavaramaailmasta ja vähän palveluistaki pois ni mitkä tapahtumat ja elämäntilanteet te koette ylelliseksi? Onko esimerkiksi jotaki (2) kertoa jotaki tapahtumaa tai mikä tuottaa elämässä teille nautintoa?

Mikko: Jaa no niinku mä jo sannon aikasemmin ni vapaa-aika että ko sitä ois niinku enemmän ja ( ) ois enemmän lomaa ni kyllähän se [--]

Heidi: Joo kyllä se vapaa-aika on sitte sinänsä että se on se (.) tärkeätä mutta sitten jos aatellaan yleisesti niin kaikkia tämmösiä tapahtumia just viihdejutut käypi konserteissa tai jotaki tämmöstä näin niin kyllä varmasti ilman niitäki selviäis sitte että ehkä se elämyksien hankinta oli se mikä tahansa ni (.) sen vois ajatella että se on ei välttämätöntä mutta -



Mikko: [Kivaa.

Antti: Mm.]

(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

*Itse tekeminen, kilpailu itsensä kanssa, itsensä toteuttaminen* -koodi kokoaa ja selittää immateriaalisen ylellisyyden konkretisoitumista muotoilun kuluttamisessa nykypäivän Suomessa. Koodi linkittyy aineistossa vahvasti saman koodiryhmän koodiin *liikunta harrastuksena*, jossa tutkittavat kertovat enemmänkin suhteestaan liikuntaan ja oman ruumiillisen toiminnan muotoihin. Tässä ulkoilmaharrastamisen kontekstista kootussa aineistossa liikunnallisuus ja ruumiillisuus selittävinä ominaisuuksina nousevat aineistosta esiin selkeästi, mutta toisaalta korostuneen ruumiillisuuspuheen seuraaminen aineistossa on osoittanut yhteyden muihinkin koodiryhmiin kuten koodeihin *vapaa-aika vastaan työ ja sosiaalisuus*.

Pohdittavaksi jääkin nyt, selittääkö materiaalisuus sittenkin muotoilun kuluttamista ja ylellisyyttä myös immateriaalisina arvoina ja tunteina, vaikka näitä kahta ominaisuutta onkin ollut toistaiseksi mielekästä käsitellä semioottisina vastinpareina. Ruumiillisuus materiaalisuutena tarkoittaisi tällöin myös ihmisen fyysistä ja aktiivista toimintaa ruumiin ulkoisessa materiaalisessa ympäristössä. Ruumiillisuutta voidaan tällöin pitää yhtenä keskeisenä materiaalisuuden aktiivisista ilmenemismuodoista.

### 6.1.1.3 Harrastamisen merkitykset

Harrastaminen, tässä tapauksessa ulkoilmaharrastaminen on yksi empiirinen esimerkki muotoilun kuluttamisesta. Harrastaminen ja harrastamisen eri muodot, lajit määrittelevät kuluttamista. Lajin vaihtuessa myös kuluttaminen voi muuttua kuten seuraavasta katkelmasta käy ilmi:

Haastattelija: [K]auanko oot harrastanu purjehtimista?

Teemu: No mitä mitä nyt harrastunu ( ) laskee mut purjehtimista ni oisko nyt sitte joku viis vuotta kuus vuotta.

Haastattelija: Mitä kautta sää oot tullu purjehtimisen pariin?

Teemu: Kavereitten kautta.

Haastattelija: (2) Onko nyt koko lähipiiri purjehtijoita vai?

Teemu: Ei oo, ei oo luoja kiitos, mut kyl se pikku hiljaa siirtyy siihen suuntaan et kyl se niinku kaverit sano ni et ku viettää paljo aikaa määrätynlaisten ihmisten kanssa ni se vaan sitte (.) ympyrä tiivistyy.

Pertti: (3) Niihän siin käy mut niihän tuossa ku katselee golffaajiiki ni eihän tunne ku toisen golffaajan.

Teemu: Nii. ((nauraa))

Pertti: No niin, täs] golffista ni sen verran et mulla on kyl käyny

muutamalle veneilijälle tuttavalle niin että on antanu pikkusormen lähteny pelaa ja sitte on myyty venekki ja ostettu osakkeet ja ostettu joku kämppäki viel etelästä ja on vaihdettu tää hyvä veneilyharrastus sen vuoks mä en oo koskaa antanu periks pikkusormen, pari kertaa pienoisgolfii pelannu mut se ei vielä o nykässy mukaansa että, säilyny siitä määrästä.

(Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Muotoilun kuluttaminen on prosessi, jossa toiminta jalostuu ja kultivoituu harrastamisen jatkuessa jopa elämän mittaisena projektina.

Haastattelija: Luuletteko että laji säilyy teillä elinikäsenä harrastuksena?

Maija: Niin kauan ku liikkeelle pääsee.

Pirjo: Kyllä.

(Metsästäjien haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Seuraava aineistokatkkelma tiivistää stereotyyppisinä oletettujen ylellisysharrastusten, golfin ja purjehduksen merkityksiä harrastajan näkökulmasta. Vastaus on monitahoinen, eikä se tutkittavankaan mukaan vielä kata kaikkea, mitä harrastaminen hänelle merkitsee:

Heidi: (2) No minusta on ehkä niinkö golffissa ja purjehduksessa on kuitenkin aika paljoki samoja elementtejä et se että sitä ei koskaan opi (.) ja siinä aina riittää haastetta siinä voi kilpailla tai olla ihan omana itsenään ja niinku kilpailla lähinnä vaan silloin itsesä kanssa mut se luonto elementti on siinä ehkä se tärkein et se ulkona liikkuminen ja vähän tämmöstä urheilullisuuttakin ehkä sitte kumpaankin liittyy että että ne on mun mielestä aika aika samantapasia kuitenkin näissä kaheesa lajissa mutta jos tästä purjehduksesta vielä sanoisin (.) herrat kyllä kiteytti [kertoessaan miten monipuolinen ja kiehtova laji on] varmaan kaiken oleellisen jo tuohon äsköseen sanomaan mutta tuota (.) minun mielestä ehkä se luonto elementtinä siinä on niinku todella tärkeä ja se luonnon kunnioittaminen että että kuitenkin se vaikka ois kuinka hyvä purjehtija ni se luonto kuitenkin sitte määrää että miten siinä mennään ja missä ja milloinka ja se on minusta purjehduksessa parasta mitä minulle henkilökohtasesti on ni se on semmonen (.) melko täydellinen stressintappokone että kyllä siinä niinkö stressi unohtuu (.) todella hyvin että et se on niinku vastapainona sille työelämälle se paras anti mikä siinä purjehduksessa on (.) ja sitten (2) sitten (2) ehti jo ajatukset kadota (2) no minä palaan sitte ku tulee mieleen.

(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Muotoilun kuluttamisen tutkimus tarkastelee kuluttamista tuotteiden ja palveluiden käytön ja käyttäjäkokemusten näkökulmasta, jolloin käyttäjän vuorovaikutus tuotteiden, toisin sanoen ihmisten rakentamien materiaalistien entiteettien kanssa on tarkastelun kohteena usein ensisijaista. Kokemukset lajin parissa perustuvat pitkälti harrastusvälineiden käyttöön. Mielihyvän ja positiivisten tuntemusten saavuttamisessa harrastusvälineillä on keskeinen merkityksensä ja ne ovat sisäänrakennettu osa sosiaalisista toimintaa ja kokemuksia.

Maj: Mut te unohitte mun mielest semmosen hyvin oleellisen asian et golffissa on myöskin mun mielestä hyvin (.) va- niinkun tärkeätä tää mielihyvän (.) [tunne, joka tulee onnistuneesta pelistä [--]

Aila: Niin, juu (.) kyllä! Joo.]

Maj: miten ne on epäonnistunu ja menny peli huonosti mutta (.) sen kerran kun kulkee taikka lyönnit onnistuu hyvin niin kyllä siitä tulee semmonen mieletön ((toiset myöntelevät samaan aikaan)) mielihyvän, tunne.

Malla: [((epäselvää keskustelua yhteen ääneen)) Sen ei tarvi olla ku jokunen löynti!

Aila: Näin se voi olla]

Maj: Tää on kai se mitä ihmiset sieltä eniten hakee just sitä ((Malla myöntelee taustalla)) tätä onnistuneen lyönnin tuottamaa [mielihyvää. (Naisgolfareiden haastattelu, Rönnäs)

Muotoilun kuluttajat ovat tuotteiden ja palvelujen käyttäjinä aktiivisia toimijoita, jolloin he tietoisesti suunnittelevat myös omaa harrastamistaan. Tämäkin on pitkälti sosiaalista toimintaa eli vuorovaikutteista toimintaa ja tavanomaistuneita käytäntöjä (Reckwitz, 2002). Harrastamiseen liittyvät merkitykset ovat sekä sosiaalisia (sosiaalipsykologisia) ja materiaalisia, minkä vuoksi olen avoimen koodauksen vaiheessa päätyneet vielä erottelemaan nämä kaksi kokonaisuutta koodiryhmien tasolla toisistaan. Yhteyksiä aineistosta pilkottujen yksityiskohtien välillä löytyy vasta myöhemmässä vaiheessa analyysiä kuten luvussa 6.1.1.4 *Luonto harrastusympäristönä ja varusteet*.

Harrastamisen merkityksiä selittävistä koodeista ensimmäisiä on ollut *elämäntapa*-koodi. Sen alle olen sijoittanut 101 sitaatiota. Tämä koodi on myös vahvimmin säilynyt muuttumattomana läpi teorian tuottamisen eri vaiheiden. Toki, kaikille tutkittaville keskusteltavana ollut harrastus ei välttämättä ollut suoranaisesti elämäntapakysymys, mutta osana tutkittavien elämää harrastuksella kuitenkin oli suuri merkitys. Harrastus oli usein paitsi rytmittämässä työn ja vapaa-ajan vuorottelua, minkä lisäksi se laajensi kaikenlaista yksilön kokemuksellista ympäristöä ja auttoi ennen kaikkea havaitsemaan ja tiedostamaan arjen pieniä ylellisyyksiä.

Maarit: Mä olin eilen sillein, että mä olin kävelemässä ja (.) ilma oli semmonen ihan hyvä ja aattelin että ois kiva lähtee golfaamaan. En

varmaan kun puol tuntia kävelin ni soi kännykkä että lähetkö pellaan. Ja se tuntu että ai ihana ((muut nauravat)) ( ) Sitten tosiaan että kierros kierrettiin ja se meni ihan sillein kivasti ja sitten isäntä oli laittanu ruuan kun menin kotiin ja televisiosta jännitettiin pesäpallomatsia että miten joukkueelle kävi ja sit se voitti ni mä sanoin miehelle että nyt voitas viinilasit että, että kun pojat kerran voitti. Ni hän oli vielä hommannu juustoo ja viinirypäleitä ((kaikki nauravat)) ja patonkia paistanu. Siinä oli illalla ihan kiva yllätys. Maija: Kyllä.

Maarit: Tämmösistä pienistä asioista

Kaikki yhdessä: [Niin justiin, niin  
(Naisgolfareiden haastattelu, Kainuu)

Harrastamista elämäntapana selittivät omalta osaltaan muutkin harrastamisen koodit, jotka yhdessä jäsenivät harrastamista myös sen kuluttamisen ympärille rakentuvana ja kronologisesti etenevänä jatkumona alkaen koodista *harrastuksen aloittaminen* ja *harrastuksen oppiminen ja osaaminen* edeten koodiin *harrastuksen määrittelemisen* ja *harrastamisen hienoudet ja suola*. Haastattelujen edetessä tällä tavalla tarinallisina harrastamisen kokonaiskuvauksina oli tutkittavien lopulta myös jokseenkin helppoa pohtia omaa harrastustaan kulttuurisena asiana ja osana yhteiskuntaa. Myös erilaisia *maallikkokäsityksiä harrastuksesta* tuli keskusteluissa esille kuten esimerkki golfista urheiluna osoittaa:

Leila: [--] Kaikki ku sanoo sitä, et se ei oo urheilua et siellä vähän vaan tepastellaan ja huitastaan palloa niin se ei todellakaan pidä paikkaansa. Mä muista silloin kun mä ensimmäistä 18 reikää lähdin pelaamaan niin lähdin siskon kanssa ja mulla oli silloin parempi auto kun hänellä ja mä en tajunnu ku hän sanoi että mennään hänen autollaan. Et mitä varten sun röttelöllä. Sen kierroksen jälkeen sä et kyllä jaksas pelata. Mä sanoin 'höpöhöpö' (.) sen 18 reiän jälkeen kun mun sisareni siis niinku laitto mun bagin autoon, tuuppas mut istuu siihen etupenkille. Siis mä oli aivan tööt. (.) Et se on kyllä urheilua (Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Eniten keskustelua ja samalla kontaktipintaa haastattelujen luksuskuluttamisen pääteemaan on tarjonnut oman, itselle tärkeän harrastuksen parista löytyvät kokemukset. Harrastamisen merkityksistä *harrastuksen aloittaminen* -koodi kattaa henkilöhistoriaan liittyvät harrastamisen taustat, harrastamisen motiivit ja arvot. Koodi on myös vahvasti yhteydessä koko aineistossa myöhemminkin merkitykselliseksi koodiksi nousseeseen koodiin *itse tekeminen, kilpailu itsensä kanssa, itsensä toteuttaminen*, josta tutkittavat kertoivat ja keskustelivat paljon. Itsensä toteuttamisen ja itsensä kanssa kilpailun kokemukset ovat voineet olla pelottaviakin, mutta ne on kuitenkin säilyneet positiivisina huippukokemuksina, joissa on vahva ruumiillisen tekemisen tunne.

Pia: (2) Mulla on ollu semmonen niinkö jos puhutaan tämmösistä huippukokemuksista niin mun yks semmonen huippukokemus on on semmonen ku mä olin tuolla Kanarian saarilla purjehtimassa ja me oltiin yhtenä iltana lähettiin sit purjehtimaan sieltä Gomeran saarelta meillä oli tarkotus mennä Cran Kanarian saarille täyteen vastatuuleen ja mä olin semmosella kuunarilla semmosella isolla isolla venneellä ja ja tuota tuli pimpee siellähän tulee pimiä ja oli kova tuuli ja ne aallot oli semmosia neljä viis metriä korkeita et ne oli tosi korkeita ja ja (.) sil- sitte siitä on kauan aikaa joku yhekskytyks tai jotaki (.) mä tiesin että tunnin päästä on mun vu- huki mennä ruoriin ja ja mä aattelin että mä en uskalla mennä se oli niin vene oli näin kallellaan ja ylämäkkee ja alamäkkee ja ylämäkkee ja alamäkkee mie aattelin että mä en selviä tästä että mä istuin aivan kauhusta jäykkänä siinä että ei sit mä sanoin että tiättekö mua pelottaa aivan hirvee- mua pelotti aivan hirveesti ja sitte tuota (.) tuotatuota (.) no meidän perämies kysy että no mikä sua ny niin pelottaa ja mä että no että mä en ho- osaa hoitaa tätä hommaa et me kaavutaan ja hukutaan kaikki ni se kai se mua pelottaa ((nauraen, myös muut nauravat)) ni ni tuota ja sit ku se mun tunnin ruorihuki oli ohi ja mä olin siitä selvinny toki niin että polves ei ollu enää nahkaa ollenkaan ku mä olin sillä tukenu sitä ruoria ja ja muutenki niinku tärisin koko tyttö nin niin sit se oli kauheen mahtavaa että hei tästä tästä voi selvitä ja nyt niinku täällä yö menee mut sit mä niinku olin kauheessa oksennus siis meritaudissa sen sen takia se jos tulee pahoinvoivaksi ni sit se on kyllä aika karmeeta (.) ku sä oot pimeessä siellä keskel ei me nimittäin niinku Cran kanarialle koskaan päästy ku se oli niin kova se merenkäynti ja vastatuuli. (.) Se oli joskus semmoset niinku myrskyt myrskyt voi tehdä tilan niinku vaikeita tilanteita mut mitä enemmän sitte on purjehtinu ni sitä vähemmän niistä nyt sitte varsinaisesti tuntuu karmeilta että niissä vaa on enemmän haastetta ja ne on niissä on sitte myös sitä tekemisen tunnetta mikä on aika mukavaaki.  
(Naispurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Tutkittavat olivat yhtämielisiä siitä, että mitään lajia ei voi koskaan täysin oppia, eikä tulla siinä valmiiksi. Nyky-yhteiskunnan luksuksen ydinominaisuuksia on, että olet jonkin alan asiantuntija (Danziger, 2005, 28). Samankaltaiseen tulkintaan on päätyneet postmodernin yhteiskuntasosiologi Bauman, jonka mukaan postmodernissa ihmisen on itse rakennettava oma projektinsa, johon voi kokea kuuluvansa ja tuntea ”juurtuneensa” hieman pysyvämmin (Mustonen, 2006, 27). Ulkoilmaharrastamisen fyysiset aktiviteetit tuottavat tällaisia ruumiillisia ja tuntemuksiltaan vahvoja, kokonaisvaltaisia kokemuksia, joskus jopa ”verta, hikeä ja kyyneleitä”. Baumanilaisessa postmodernissa projektissa pysyvää on erityisesti ja lähestulkoon vain tämä ihmisen ruumiillisuus (Mustonen, 2006, 27).

#### 6.1.1.4 Luonto harrastusympäristönä ja varusteet

Harrastamisen maantieteellisen ympäristön kuten vesi-, maa- ja metsäelementtien merkitystä harrastamiselle ei voi liiaksi korostaa. Tämän vuoksi olen luonut koodiryhmän *harrastusympäristö ja varusteet*, jossa keskeiselle sijalle aineiston esille nostamana on tullut harrastamisen ympäristö, luonto. Koodiperheeseen olen koontanut ne koodit, jotka määrittävät harrastamisen fyysisiä, materiaalisia ympäristöjä sekä muita harrastamisen materiaalisia edellytyksiä ja toisaalta myös harrastamisen esteitä.

Maantieteellisen ympäristön merkitys kaikille luksusaineiston ulkoilmalajeille, jopa golfille, joka lajeista kenties eniten yhdistetään rakennettuihin ja keinotekoisiin luonnonympäristöihin, saa Suomen kontekstissa hyvin omintakeisen luonnonläheisen vivahteen:

Meeri: Kontiolahden, kyllä äärimmäisen kaunis niinku maisemaltaan. Samaten Tahkovuoren kenttä että kyllä se niinku se estetiikka siinä (.) on, on yks syy. Sen sijaan Puijon kenttä jonka kävin pelaamassa, jossa oli niinkun sahapuraa kriinitkin ni se oli lähinnä semmosta (.) huvittavaa ((naurahtaa)).

Ilona: Niin kyllä se varmaan on itse asiassa se että se on jotenkin se niinkun se kenttä on hyvälaatuinen kyllähän tai hyvätasonen että kyllä tietysti kun (.) on pelannu semmosillakin joka on ihan kun kynnöspelto niin osaa sitten arvostaa sitäkin että Oi! Se voi näinkin hyvin tuo pallo liukua ja ajatella! ((nauraa)) Kyllä niinkun näin, niin on se kauheen tärkeetä tietysti. Ja sitten se, että että kun se yks osa on se kuitenkin se kaunis miljöö niin kyllä se on hirmu tärkeetä että, et niinkun jotenkin se on hoidetun olosta ja ja semmosta niinkun, et se väylien sijottelukin sillä tavalla et niissä on niinkun väljyyttä rakentaa se golfkenttä et niinkun (.) et paras on tietysti sellanen tilanne jos olis tuolla luonnossa semmonen tunne melkein kuin olisit täällä niinkun yksin [--]

Meeri: No se on parhaimmillaan ihanaa yhdessä oloa luonnossa et mie, vaikka en on niinku tehtyjä ne kentät niin kyl mie – mulle se luonto, luonto ja ulkona liikkuminen niinku oikeen monta tuntia kerrallaan, se on aika tärkeä. Että kyl mie niinkun aistin suopursujen tuoksun kun mennään soisen taipaleen läpi ja onko puolukkaa, onko mustikkaa, jos sinne joutuu sinne mettään menemään ja ((naurahtaa)). Ja tällanen et kyl, kyl se luonto (.) on mulle ainakin aika tärkeä siinä (.) golfissa.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

*Luonto harrastusympäristönä ja varusteet* -koodiryhmään olen luokitellut myös muut ulkoilmaympäristöihin liittyvät koodit kuten *sää ja vuodenajat* sekä keskustelut maaseudun ja kaupungin välisistä eroista harrastamisen fyysisinä ympäristöinä koodina *maaseutu vastaan kaupunki*. Koodi on myös esimerkki semioottisista vastinpareista, joita avoimessa koodauksessa voi käyttää aineiston jäsentämisessä.

Haastattelija: Elikkä teidän tuttavapiirissä ilmeisesti metsästystä harrastetaan muutenki aika laajasti?

Heikki: No siihen aikaan maaseudulla lähes joka talossa oli, ellei isäntä metsästänyt, niin pojat tai [--] sukupolvelta toiselle siirtyä aina. [--] vähemmän oli sellaisia taloja maaseudulla ennen missä ei metsästetty tai kalastettu, että se oli luonteva osa sitä maaseudun elämää ja siitä saatiin tarpeellisia tuloja [--] sitten saatiin ruuanlisä ja lintujahan sai myydä siihen aikaan, metsäkanalintuja viiskytluvulla vielä yleisesti, niin saatiin rahhaa ja sitte saatiin ruokaa. Et siinä oli monia näitä näkökulmia ja siihen aikaan, eikä maaseudulla vielä kukaan tyhjää liikuta et siin on joku aina tarkoitus ja tarve ja tarkoitus ja sitte siinä sitte kuntoki pysyy hyvänä ja mieli virkeänä, mutta yleensä se oli materiaallinen puoli, joka sitä niinku johti. Sen takia, sen takia metsästettiin. Tuota, se oli osa pohjosta elämänmuotoa ja laatua, niinku vielä tänä päivänäki on pitkälti.  
(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Maantieteelliseen ympäristöön kuuluu kiinteästi koodi *turvallisuus ja terveys*, jonka alle olen sijoittanut muun muassa ne tapahtumat, joissa erilaiset sää- ja luonnonolosuhteet mainitaan harrastamisen turvallisuuteen vaikuttavina tekijöinä. Erityisesti luvussa 6.1.2 *Ekologisuus ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa*, on monia luonnossa liikkumisen riskitekijöitä pohdittu enemmänkin turvallisuuden näkökulmasta.

Mikko: kyllä se ja ennen kaikkea nyt nimenomman nää luonnonvoimat että sää oot siellä niinkö (.) tuolla ku tarpeeksi kaukana oot ni ethän sää sieltä mihinkää pakkoon pääse jos se ( ) säärintama tulee ni tuota ja eikä sitte oo taas lähellä auttajiakaa että kyllä sun täytyy niinkö ite siellä pärjätä ja (.) että ni se on minusta kans että sä oot niinku lähellä luontoa siellä ja (2) jaja nimeomman sen luonnon luonnon voimien armoilla että siellä niinku täytyy sitte kunnioittaa tosiaan sitä että ei oo niinko hullunrohkea että joo että (.) kyllähän siinä toiseksi jää (.) vaikka minkälainen purjehtija oot.  
(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Toisessa ääripäässä *turvallisuus ja terveys* -koodin alle sijoittuvista tapahtumista ovat luonnon ja ulkoilmaharrastamisen positiiviset vaikutukset ihmisen terveyteen ja hyvinvointiin. Erityisesti tästä näkökulmasta ulkoilmaharrastamisen kontekstista koottu muotoilun kuluttamisen aineisto kertoo luontevasti luonnosta harrastamiselle mielekkäänä ympäristönä.

Haastattelija: (3) Miten te kuvailisitte metsästämistä harrastuksena lyhyesti muutamalla sanalla?

Olavi: No saa olla ulukona (.) tuolla poissa ((naurahtaa)) melusta ja

kiireestä ja hälinästä. Se siinä varmaan on.

Reijo: Mikä mitä vanhemmaksi mennee niin sen vähemmän merkitsee saalis siinä.

Olavi: Näin on.

Pertti: Luonto, luonto sen eri muodoissa ja (.) siihen jos ei sitä kaikkee ( ) metsästyksen ni tuota kaikkinaisen luonnossa liikkuminen eri vuoden aikoina ni sitä siihen ei väsy niinkö, se on tuota aistimis -

Kalevi(?): (2) se on semmonen niinku uteliaisuus (.) luontanen uteliaisuus ihmisellä (.) luontoon, luontohan on aina sieltä löytää uusia asioita.

Hannele: (3) No se on se sama että ulkona olo ja luonnossa liikkuminen että se se on ehkä siinä parasta.

(Metsästäjien haastattelu, sekaryhmä II Rovaniemi)

Keskeinen ulkoilmaharrastusta elämäntapana selittävä koodi on myös *harrastuskauteen valmistautuminen*. Harrastamista rytmittävät suomalaiselle ja erityisesti pohjoiselle ilmastolle tyypilliset vuodenaajat.

Pia: Se on tän mun mielestä tämän lajin inhottavin puoli on se veneen nostaminen ja sen talviteloille laittaminen (.) se johtuu siitä että sitten se kausi on niinku ohi siihen liittyy sitä surua siitä että no niin nyt on taas pitkä aika enne ku pääsee ja silloin on yleensä inhottavat ilmat, palelee sä jouvut tekee semmosia pakollisia huoltohommia joista sä et niinku voi luistaa  
(Naispurjehtijoiden haastattelu, Oulu)

Harrastamiseen kuuluvat olennaisesti myös lajin mukaiset erikoisvarusteet. Toisinaan ne ovat edellytys koko harrastuksen aloittamiselle ja oppimiseen. Varusteet kertovat ja määrittelevät harrastuksen fyysisestä luonteesta ja siitä, mitä harrastajalta fyysisesti lajissa vaaditaan. Harrastuksen aloittaminen vaatii yleensä omien varusteiden hankinnan kuten esimerkkitapaus golfista osoittaa. Omat varusteet ovat osoitus sitoutumisesta lajiin:

Haastattelija: Onko teillä kaikilla omat varusteet? Pelivarusteet, mailat ja bäki?

Meeri: Juu.

Haastattelija: Kukaan ei vuokramailoilla pelaa? Missä vaiheessa te ootte hankkineet ne ensimmäiset ?

Senja: No semmosen perussetin oon hankkinu alkuvaiheessa ja sitten siihen aina pikkuhiljaa lisänny.

Meeri: No mun mies heti mulle räväytti täyden setin mailoja. Hän kannusti minua tähän lajin piiriin ((naurahtaa)) ja tuota (.) et mä oon ihan täydellä setillä pelannu ihan alusta lähtien ja niinkun sanottu



kymmenen vuotta oon pelannu niin nyt! tänä kesänä ostin vasta toisen mailasetin että en hirveen taajaan näitä vaihdoksia tee että (.) et syy siihen miks näin tein on se, että tytär suoritti griinkaardin ja mä ajattelin että se nyt ei ainakaan uusia mailloja saa, että ((joku naurahtaa)) minulle ne kuuluu ennemmin, se saa mun vanhat mailat. Hän tyyty siihen sitten.

Ilona: Kyllä mä oikeestaan kans ihan, siis mullakin on täys setti ja ja mä hankin se kyllä sitten melko pian silloin (.) kun alottelin lajia, et ihan oikeestaan mä menin sitten tän golfopettajani kanssa niin niin hankkimaan.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Koodiryhmässä *luonto harrastusympäristönä ja varusteet* varusteita ja niiden ominaisuuksia selittäviä koodeja on vain kolme: *varusteet yleensä, välineen tekniset ominaisuudet ja välineet luotettavia kavereita*. Näiden koodien sisältö on hyvin tuotekeskeinen ja koodatuissa tapahtumissa kuvataan varusteita teknisesti ja materiaalipainotteisesti kuten suunnittelun ja muotoilun näkökulmasta on toivottavaa. Tutkittaville tämä haastattelun osa-alue ei yleisesti ottaen ollut helppo. He eivät tuotteiden käyttäjinä tietoisesti osanneet arvioida tuotteiden merkitystä omassa toiminnassaan nimenomaan muotoilun näkökulmasta. Poikkeuksiakin löytyy, joista esimerkkinä seuraava katkelma:

Heikki: Tämä muotoilu, tämä oli hyvä kysymys. Minusta (.) muotoilu, muotoilun täytyy tukea sitä käyttötarkoitusta, olkoon mistä esineestä, tavarasta tahansa kysymys, että, se ei, se ei saa olla ristiriidassa et se, sitä ymmärretään ja on hyvä asia kun se sitä tukee, mutta jos se joutuu ristiriitaan niin se saa olla väistynvä tekijä et se, että näkö ja materiaali ja, ja, ja kaikki niitten täytyy niinku edesauttaa et se toimii ja on tehokas niinkun Jouko sano, metsästäjät ei varmasti sitä muotoilua arvosta ollenkaan jos se on ristiriidassa sen, sen, sen esimes työkalu, sen käyttötarkotukseen et se vähentää sen tehoa tai tekee sen epämukavaksi, tai näin poispäin, et se pitää olla, olla sitten materiaaliltaan ja muotoilultaan semmonen et se edesauttaa sitä, et siitä tulee niinku, muutenhan se on kiva, mutta se ei ole mikään itseisarvo varmasti, et se on väistynvä tekijä, tekijä että, vaikka ois, niinku sanotaan muotoilultaan epäonnistunukkin ja rumaksikkin mainittu mutta jos se, jos se tukee et se on tehokkaampi ja parempi työkalu ja esine ja tarvike niin, se hyväksytään ja se on sellanen josta tykätään enämpi, kun semmonen joka on silmälle hyvä mutta joka pilaa sen, joka tuota, että tuo esteettinen puoli, mutta, mutta voi ne yhdistyä, niinko saamen käsitöissä yhdistyy, kauneus ja käytännöllisyys ja, ja ne tukevat toisiansa, ni, nin, nin se, se on minusta se optimi ja tärkeysjärjestys nimenomaan näin että, silloin kun puhutaan käyttöesineistä tai tuommosesta metsästäjän tar- tarpeellisista

vehkeistä nin, kyl se pitää olla ensin, ensin niinko muu, mutta, mutta ne voidaan yhdistää niinkö reppuki voi olla tosi kaunis tai joku (.) joku, joku lohivene, niin se on ku taideteos (Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Katkelma tiivistää muotoilun kuluttamisessa tuotteiden välineellisyyden merkityksen ja sen, miten paljon myös muotoilijoiden tulee ymmärtää lajissa kehittymistä pystyäkseen suunnittelemana tuotteita eri tasoille harrastajille. Varusteiden ulkonäköön liittyvät ominaisuudet olen jättänyt koodiryhmään *luksus ja muotoilu*, sillä tuotteiden ulkoiset ominaisuudet olivat haastateltaville merkitykseltään esteettisiä ja jopa ylellisyyteen viittavia, kun taas teknisiltä ominaisuuksiltaan tuotteista puhuttiin viitaten pääasiassa niiden käyttötarkoitukseen kuten edellisessä katkelmassa.

Tutkittavien näkökulmasta omien taitojen kehittyminen vaikuttaa tuotteiden ja varusteiden hankintaan niin, että uusia varusteita hankitaan, jotta voidaan taas oppia jotain uutta paitsi lajista, mutta myös omasta taitotasosta. Uusia varusteita hankitaan haastamaan omaa taitotasoa.

Maarit: Sitten jos näistä mailloista, ni sillan kun sinä alotat niin sulla on semmoset (.) tavallaan ne käytetyt mailat käytössä, et heti ota ihan uusia, että sit ku huomaat että taito karttuu ni tietenkkin mieli tekkee saaha ihan uudetkin varusteet, haluaa niillä oppia sitte (Naisgolfareiden haastattelu, Kainuu)

Tutkittavat palaavat usein määrittelemään lajiaan ja sen haasteellisuutta käsitteellistämällä harrastusta ”teknisenä” lajina. Tekniikoiden opettelu lajin puitteissa on omanlaisensa prosessi ja keskeistä muotoilun kuluttamisessa. Siinä missä muotoilijat opettelevat tuotteiden valmistukseen liittyviä teknisiä asioita, opettelevat käyttäjät erilaisia välineellisiä tekniikoita tuotteiden käyttötapoihin liittyen.

Muotoilun kuluttamisella ja muotoilulla ammattimaisena toimintana onkin havaittavissa tiettyjä yhteyksiä liittyen itse tekemiseen. Aineistossa nämä tulevat esiin keskusteluissa harrastusvarusteista, niiden käytöstä, huollosta ja valmistuksesta. Tässä tullaan myös puoliammattilaisista käytävään keskusteluun. Kyetäkseen tuottamaan yhä erikoistuneempia ja hienosyisemmillä ominaisuuksilla varustettuja välineitä lajissa eteneville harrastajille ja jopa puoliammattilaisille, on myös tuotteen suunnittelijoiden ymmärrettävä lajista ja sen vaatimuksista paljon (vrt. Kotro, 2005).

Luonto harrastusympäristönä selittää hyvin keskeisesti tutkimuksen lopullista tulosta, pohjoisen muotoilun teoriaa, minkä vuoksi myös *luonto harrastusympäristö ja varusteet* -koodiperhe on säilynyt tutkimuksen keskeisenä kategoriana, joskin se on sisällöltään laajentunut ja käsitteellisesti muotoutunut analyysin edetessä.

#### 6.1.1.5 Muut koodiryhmät

Luksusaineiston koodiryhmät *sosiaalisuus, vapaa-aika vastaan työ* sekä *yllättävät koodit* jätän tässä vaiheessa käsittelemättä tarkemmin. Esittelen niiden puitteissa keskeiset esiin nousevat tapahtumat tai ominaisuudet seuraavassa luvussa, jossa tarkastelen ekologisuutta ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa. Tässä vaiheessa analyysiä nostan kuitenkin esille yhden huomion, joka yhdistää nyt päättyvää lukua ja seuraavaa alkavaa teemalukua ekologisesta kuluttamisesta. Huomio liittyy vapaa-ajan ja työn väliseen suhteeseen ja sitä kautta myös muotoilun kuluttamisen sosiaaliseen ympäristöön.

Mä käyn duunis, mä teen aika niinku pitkii päiviä ja noin, mut kyl mä elän sen duunipäivän.

(Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Nyt päättyvässä luvussa on käsitelty uuden ajan luksusta, jonka ominaisuuksia ovat aktiivinen elämysten ja nautinnollisten kokemusten tavoittelu. Pienet arkiset ylellisyydet ja elämän perusasioiden arvostus tukevat näitä elämyksellisen kuluttamisen tavoitteita, mikä näkyy myös tutkittavien suhtautumisessa vapaa-aikaan ja työhön. Seuraavassa luvussa tätä ”elämisen” tavoitetta lähdetään selvittämään hieman syvemmin. Tarkastelun kohteena on edelleenkin muotoilun kuluttaminen, mikä tarkoittaa materiaalsen esine- ja tuotemaailman huomioimista osana kulutuskäyttäytymistä.

#### 6.1.2 Ekologisuus ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa

Tässä luvussa tarkastelen ekologisuusteemasta kerättyä muotoilun kuluttamista käsittelevää aineistoa ja sen **selektiivisessä koodauksessa** (Holton & Walsh, 2017, 83) esiin nousseita kolmea koodiryhmää *ekologinen muotoilu, vapaa edelläkävijyys* sekä *luonto ja kulttuuri*. (Taulukko 4. ja Liite 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät). Ekologisen kuluttamisen teemaa käsittelevä aineisto on kerätty ja se otettu mukaan analyysiin luksusaineiston avoimen koodauksen loppuvaiheessa, kun aineistosta oli noussut esiin sen ydin- ja alakategoriaan viittaavia ominaisuuksia kuten muotoilun kuluttamisen materiaalisuus, fyysisyys, ruumiillisuus ja vapaus sekä luonto merkityksellisenä harrastusympäristönä.

Lisäaineiston kerääminen ekologisen kuluttamisen teemasta on toteutettu GT-menetelmän mukaisesti **teoreettisena otantana**, jonka tavoitteena on löytää ja tuottaa aineisto, mikä kykenee selittämään avoimessa koodauksessa aineistosta esille nousseet keskeiset ominaisuudet: muotoilun kuluttamisen fyysisyys, ruumiillisuus ja vapaus sekä luonto merkityksellisenä harrastusympäristönä. Lisäksi tavoitteena on löytää ominaisuuksien väliset suhteet. (Glaser, 1978, 36; Holton & Walsh, 2017, 100.) Ydinkategoria, jonka ympärille

nämä ominaisuudet on koodattu, on ruumiillisuus. Se selittää tutkittavien käyttäytymistä niin ylellisten kuin ekologistenkin muotoilun tuotteiden kuluttamisessa. Tavoitteena on kohdentaa analyysiä siihen, millaista ruumiillista tietoa on muotoilun käyttäminen ja kuluttaminen.

**Taulukko 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät selektiivisessä koodauksessa.**

KOODIRYHMÄT	KOODIEN MÄÄRÄT	SITAATIOIDEN MÄÄRÄT
Ekologinen muotoilu	12 koodia	627 sitaatiota
Vapaa edelläkävijyys	18 koodia	823 sitaatiota
Luonto ja kulttuuri	12 koodia	643 sitaatiota
<b>YHTEENSÄ</b>	<b>36 koodia</b>	<b>1746 sitaatiota</b>

Teoreettisen otannan mukainen aineisto ja sen selektiivinen koodaus vähensi myös koodien lukumäärää, joita luksusaineiston avoimessa koodauksessa oli vielä 99. Ekologisen kuluttamisen teemasta kerätyn aineiston selektiivinen koodaus tuotti nyt enää 36 koodia, joka sekin on teoreettisen koodauksen näkökulmasta paljon. Tässä vaiheessa on kuitenkin huomioitava, miten koodit selektiivisessä koodauksessa edelleen yhdistyvät ja ryhmittyvät osaksi teorian lopullisia kategorioita. Sitaatioiden määrä on samansuuruinen (1746 sitaatiota) kuin luksusaineiston avoimessa koodauksessa.

Selektiivisten koodien ryhmittely (Taulukko 4.) on tehty niin, että samat koodit voivat esiintyä myös toisissa koodiryhmissä. Sitaatioiden ja koodien määrällinen suhde osoittaa, miten selektiivisessä koodauksessa aineiston analyysi etenee kohti käsitteellisestä tasoa koodien lukumäärän vähentyessä. Koodien lukumäärää ei kuitenkaan ole saatu vähentymään niin, että koodeja olisi vain yhdistetty uuden kattokäsitteen alle tiivistämällä alkuperäisten koodien sisältöä. Sen sijaan, osa avoimen koodauksen vaiheessa syntyneistä koodeista on tässä vaiheessa jätetty täysin jatkoanalyysin ulkopuolelle ja selektiivistä koodausta on jatkettu ekologisuusaineistolla vain kiinnittyen näihin uusiin ominaisuuksiin **materiaalisuus, fyysisuus, ruumiillisuus, vapaus ja luonto**.

Tässä luvussa näitä ominaisuuksia tarkastellaan suhteessa kolmen koodiryhmän, *ekologinen muotoilu, vapaa edelläkävijyys* sekä *luonto ja kulttuuri* sisältämien koodien ja tapahtumien avulla, jolloin lukijalle selkeämmin jäsentyy tutkimuksen ydinkategorian ja sitä selittävien alakategorioiden esille nousu aineistosta. Tutkimuksen ydinkategoria ja

alakategoriat käsitteellistään lopulliseen muotoonsa luvuissa 7 *Pohjoisen muotoilun teoreettiset käsitteet*, 8 *Kestävä muotoilu muotoilun kuluttamisen tavoitteena* ja 9 *Pohjoisen muotoilun teoria*, joissa analyysin kolmannen vaiheen tulokset teoreettisesta koodauksesta tuotetaan tulokseksi (Holton & Walsh, 2017, 104). Nämä teorian keskeiset osat on koottu viitekehyyseksi luvussa 7.1 *Teoreettinen viitekehys*.

Luvussa 6.1.2.1 *Ekologinen muotoilu* tarkastelen samannimisen koodiryhmän sisältöä jossain määrin verrannollisesti lukuun 6.1.1.1 *Luksus ja muotoilu*, mutta kuitenkin ensisijaisesti suhteessa luksusaineistosta esiin nousseisiin selektiivisen koodauksen kohteena oleviin ominaisuuksiin. Luvussa nostan esille näistä koodiryhmän koodeista ne, joiden perusteella etenen edelleen kohti teoreettista mallintamista. Koodiryhmässä *Ekologinen muotoilu* on 12 koodia, jotka keskittyvät ulkoilmaharrastajien *käsityksiin ekologisuudesta ja ekologisten muotoilutuotteiden käytettävyydestä, huollettavuudesta ja kierrätettävyydestä, tuotteiden teknisistä ominaisuuksista ja tuotekehityksestä*. Koodiryhmä on hyvin materiaali- ja tuotekeskeinen, ja tällaisenaan se johdattaa lukijan muotoilun ekologisen kuluttamisen substantiiviselle alueelle (Holton & Walsh, 2017, 85), mutta kuitenkin niin, että esiin noussut ruumiillisuuden ydinkategoria ohjaa koodausta kategorioiden tarkentamisessa ja niiden välisten yhteyksien selittämisessä.

Luku 6.1.2.2 *Vapaa edelläkävijyys* esittelee selektiivisen koodauksen tuottamien 18 koodin keskeisimmän sisällön. Edellisen luvun tavoin esittelen koodeista ne, jotka ominaisuuksiltaan ovat merkityksellisiä ja ohjaavat kohti teoreettista mallintamista, toisin sanoen teorian ydinkategorian ja alakategorioiden käsitteellistä selittämistä. Edelläkävijyyttä määritteleviä keskeisiä luksusaineistosta esille nousseita ominaisuuksia ovat *harrastamiseen liittyvä asiantuntijasanasto, tietämisen luonne, puoliammattilaisuus, motivaatio, elämäntapa, itsensä kehittäminen, lajien yhdistyminen ja harrastamisen suunnittelu*. Nämä koodit tarkentavat luksusaineistossa esille nousсутta vapaan kuluttamisen ja aineettomien arvojen konkretisoitumista tutkittaville tärkeässä itsensä kehittämisen tavoitteessa.

Kolmas luku ja koodiryhmä on 6.1.2.3 *Luonto ja kulttuuri*. Se käsittää harrastusympäristönä keskeiseksi nousseen luonnon ja sen käsitteellistämisen paitsi materiaalisena ja ruumiillisesti koettuna elementtinä, mutta myös osittain sosiaalisena, yhteiskunnallisena ja kulttuurisena käsityksenä. Tällaisia ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamista selittäviä ominaisuuksia ja koodeja ovat *vapaa-aika ja ajankäyttö harrastukseen nähden, luonto vapaa-ajan ja harrastamisen tilana, luonto vastaan kulttuuri sekä pohjoinen konteksti*.

Luksusaineistossa esille nousseet yllättävät koodit ovat nyt myös löytäneet paikkansa ekologisuusaineiston selektiivisessä koodauksessa. Yllättävistä koodeista *kuningaskertomus, Lappi, luonnon opettelu, luontoelementti, saalistus- tai pyyntivietti, seikkailu ja selviytyminen* ovat mukana tässä luvussa esitellyissä kolmessa koodiryhmässä (ks. Liite 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät). Esimerkiksi luonnon opettelu on noussut keskeiseksi ominaisuudeksi kaikissa kolmessa koodiryhmässä, josta seuraava katkelma on hyvänä esimerkkinä siitä, miten nykyihmisen on osittain opeteltava olemaan vuorovaikutuksessa luonnon kanssa:

Haastattelija: Mennään sitte tuohon tuotemaailmaan, elikkä metsästyksessä tarvittaviin varusteisiin, niin, mitenkäs teiän suhtautuminen on ajan kuluessa muuttunut näihin varusteasioihin? Ootteko esimerkiksi tyytyväisiä tämänhetkisiin varusteisiinne?

Jouko: No, niin, tänä päivänä on monenlaisia tuotteita, että on coretexiä tullu ja muuta mutta (.) niissä tahtoo kuitenkin olla se vika, että (2) ne ei tämmösille, jotka yksin mettästää ja vaa koira haukkuu, hiivitään nuin ni, ne on semmosia, valitettavasti näitten suomalaistenkin tuotteitten pintamateriaali, jotta vähän ( ) kahisevia, että. Se on tänäpäivänä kuitenkin vielä tosiasia, että parraat mettähousut saa tuolta, tuolta torilta vai mistäkö käy hakemassa ne Ruottin armeijan sarkahousut ja sittekö luo metsurin sen välipuseron päälle ni, siin on vehkeet, jotka, jotka pelaa, hengittää ja tuota, ei piä ääntä, että. Mulla on tänäki syksynä ollu kavereita mukana sitte ku on metällä oltu nin, se pittää aina koittaa sitte hienovaraisesti sanoo, ku ei viitti sanoa että ku nuo ei oo misttään kotosin nu sinun vehkeet ((nauraa)) et niillä ei vois saaha, että. Siinä vaan kiinnittää huomiota, että joilla jotka on ollu erilaisia (.) tietenki (.) ne jotka ei oo johonki lajjiin perehtyny ni, ne ei sitä tajua, että kuinka tärkeä se on mettästäjälle se äänettömyys ja muu ja ne ei ite huomaa ku reput viheltää ja vaatteet sipsuu ja pannu helisee repussa ja kännykkä soittaa jotaki ((nauraa)) jotaki musiikkia siellä, että ne on niinkö semmoset jutut, että niistä pittää aina melekein muistaa sanoa kaverille, että pistää kännykkä äänettömäksi ja muu ja tuota viittisikkö panna nuo housun lahkeet kumisaappaitten päälle, että ei kumisaappaat vingu siellä, siellä kanervikossa ja tämmöstä, että se on, se on minusta jääny huomioimatta [--]

Heikki: [--] tuommonen vanha linja, joka on koettu, ni kyllä se vielä kestää, kestää nykyisin kilpailun ja voi tulla tämmösiä valmistajilla, jotka tekee kunnan materiaaleistaki ni voi tulla virheitä, jos metsästäjälle tehdään sarkatakki, johon pannaan sitten metalliset nämä vetoketjut ja niihin pitkät metalliset nämä mistä vedetään sitten, niin nehän kilisee ja sitten, sitten yksikin takki, mikä minulla on, niin se on tosi hyvä sarkatakki, niin siin on metalliset napit, nämä nastat, metallista ne nastat ja sitte jos niistä yksiki on irti ku kävelee, niin se pittää semmosta kilinää, että hirvi varmaan sadan metrin päästä kuulee. (Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Luonnon opettelemista tukeva koodi on kuningaskertomus, jossa selitetään, miten luonnon osaavat harrastajat luonnossa toimivat ja nauttivat siellä olemisestaan.

Timo: [Y]ks hetki viime kesästä varmaan [--] minä olin ihan yksi Inarijärvellä juhannuksesta muutama päivä eteenpäin keskiyöllä paistaa

aurinko mie olin veneellä järvellä (.) mahtava aurinkon paiste, tyyni Inarijärvi, minä meen siellä että se se sitte ku se rautu iski uistimeen, siinä tyyneydessä, minä menen siellä mulla oli siellä oli olin itelle semmosen lantrinkipullon elikkä olin pikkusen ottanu vaan sillee että ku oli mahtava ei ollu tarkotuskaan kalastaa (.) sitte hirmu- vapa, vapa taipu ja minä luulin että se vie pohjaan kiinni mutta se ei jäänykkään siellä oli jotaki hiirintää(?) siellä perässä ja ja se viistoista minuuttia ku minä siellä varmasti ajelen ympyrää siellä ja kelailen yksikseni siinä ja minä että no, välillä jopa otin pienen siepauksen tuosta koska se oli niin rauhallinen se hetki kaikki se hiljasuus Inarijärvi, aurinko paisto, kaikki oli siellä niin hienosti se hetki kun lähet lämpöä kakskytäviis astetta lämmintä, aattele kakskytviis astetta lämmintä keskellä yötä aurinko paistaa, sitte ku se tuli se noin pitkä puna rautu nousi siihen venheen viereen ja [--] nostin, nostin sen tuota veneen viereen ja sain sen ylös. Siis se oli, siinä oli kaikki siis se mitä ei voi keskellä yötä koskaan kuvitella tekevänsä [--]

(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä II, Rovaniemi)

#### 6.1.2.1 Ekologinen muotoilu

Tässä luvussa tarkastelen, miten ekologisuus on selitettävissä niin, että aineiston selektiivisen koodauksen kohteena olevat muotoilun kuluttamisen fyysiset, ruumiilliset ja vapautta kuten aktiivista nautinnollisuutta sekä luontoa korostavat ominaisuudet tuottavat uutta tietoa muotoilusta ja sen kuluttamisesta. Luvussa 6.1.1.1 *Luksus ja muotoilu* oli esillä, miten luksus suomalaisessa muotoilun kuluttamisessa eroaa länsimaisesta luksuskuluttamisesta. Selittävinä koodeina tuossa luvussa olivat aineistosta esiin nousseet ominaisuudet *nautinnollinen ja aktiivinen uuden ajan luksus, luksuksen ruumiillisuus sekä vapaa ylellisyyskäsitys*. Lisäksi aineistosta nousi esiin hienoisia eroavaisuuksia luksuksen omaksumisessa pohjoisen ja eteläisen Suomen ulkoilmaharrastajien välillä, mutta yhtenäistä koko aineistolle oli luontoelementtien läsnäolo osana ylellisyyden kokemista.

Haastattelija: No, entäs se pyörän lisäksi ne muut varusteet, niinkun (.) pukeutuminen ja muuten, (.) kuinka suuressa osassa ne on?

Kerkko: No, osalle se on.

Sami: Mitä etelämmäs mennään Suomea, niin sitä isompi osa se on.

Tuukka: Lajiin kehitettyjä vaatteita on (.) paljon ja sitten siellä kummiskin ponnahtaa ehkä ne trendikkäimmät, mikä on sen ajan henkiset niin tuota (.) trendikkäimmät merkit niin kyllä ne sitten löytyy sieltä (.) kerma (.) porukoilta ja sit vähän vaihtelevaa on sitten taas kun löytyy näitä halvempia niin sanoen ja tämmöstä näin (.) ne on sitten,

(.) joka ukko pystyy ostamaan semmosta.

Rauli: Niin ja sitten niillä ei välttämättä aina tosiaan niillä kaikilla kermamerkeillä niillä ei välttämättä ajeta. Se vaan sit se, että kato mulla on tällanen.

Sami: mmm. [--] No onhan tuo koko harrastus vähän semmosta elämystä. Varsinki ne reissut ja kaikki. Ne on semmosia (1) ko ne on vähän omia reissujaan. Tapahtuu kaikennäköstä. Just viikonlopuksi lähtee jonnekin Vuokattiin tai Leville ajamaan kesällä. Onhan ne elämyksiä. (Alamäkipyöräilijät, miehet, Rovaniemi)

Kalanti (2009, 51) on arkkitehtinä ja sosiologina niitä harvoja suomalaisia tutkijoita, joka on nostanut kriittiseen keskusteluun materiaalsen kulttuurin tutkimuksen näkökulman omaan tutkimuksensa kohteeseen, materiaalsuuteen. Kalantin mukaan materiaalisia objekteja on tarkasteltu materiaalsen kulttuurin tutkimuksissa semioottisina merkeinä tai teksteinä ja sosiaalisina konstruktioina, jolloin niiden materiaalsiin rakenteisiin ja ominaisuuksiin ei ole ollut tarvetta puuttua.

Tässä luvussa esittelen aineistosta esille nousseita ekologisen muotoilun kuluttamisen ominaisuuksia suhteessa Kalantin (2009, 51) käsitteellistykseen materiaalsuudesta myös siksi, että tässä vaiheessa analyysiä useat aineiston keskeisistä ominaisuuksista tai koodeista viittaavat muotoilun kuluttamisen materiaalsuuteen. Ruumiillisuus, jolla ensisijaisesti tässä tutkimuksessa viitataan ihmisen rumiillisuuteen ja rumiin materiaalsuuteen (Kalanti, 2009, 180), on ekologisuusaineiston selektiivisessä koodauksessa osoittautunut käsitteeksi, joka tukee myös tuotteiden ja niiden materiaalsuuden selittämistä. On mielekää puhua materiaalsuuden ”fyysisyydestä”, jolla tarkoitetaan asioiden suhteellista kestävyyttä, vastaavuutta ja eroja, joiden kautta ne tulevat aistimusten mahdollisiksi kohteiksi (Lehtonen, 2008, 27). Ruumiillisuus ja tilallisuus ovat mielenkiintoisia tutkimuskohteita paetessaan kielellistä tulkintaa materiaalsuuden merkityksistä (Lehtonen, 2008, 24).

Seuraavassa leijalautailua käsittelevässä haastattelukatkelmassa ihmisrumiin ja tuotteen materiaalsuus ovat toisiinsa yhteydessä erittäin tiiviisti:

Niilo: Aluksi edettiin [haastattelussa] niin nopeesti, että mä en pysyny kärryillä (.) mutta varusteista mä luulen, että mulla ois vielä jotain mitä mä en oo keksiny sanoo. [--] Aika paljon niinko käytetään lumilautailu ja laskettelu, niinko perusvälineitä, sitten löytyy jotain pieniä tuunausjuttuja esimerkiksi koska me harrastetaan pääosin niinko päiväsaikaan, me käytetään mieluummin ( ) tai no mun tiedon mukaan kannattaa käyttää pääosin niinko keltasia linsejä koska ne tuo päivänvalossa sen lumen pinnan muodot esiin ( ) silloin hahmottaa paremmin sitä sitä maastoa, mähän skitsoilin siellä järvellä just, tuli se korkee, ei se ollu se korkee, edellinen kerta. Joku hyppy, aika pieni, mutta mä en tienny yhtään, miten korkealla mä olin, [tuln] lumenpintaan ( ) se



oli kyllä aika puuduttava tunne ja ja muita välineisiin liittyen ( ) mä käytän rannesuojia ( ) päällihanskoja, lumilautahanskoja (.) mä koen, mulla aina ko tipahan perseelleen niin en pilaa [itteäni]. Yks asia, mitä ei oo tullu sanottua ( ) jäykät ( ) kengät.

Oula: Noit intergroituja niinku niitä suojia niinku niihin vaatteisiin että, niistä oli puhetta, että miten ne toimis, jos kyynärsuojat ois kiinni niissä niis vaatteissa ( ) mä koen sen kyl paljon helpommaksi, et ne on sulla kiinni sun kropassas kaikki suojavarusteet. Ko esimerkiksi et takissa kiinni. Se on aina se et se elää se takki kumminki sen verran, että

Niilo: Niin se voi mennä pois paikaltaan?

Oula: Se voi mennä pois paikaltaan.

Niilo: Ajatsä laudalla?

Oula: Ja suksila kovilla keleillä

Niilo: Parempi fiilis on ko ne on niinko sussa itessäs kiinni noi kaikki vermeet.

Oula: Häntäluu –

Haastattelija: Niin sanottu perstuntuma?

Oula: Niin.

Niilo: Häntäluuta mun mielestä mä en saa vielä tarpeeks suojattua.

Se on aina kipeä talven jälkeen ( ) joka ikinen talvi. Vaikka, pitäis varmaan ostaa ne impactit. Nekään, niissäkin on vaan pakaroitten kohalla, pehmusteet.

(Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Luvussa 6.1.1.1 *Luksus ja muotoilu* olen tarkastellut luksuksen materiaalisuutta erityisesti koodien *luksustuotteen perusominaisuudet* ja *luksuksen käyttöarvo* ominaisuuksina. Tässä luvussa nämä tuotteiden perusominaisuuksiin tai käyttöarvoon liittyvät koodit tarkentuvat ulkoilmaharrastajien käsityksillä muotoilutuotteiden ja materiaalien käytettävyydestä, huollettavuudesta ja kierrätettävyydestä, tuotteiden teknisistä ominaisuuksista ja tuotekehityksestä suhteessa ekologisuuteen.

## **Ekologisen tuotteen perusominaisuudet**

Tutkittavien on ollut mahdotonta arvioida tuotteiden ekologisuutta suunnittelun näkökulmasta objektiivisesti, koska he eivät ole asiantuntijoita tuotteiden materiaalien, valmistuksen, tuotteiden elinkaaren, hiilijalanjäljen tai tuotantoprosessien suhteen. Tutkimusaineisto on kerätty vuosina 2006-2008, jolloin yleinen ympäristötietoisuuden trendi oli Suomessa vasta kasvusuunnassa. Tuolloin ei vielä ollut kovin laajalti käytössä esimerkiksi puhelimeen ladattavia älysovelluksia ja digitaalisia palveluja, jotka olisivat osoittaneet kuluttajille näiden hiilijalanjäljen suuruutta tai muita energian kulutuksen indikaattoreita.

Nämä palvelut ovat esimerkkejä kehityksestä kohti ekologisen kuluttamisen konkreettisia käytäntöjä, jotka nykypäivänä tarjoavat kuluttajille välineitä arvioida omaa kuluttamistaan ja tuotteiden käyttöä ekologisista näkökulmista. Ekologisuutta voi olla vaikea sisäistää konkretisoitumattomana ideana ja henkilökohtaisesti tulkittavina eettisinä valintoina.

Haastattelija: Pohditteko te ekologisuutta ku te ostate varusteita tai hankitte varusteita ja vaatteita?

Rami: Pohdinko?

Hessu: En kyllä

Rami: En

Hessu: En en yhtään aattele, se on sit- toi- toimivuus mutta jos se on tota niin ekologisesti valmistettu, se sei sei ainakaan niinku vähennä sen arvoa että kyllä se on niinku lisäarvo siihen

Haastattelija: Ootteko valmis maksaa enemmän siitä?

Rami: Mie ostin yhen Patagonian semmosen ekologisen tuotteen [ostin useamminkin

Hessu: Mut et muuten] varmasti sen takia että niin, vois kuvitella, sen takia että se on ekologisesti valmistettu

Rami: No itte asiassa ostin sen takia koska Joni ja

Kaisu on siitä vähän saarnannu mulle ja (.) ja sit mulla ois ollu, ois ollu paremman näkösiä niillä ne toisten valmistajien (?) mä päädyin Patagoniaan (.) ihan vaan sen takia

(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Ekologisuus varusteissa tarkoittaa tutkittaville lähtökohtaisesti sitä, että hyvät varusteet käytetään ”loppuun” tai käytetään ”vielä varmuuden vuoksi ehdolla” kavereilla ja tutuilla ennen tuotteiden päätymistä roskiin ja jätteeksi.

Haastattelija: Mitenkä se elinkaari näissä mennee?

Rami: Alussa säästellään [jos ostate kuoritakin tai jonku (.) sie käytät sitä vaan niinku semmosissa reissuissa elikkä on tosi elämä reissuja ((kertoo hymyillen)) semmosia vaativia ja vaarallisia reissuja joissa pittää vehkeitten toimia. Sitten ku sie oot käyttäny sitä jonku aikaa semmosissa hom- touhuissa (.) niin sitten se siirtyy tuommoseen ränkkäystouhuun (1) semmoseen hommaan että (1) ei oo niin vaarallista vaikka koko takki repiäis päältä. Että sie käytät sitä semmosissa ja sen ei tarvi enää olla niin vedenpitäväkään ja sie pietät, sie oot päivän kiipeilemässä tässä lähellä, sie pääset illaksi kotia niin sie voit ottaa sinne semmosen vähemmän hyvän takit. Sitte se toinen vaihtoehto on että käytät siti(city)takkina ensin nuin ja sitten ku se on sititakkina ollu jonku ja sitte sie oot käyny jonku reissun niin siitä tullee reissutakki ja sie käytät sitä reissussa.

(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Laadukkaita ja kestäviä tuotteita ei heitetä hukkaan myöskään silloin, kun ne eivät jostain syystä osoittautuneet itselle sopiviksi.

Antero: et silleen jos sen kampeen ku hankkii ni se on sen verran laadukas että se kans kestää niin se on yleensä sitte suunniteltu johonki käyttöön, ja jos itellä ei sovi siihen käyttöön mistä aattelee, niin jolleki toiselle saattaa hyvinki sopia siihen, siihen eri käyttöön mitä sillä toisella ihmisellä [--]  
(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Ekologisuuden idean epämääräisyys kulttuurisesti tulkittavana ilmiönä ja suhteessa omaan kuluttamiseen ilmeni aineistossa konkreettisimmin kokemuksestapöyksissä, jotka liittyivät harrastamisen ja tuotteiden käytön turvallisuuteen, toisin sanoen konkreettiseen ruumiin suojaamisen tarpeisiin. Fyysisesti vaativissa ulkoilmalajeissa ja haasteellisissa luonnonolosuhteissa turvallisuus on ensisijaista. Se pyritään varmistamaan laadukkailla ja teknisesti turvallisilla tuotteilla. Tuotteet ihmisruumista vahvempien materiaaliensa ja läpäisemättömyiden teknologioidensa avulla kykenevät suojelemaan ihoa, lihaa, luita, sisäelimiä ja päätä.

Haastattelija: Tässä on puhuttu turvallisuudesta, mutta suojavarusteista sinänsä ei oo sanallakaan mainittu, käytättekö te, no tuossa videolla oli polvisuojia ja semmosta mutta tota, onks se sitte siinä?

Niilo: Ei niitä paljon.

Oula: Ensimmäisenä tulee kypärä. Se on niinko ykkösjuttu. Koska kaikki haluaa suojata päänsä. Sitte tota, käytättekste kaikki selkäpanssaria?

Niilo: Mä käytän.

Kurre: Mulla ei ole.

Oula: Ja toi trapetsi itessään, se suojaa tosi hyvin, ylös asti niinku häntäluun, melkeen häntäluun ja sit se suojaa, se menee oikeestaan, selkäpanssari, jos käyttää selkäpanssaria, tiettekste minkälainen selkäpanssari on?

Haastattelija: No, se oli tuossa nauhalla.

Oula: Niin se oli siel videolla joo. Ne tulee päällekin, että siellä alaselkä on kyllä niinku todella hyvin siis suojattu.

Niilo: Se on aika tärkeimpiä paikkoja.

Oula: Niin on.

Niilo: Lantio varmaan ((?)) niinku joissain hypyissä. Sitten trapetsin sanoit, sitten oli ne syndit kaikki sit tota.

Oula: Käyään syndit läpi vielä.

Niilo: Joo, mun mielestä vois käydä samalla ku kelkkahaalareissa ja takeissa, erityisesti kuin moottoripyörätakeissa on ja haalareissa on aika paljon niitä integroituja kovia suojia, polville, kyynärpäille,

no ihan jääkiekkosuoja ei taia kukaan käyttää, jotka olkapäitä suojais mutta, mutta niitä on myös integroitu välineisiin mutta ei tässä lajissa. Eikä välttämättä hirveesti lumilautailussakaan mun mielestä. Lumilautailu ei ihan vastaa sitä riskialuetta. [--]

Kurre: Moottoripyörävehkeet pellais muuten hyvin, siinä on mitoitukset oikein mutta se on ongelma, että ne on hirveän painavia ja vähän turhan paksuja. Ne on haarniskoja.

(Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Ihmisruumiin ehjänä ja elävänä säilymisen tavoite, joka varmistetaan turvallisuutta lisäävillä tuotteilla, on edelleen yhteydessä tuotteiden huoltoon. Tuotteiden huolto on käyttäjälle tae tuotteiden materiaalsen ja teknisen toimivuuden varmistamisesta. Tuotteiden huolto myös lisää tuotteen käyttöikä ja elinkaarta. Siihen panostetaan myös siksi, että aina ei ole mahdollisuutta tai halua sijoittaa rahaa uusiin varusteisiin.

Haastattelija: Mutta koneeseen ei tarvi [leijaa] laittaa?

Kurre: Niitä ei saa pessä. Eikä oikein millään lailla käsitellä että siinä on semmonen pinta joka lähtee jos sitä hinkkaa jollaki Patapadalla. Mennee huonoon kuntoon.

Oula: Se menee semmoseksi nenäliinaksi, on parempi, et se on semmonen vähän rapee, sellanen. Ko se on semmosta purjekangasta, mitä pitempään se pysyy sellasena rapeena niin sen parempi. Se menee aika helposti, jos sitä kauheesti ryttää ja tunkee aina erilailla sinne, se kostuu ja sitte taas lämpenee niin se menettää kyllä varmaan sitä ominaisuuttaan.

Kurre: Se on se pakkaaminen, siitä pakkaamisesta vielä sen verran, se on tosiaan hankalaa, varsinki oikein kovalla kelillä. Se on mulle ainaki tosi vaikiaa, yleensä ne on aina solomusa ne narut. Mutta mie omalla pihalla tai autotallisa sitten sen aika monesti sen jälkeen pakkaan uuestaan.

(Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Ekologisesti kestävät tuotteet ovat materiaalisesti ja teknisesti kestäviä tuotteita, joihin ”voi luottaa kuin kaveriin”. Turvallisuuden tunne on tärkeä osa toimintaa ja asettaa vaatimuksensa varusteille, erityisesti vaatteille erilaisissa sääolosuhteissa kuten vesisateessa ja kylmässä.

Haastattelija: (5) No tuota mitä sitte tuommonen hyvä vaellusreissukokemus edellyttää varusteilta ja olosuhteilta?

Petteri: Luotettavuutta (.) varusteilta varmaan

Kerttu: Olosuhteethan on aina periaatteessa (.) tai siis [sanonta kuuluu ((painokkaasti)) että koskaan ei ole huono sää, on vain huonoja varusteita (.) et sellai (2) huono-t varusteet sitte yhdistettynä kehnoon säähän niin esimerkiksi ni voi (.) tuoda vähän ongelmia mutta Petteri: ne on] osa (10) epämukavuutta ja jopa vaaratilanteita

Kerttu: joo (.) et jos on tutut ja luotettavat varusteet niin ja huonotki olosuhteet kyllä (1) menee ihan (1) näppärästi [--]

Turvallisuuden kokeminen on fyysisen ja ruumiillisen miellyttävyyden tuntua haastavissakin sääolosuhteissa, talven lumituiskuissa tai kaatosateessa. Varusteiden tuntu ja läsnäolo ruumiin tukena ja apuna konkretisoi turvallisuuden käsittämisen konkreettisenä ruumiillisenä suojautumisena ulkoisilta uhilta.

Haastattelija: tuolla sanoit, että ne roikkuu ne nämä käsi- neet niinku ne oli tavallaan silleen niinku [lapsillaki roikkuu hihoihin kiinnitettyinä], että aina mukana niin tuota onko se osottautu toimivaksi ratkaisuksi?

Kerttu: mm] se on paljo toimivampi ku se että sulla on ne jossain kainalossa ja sitten se toinen tippuu ja tuuli vie sen ja sitten voit sanoa hei hei sille sun lämpimälle untuvahanskalle että se on lähinnä sen takia että ne ei pääse karkuun.

Petteri: Se on tarpeellinen turvallisuustekijä

Haastattelija: joo just just nimenomaan minä en ajatellukaan tuota että sehän voi lähteä ihan oikeasti tuuleen

Kerttu: Ja ne lähtee tosi helposti. Nyt ei ollu ihan niin kovia tuulia mut että mullon yks makuualusta lähteny niin että ku mä aukasin ahkion, eiku oli meillä rin- [rinkat, rinkasta otin tavaraa ja otin sen irrotin sen makuualustan niin se lähti saman tien ja kyllä me juostiinki sen perässä mutta tunturi (.) katsoi paremmaksi ottaa sen ((naurahtaa)) itselleen sen (.) sen jälkeen on ollu tosi tosi tosi varovainen kaikkien [tavaroitten kanssa  
(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Varusteiden valmistajat ovatkin keskittyneet ulkoilmaharrastamisen välineiden kehittämisessä pitkälti teknologisiin ratkaisuihin, jotka suojelevat käyttäjänsä haastavilta sää- ja luonnonolosuhteilta kuten vesisateelta. Vedenpitävien ja samalla kuitenkin hengittävien materiaalien kehitystutkimus on ollut pitkäjänteistä. Osa tutkimuksista on keskittynyt erityisesti arktisten ympäristöjen haasteellisissa kylmän olosuhteissa toimivien materiaalien, tuotteiden ja teknologioiden kehittämiseen. Tuloksena on syntynyt monenlaisia uusia materiaaleja, kuten nanoteknologisia kankaita, jotka veden eri olomuotojen läpäisyn ja läpäisemättömyyden ominaisuuksien lisäksi pyrkivät takaamaan ihmisen ruumiinlämpötilan vakaana säilyttämisen eri ympäristöolosuhteissa. Ekologisten teknologioiden kehittäminen tällä osa-alueella on ollut viimeaikaisten tutkimusten kohteena, mutta arktisten (luonnon)ympäristöjen inhimilliselle toiminnalle asettamat haasteet ovat vielä pitkälti ratkaisematta teknologisesti yleisellä tasolla. (Mattila, Talvenmaa & Mäkinen, 2006; Rantanen et al., 2000; Talvenmaa & Meinander, 2007.)

Esimerkiksi matkapuhelinverkkojen kattavuus pohjoisilla alueilla ollut

ratkaisematon kysymys, joka osaltaan on myös yksi keskeisistä turvallisuustekijä. Pohjoisen erämaissa liikkuva ulkoilmaharrastaja voi helposti päätyä 3- ja 4G -verkon kantaman ulkopuolelle, eikä hätätilanteissa avun soittaminen ole aina mahdollista.

Hannu: Joo, (.) et se, (.) kyllä ne on tollaset jutut on yks iso asia et minkä takia sitä. Ja se, että, mikä on yks tekijä siihen, motivoi niinkö siihen melonnan taitopuoleen ja tekniseen (.) kehitykseen, on se, että pystyy sitten tekemään tollasen, niinku isompia ja vaativampia retkiä, johonki tosi hienoihin kohteisiin kun on sitten saavuttanu sellasen tietyn (.) melonnan taitotason, et sen pystyy niin ku oikeesti tekemään. Koska tuollakaan niin (.) ei viiteen päivään ei, ei kuulunu kännykkää ja (.) sieltä on kymmeniä kilometrejä lähimpään sivistykseen niin enpä mie tiiä, jos siellä joku ois mennu pieleen niin, en kyllä (.) ossaa sanoa, että mitä siinä ois ensimmäisenä pystyny tekemään, että  
Esa: On se raju, vaarallinen paikka, siellä käy ihmisille kaikenlaisia, kännykkä ei kuulu siellä ja sit siellä vaihtuu se (?) aika radikaalisti  
Hannu: Joo ja sit siellä niinku, onhan se sellasta, kyllä siinä niinku (2) kunkun, on vähän niinku oman onnensa nojissa niin joutuu sitten ottaan ittestään vähän enämpi vastuuta ja (.) huolehtimaan ja olleen huolellinen joka asiassa. Että tuota.  
(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Toinen myös digitaaliseen teknologiaan ja puhelimiin liittyvä puute on teknologian kylmän kestävyys. Teknologisista välineistä voi kylmässä tulla toimimattomia, kun akku purkaa varauksensa tai laite ei muuten suostu toimimaan kylmentyessään.

Olosuhteita ja tilanteita on kuitenkin erilaisia, eikä pelkästään ihmisruumiin fysiologisen ja biologisen toiminnan varmistaminen erilaisissa ympäristö-, sää- ja luonnonolosuhteissa vielä takaa eri ulkoilmalajien mukaisten aktiviteettien edellyttämän toiminnan miellyttävyyttä.

Haastattelija: Niin tai ja var- niin no tai että mikä tuotesuunnittelussa ei osata huomioida tai mikä pettää [ei osata?  
Rami: No yleensä sitä] no kiipeilijöillä on se että (.) kypärä ei mahu sinne huppuun, se on se ehkä se (.) se siis tehhään semmosia varusteita jotka niinku markkinoijaan kiipeilijöille, esimerkiksi milletillä ((Millet)) on semmonen takki [--] niin se ensimmäinen versio oli aivan huippu, huppuun mahtu se kypärä, sit toinen mikä tuli semmosella vedenpitävällä vetoketjulla (.) niin siihen ei mahtunu kypärä alle tai se mahtuu alle mut sitte pää ei käänny [--]  
(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Vedenpitävyys on ulkoiluvälineissä kiinteä turvallisuutta määrittävä kriteeri. Toisaalta,

standardoidut, jopa muoti-ilmiöiksi päätyneet keksinnöt ja ratkaisut eivät aina ole tarkoituksenmukaisia käyttäjän näkökulmasta.

Rami: [--] ei mee järkeen monesti ne ratkasut niinku esimerkiksi nykyään on tullu muotiin nää (.) vedenpitävät vetoketjut, mie nyt nähän avaudun vedenpitävät vetoketjut jotka ärsyttää suunnattomasti koska (.) jotku niistä tykkää ((huokaisee)) ja ne on tullu joka kampeeseen silleen muoti-ilmiönä esimerkiksi repuissa alkaa olla jo vedenpitäviä vetoketjuja jotka on ää-ärimmäisen hankalia sulukia ja aukasta ja sitten siinä on vielä seki pointti että sillä pyritään siihen keveyteen niinkö takissa että sullon vedenpitävä vetoketju siinä ei tarvi sitä päärmettä päällä, okei, mut sitten ku mieltii että kaikki taskukki on vedenpitäviä vetoketjuja ja monesti jääkiipeilyssä tai (.) mullon tullu semmosia tilanteita, minä e-en ei nyt voi sanoa että monesti mutta ois tosi hyvä ku esimerkiksi varmistaa, toista kättä pittää siinä varmistus- (.) laitteen toisella puolella köydessä kiinni [niin toisella kädellä pitäs aukasta tasku tai sitte kiivetessä voi tulla semmonen tilanne että sie tarvit taskusta jonku kampeen, vaikka puukon tai jonku, sie et saa auki sitä vetoketjua ku se on semmonen vedenpitävä vetoketju, se on hirmu hankala niin (.) mut sitte ku on semmonen iso(.)hampainen vetoketju, hyvä vetoketju, nin sen saa auki, mullon semmosia takkeja että sen saap yhdellä käellä auki ja sen saa kiinni myös yhdellä käellä ja sit toinen juttu on se että kö jos on semmonen keli että tulee vettä niinku putouksella (.) tähän takin päälle, siinä on vedenpitävä vetoketju, ni se jäätyy tää pinta mut sitte jos on semmonen vanhan mallinen et siinä on päärme, sen vetoketjun päällä, niin sie vaan otat sen päärmee pois ja siellä on kuiva vetoketju ja sie saat sen yhdellä käellä auki, ku se et siinä on tarrat siinä päärmeeessä [--]

Hessu: (niin mutta?) se] se on vaan myyn-myyntivaltti

Rami: Se on myyntivaltti koska ihmiset haluaa sitä vedenpitävyyttä-tä vedenpitävää vetoketjua se on niinku joku semmonen juttu että se on niinku hienoa ja se on hyvä ja se on toimiva ja blaa blaa blaa, mut tosiasiallisesti moni kiipeilijä, en minä ehkä yleistän liikaa, itte ainaki pijän sitä huonona ratkaisuna

Hessu: Se on tosi raskas aukasta aina (.) vaikka se tehtäs millä tavalla että

Rami: Lisäksi koska se (.) sehä- on se ei kestä niin hyvin, mulla monesti tota, siinä on pienet hampaat ensinnäki tuossa vedepitävässä vetoketjussa ja se ei oo se ei ole niin kestävä ononen tuntunen (1) esimerkiksi epäilen suuresti että repussa sen kestävyyttä (.) se voi kestää siinä (1) repussa

(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Ekologisuus ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisessa tarkoittaa harrastusvarusteiden

ekologisuuden lisäksi harrastamiseen liittyvän matkustamisen ekologisuutta. Matkustamisen vaikutukset huomioidaan mahdollisuuksien mukaan. Toisaalta, ulkoilmaharrastusten edellyttämien luonnonympäristöjen saavuttaminen edellyttää usein kohteisiin matkustamista. Matkustamista voi jossain määrin rajoittaa. Harrastamiseen liittyvää liikkumista voi myös suunnitella ekologisemmin toteutettavaksi. Suuri osa ulkoilmaharrastajista kuitenkin asuu kaupungeissa, jolloin luontokohteisiin pääsy edellyttää matkustamista.

Petteri: [--] ehkä se periaate sitte siinä rajottaa että ei ei tota (1) luonnonvaroja niin tuhlaavaa hommaa ja saastuttavaa hommaa sitte kun kun on näitä vaihtoehtojaki kuitenkin

Kerttu: joskus on tullu otettua moottorikelekkakyyti (yskähtää) vähän kauemmas niinkö mistä on alottanu sitte sen varsinaisen retken et se on siinä ääri rajoilla nii- niinko tai siis seki vähä on tuntunu tavallaan silti inhottavalta ja mut sitte (.) sitte on ajatellu halunnu kuitenkin nähä enemmän ku ois ollu mahollista jos ois alottanu siitä (.) tavallaan missä se kelekka (on lähteny kulukemaan)

Petteri: no tullee se sitä jollai autolla vaikka se yrittää pitää et se on julkinen ajoneuvo (naurahtaen) bussi tai juna [millä liikkuu kohteeseen ni (.) kuitenkin tulee sitä moottoriajoneuvoa käytettyä ettei sitä voi niinku ihan absolutistiksi ruveta siinä suhteessa (.) nykyaikana (.) ja asua kuitenkin kaupungissa (Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

## Ekologisten tuotteiden käyttöarvo

Oli muotoilun tuote mikä tahansa, palautuu niiden käytettävyys pitkälti tuotteiden materiaaliseen ja teknologiseen kestävyYTEEN. Harrastusvarusteiden materiaalien suojaavuusominaisuuksien lisäksi tuotteiden keveys on keskeinen ominaisuus mukana kuljetettavissa välineissä. Joissain tilanteissa keveät materiaalit ja tuotteet määriteltiin jopa ylellisyysominaisuuksina, sillä harvinaisina erikoistuotteina ja -materiaaleina tällaiset huipputeknologiat ovat usein kovin hintavia.

Haastattelija: Elikä tuota tässä vaiheessa meillä on sitte otettu esille niitä (.) tuotteita ja tavaroita jos teillä on ollu mukana ylellisyys (.) ylellisyystavaroita että oliko kellään nyt sitten niitä?

Mikko: No en minä ainakaa [keksi ( )

Heidi: Minä en kerenny ( )] niinku ehkä sen että ne ois ollu jotku ne toimivat vaatteet tai jotain jotain semmosta näin (.) että ei ei oikeestaan mittän muuta ( ) [--]

Mikko: Nii joku tuota (.) hiilikuituratti tuohon veneeseen.

Antti: Tai hiilikuitunen spinnu(?).



Mikko: Nii ( )

Antti: Aattele kuinka [kevyt se ois näin pitkä ( )

Mikko: Niin niin] joo.

Antti: (2) Semmosta ei oo missä ois ( ) ylellisyystuote ((nauraen))  
[--]

Mikko: Nii] nii nuissa vene venevarusteissa ja veneen näissä laitteissa ni siinähan tosiaan jos sulla on näitä materiaaleja että jos sulla on hiilikuitupurje esimerkiksi nin nehän maksaa moninkertaisesti verrattuna tuomosiin tavallisiin ( ) purjeisiin tää on niinku sama asia että just niinku hiilikuitu( ) ni siinä on vielä suurempi ero että (.) että nehän vois olla semmosia (3) ainaki silloin jos sä et niinku sillä lailla se niitten tuoma hyöty suhteessa hintaan ni [--]  
(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Yksittäisenä teknologisenä materiaalina vaatetuksesta tunnetumman Gore-tex -kankaan ja -teknologian lisäksi useassa haastattelussa mainittiin hiilikuitu. Hiilikuidun ansiona on juurikin materiaalin keveys. Vastaavasti sen kestävyttä kovassa käytössä sekä ekologisuutta lyhyen käyttöikänsä ja kierrättävyyden näkökulmasta kuitenkin arvioitiin kriittisesti.

Haastattelija: Ai hiilikuitu?

Rauli: No sehän on se nykyajan (.) vitsaus ja suuntaus että sitä koko ajan tungetaan enemmän ja enemmän nuihin pyöriin ja tehään niinko runkoja ja muuta mutta ku sitä et sitten oikein pysty kierrättään millään käsittääkseni. [--]

Sami: No siis kaikki iskunvaimentimet. Nehän on ihan pientä nippeliä, sie Rauli varmaan osaat sanoa paremmin. Sitte kaikki materiaalit nehän nyt on ihan hiilikuitua ja titaania parhaimmissa.

Rauli: Niin, niinko mahdollisimman keveitä ja sitte just niinku ylipäättänsä toi (.) tietenki nyt sit riippuu että alamäkipyöräilyssä on freeride puoli ja toinen on tommonen kisapuoli, missä on semmosia omia niinku pieniä erityyppisiä pyöriä elikkä semmosia älyttömiä keveyen tavoittelijoita ja sitten on enemmän semmosia, niinku (.) ei niin välttämättä keveitä mutta kestäviä perusosia, että just varsinkin niissä, mitkä on niitä hirveän hifikeveitä niin niissä on sitten kaikki mahdolliset jutut, mitä voi olla niin hiilikuitutankoa ja hiilikuituossaa ja ne on sitten ihan järettömän kalliita että (.) ja sit ylleensä just ne on vähän sitten sitä luokkaa, miten kävi sille niinku sille mun penkille. Ne on semmosia niin sanotusti yleisosia. Se on vähän (.) valitettava kehityssuunta.

(Alamäkipyöräilijät, miehet, Rovaniemi)

Mukana helposti ja keveästi kulkevat varusteet ovat yksi osa ulkoilmaharrastajan tuotteisiin kytkeytyvää ruumiillisuutta, minkä lisäksi ekologisten tuotteiden käyttöarvoa lisää muotoi-

lun peruseriaate, tuotteiden ergonomia. Huippuvaruste on käytettävyyden näkökulmasta lisäksi myös ergonomisesti onnistunut.

Haastattelija: Tuosta ergonomiastakin tuli jo vähän tuossa, pitää olla toimivia varusteita?

Hannu: Joo, etenkin jos puhutaan vaikkapa melasta. Mela on se työkalu millä ollaan niinku yhteyessä siihen veteen. Et hyvä mela on niin aivan ehoton (.) ehoton työväline melojalle että, se et (1) melomisen tuntuma ja se on ihan toinen sillon ku on hyvä ja toimiva mela, että. Se on vähä niin kuin jollain laskettelijalla on mono, että monon pitää olla hyvä ja istuva niin sitte on hyvä lasketella. Sille sukselle nyt ei oo niin väliä. Sama on vähän tuossa melonnassaki. Tietenkin kajakki pitää olla hyvä ja sopiva, istuva mutta myös se mela, että se liukuu hyvin vedessä saa hyvän tuntuman.

Esa: Niin kajakkeihinhan monesti sitten ihmiset tekee, aivan uusiinkin kajakkeihin niin kaikenlaisia modifikaatioita, leikkelee niitä sieltä sisältä, että ne muuttuu paremmin sopiviksi, mutta melaa on vähän huonompi leikellä itte, että (.) en mä ainakaan leikkelis kovin paljon.

Hannu: Joo. Melassa on lähinnä se, (.) tuota niin, lapakulma, että missä kulmassa ne lavat on toisiinsa nähen ja sit se melan pituus. Et se niinku lavan muoto ja malli tulee se mikä se on, että se on sitten joko toimiva tai ei toimiva. Ja-ja, tietysti joku sellanen niinku kuinka joustava se mela on että, jos on oikein jäykkä mela, niin siinä tulee helposti olkapäät ja paikat kipeeksi, ku se on niin (.) liian kova. Ja tuota sit kun on sellanen hyvä joustava mela niin se vähän säästää sitten omaakin fysiikkaa. Siinä on paljon sellasii pieniä juttuja, mitkä huomaa jossain vaiheessa.

(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Luksusaineiston analyysi osoitti vaatetuksen ja pukeutumisen merkitysten kautta muotoilun kuluttamisen materiaalsen luonteen suhteessa ihmisen ruumiillisuuteen. Aineistossa tämä ilmenee vaatetuksen ja ihmisruumiin läheisen vuorovaikutuksen kautta. Pukeutuminen ja ruumis ovat materiaaleina kaiken aikaa yhteydessä toisiinsa, kun taas vastaavasti kovat muotoilun tuotteet ja ruumis eivät useinkaan ole yhtä läheisessä kontaktissa toisiinsa (esim. Kaiser, 1997). Ruumiillisuus on sisäänrakennettuna vaatetukseen aivan kirjaimellisesti, kuten seuraavassa katkelmassa, jossa meloja kuvaa aktiviteettiin valmistautumista pukeutumisen ja suojautumisen näkökulmasta:

Esa: No niin nyt ollaan lähössä reissun päälle ja suoritetaan tavaroitten pakkaaminen. [--] Nyt on syksy ja tarvitaan lämpimiä kampeita, joista ensimmäisenä otetaan neopreenikengät, nää on Pegaso-merkkiset, edulliset Lidlistä keväällä ostetut neopreenikengät. Hyvin

toimii. Kokoa 39 vaikka mun jalka on 42 tässä tapauksessa ainaki varsin suuret koot. Neopreenikenkien sisällä mie käytän villasukkia, villa lämmittää jonkin verran myös märkänä ja on tietenki mukavampi jalassa kuin neopreenikengät mutta keskikesällä näitä ei sitten tarvita. Kengät on kesälläki tärkeät ihan senki takia että jos ja kun tuolla koskilla ja kallioilla kävellään niin se on huomattavasti turvallisempaa ja mukavampaa kuin avojaloin kävellä. Seuraavaksi otetaan neopreenimateriaalista tehty tämmönen LongJohn-tyyppinen haalari, joka on varsinkin näin syksyllä oikein viimesen päälle mukava. Ehkä jopa hivenen liian kuuma kun lämpöä on noin kymmenkunta astetta, ulkona. Sitten, on (?) titaanipaita, joka on myös neopreenimateriaalista valmistettu, kuitenkin tuohon LongJohniin sillä erotuksella että toisella puolella on titaanikalvo. Jonkun verran kuuleman lisää sitä lämpimyyttä. Erittäin hankala pukea ja ottaa pois päältä kuivana mutta märkänä sitä vastoin oikein hyvä ja mukava. Syksyllä näpit jäätyy joten käytetään myös neopreenihanskoja. Nää on muuten hyvät mutta sen verran jo vanhat että kosketuspinta tai tämä otepinta on niin kulunu että näillä ei taho saada oikein melasta pitävää otetta näin syksyllä. (Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Ulkoilmaharrastamisessa pukeutuminen on merkittävässä roolissa varusteiden toiminnallisuudesta keskusteltaessa.

Haastattelija: Onko teiän suhtautuminen ja odotukset varusteisiin ja pukeutumiseen muuttunu ajan kuluessa ja millä tavalla jos on muuttunu? Katri: (5) On ne varmaan ku sitä myötä ku aina tullee jotaki uusia varusteita tai uusia materiaaleja nin tavallaan just nämä goretextit ja muut tämmöset voi sitte niitä odotuksia panna vähän aina niinku enemmän sille asusteelle, että voi aat- aatella et se sama, sama takki hengittää ja pittää sadetta ja (.) näin et ehkä, ehkä jonku verran on muuttunu. ((muut myöntelevät))

Juha: No nii, ainahan se on ku ostaa uuen takin tai jonku tämmösen ni se on hyvä eikä ei ole hiki eikä kylmä eikä mittään, kuitenkin se on paita märkänä joka tapauksessa ((naurua)) ihan sama mikä se on päällä ni kastuu se ja jos pitkään seisoo passisa paikallaan ni kylmä siinä tullee että ihan sama mitä siin on päällä että (.) ainaki mulla. ((toiset myöntelevät)) Mutta että ainahan sitä tietenki toivoa ja ja tuota niin kyllähän ne nyt verryttelypuseron voittaa että (Metsästäjien haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Tutkittavat vertaavat teknologisten materiaalien käyttöä pitkälti suhteessa omiin kinesteettisiin, tuntoaistilla havaittaviin kokemuksiin materiaalien miellyttävyydestä. He arvioivat tuotteiden ja materiaalien toiminnallisuutta ja kestävyyttä tällaisen kinesteetti-

sen vuorovaikutuksen perusteella.

Haastattelija: Hanskoista tuntuu vähän joka lajissa olevan kaikilla vähän sanottavaa, että onko teillä niinko eri tyyppisiä ratkasuja?

Kurre: Musta se on hyvä se se neopreeni, semmonen lämpöhanska niin se on. Mulla meni vaan ne entiset rikki, eikä oo tullu uusia hankittua, mutta se on hyvä.

Oula: Se on niinko neopreeni, se on istuva sillon myöskin.

Kurre: Niin. Eikä tartte ottaa ikinä, vaikka mennee narut solmuun niin pois käestä niitä. Ne on niitä kalastajan käsineitä. Ei kauhian paksut, että se on niin lämmin.

Niilo: Kaks millimetriä.

Kurre: Niin.

Niilo: Aika jännä.

Kurre: Mutta se on, siinä on vielä se pinta niinko semmonen hämähäkkimiehen ote saa sillä. Ei kyllä irtoa vahingossa.

Niilo: Niinhän se on.

Kurre: Se on semmonen pehemiä pinta.

Niilo: Kesäleijailussa tai sanotaan syksy ja kevätleijailussa, kaikissa tommosissa käytetään myös neopreenihanskoja.

Kurre: Joo.

Niilo: Mut tota en oo kyllä kokeillu talvella. Mutta tosi hyvä vinkki. (Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Vuorovaikutus- ja käyttöliittymäsuunnittelu on tukeutunut ihmisen ja koneen vuorovaikutuksessa lähinnä näkö- ja kuuloaistiin. Kinestettisesti tuote ja ihminen ovat vuorovaikutuksessa toisiinsa kenties vain ihmisen sormenpään kosketuksen kautta kuten kosketusnäyttöjä käsiteltäessä. Vuorovaikutussuunnittelun alueella kehittävää tutkimusta tehdään kaiken aikaa myös vuorovaikutuksen kinesteettisten rajojen laajentamiseksi (Colley, 2017).

Aineiston mukaan voi hyvinkin olla, että niin kauan kuin teknologia ei kykene taipumaan ihmisen toiseksi ihoksi materiaalisen miellyttävyyden tunnun tasolla myös älyvaatteiden kehittämisessä, jäävät useat teknologiat kinesteettisessä ruumiillisessa hyväksyttävyydessä ja miellyttävyydessä toiselle sijalle. Aineiston mukaan näin on esimerkiksi verrattaessa älymateriaaleja luonnonmateriaaleihin kuten silkkiin, pellavaan tai villaan.

1980-luvun suomalaisen pukeutumisen menestystuote, tuulipuku, on Hildénin (2007, 83) mukaan esimerkki, jonka suosiota on yritetty selvittää myös tutkimuksin. Kulttuuristen selitysten mukaan ”suomalaisen tuulipukukansan” omasta tuotteesta tuli klassikko aikana, jolloin vaatetusmuodissa muutenkin suosittiin rentoutta, hyvää oloa ja toiminnallisuutta. Hildénin mukaan tuulipukua rakastavat käyttäjät ottivat vaateen omakseen, koska se oli myös vaatetusalan korkeatasoisen osaamisen ja pitkän kehitystyön tulos. Kuori- ja vuorikerroksineen se on ensimmäisiä vaatetusmuotoilun tuotteita, joka on valmistettu kerrospukeutumisen periaatteita noudattaen. Sen edeltäjä, verryttelypuku oli

ollut olemassa jo vuosikymmeniä. Kansallisena tunnusmerkkinä se tuli tunnetuksi vuonna 1936, jolloin *Suomi*-verryttelypuku suunniteltiin Berliinin olympialaisiin. Siitä saakka ulkoilmaharrastamisen ja pukeutumisen suunnittelu on kehittynyt merkittäväksi osaksi suomalaista muotoilua. Ulkoilmassa liikkuminen ja harrastaminen on oleellisesti kuulunut osaksi ”urheilusta pitävää suorituskeskeistä suomalaista luonnetta”. (Hildén, 2007, 77, 83.)

Tiia: Ja salamoi ja ukkosti [sit siin päällä että.

Sanna: Joo, joo] et kuihan fiksuu tää nyt taas on tää touhu.

Tiia: Ihan järkevää tai tuntu et tässei oo mitään järkee. [Kyl se sit ( )

Sanna: ( ) ja sit oli ihan hyvä. ((nauraa)) Tänä kesänä ku on tuullu tosi paljon ni nyt on niinku meiän tän kerhon sisästen tiistaikisojen ni yleisin heitto on ollu tää et kuka varaa psykologin että (.) et siel aina mietitää et kun niinku ihan järkyttävä ilma ja sit meit on kuitenkin niinku pitkälti toista kymment venettä aina lähös sinne kisoihi niinku ihan sama mis kelissä ja siel meki aina ( ) niinku, niinku kukaan täyspäinen lähe sellaseen tuuleen ja et kato tos [on tommonen ukkospilvi no ei se mitään tonne vaan ((nauraen))

Tiia: ( ) nii et lähetään purjehtii, nii]

Sanna: ( ) tietenki ihan sairasta. Mut et sinänsä ihan kiva et mitään ei o tapahtunu sit kuiteskaa ja aika harvoin siel kuitenkaan tapahtuukaan ku aattelee niinku prosenttuaalisesti kaikist reissuist mitä heitetään.

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Haastattelija: Onko tää vähä teijän semmonen intohimo tää laji?

Rami: On (1) Se on kyllä se on tullu intohimonen

Hessu: enemmän ja enemmän koko ajan vaikka se oli (.) alun perin se oli ihan hullu intohimo mutta ei se niinku ((naurahtaa)) oo laantunu missään vaiheessa että se on vaan menny pikkusen pahempaan suuntaan

Rami: Tai niin alussa se oli semmosta retkikiipeilyä niinku (3) Nyt se on jo tavoitteellista (1) ehkä mul [

Hessu: niin] mulla se on lähteny tavallaan sinne urheilukiipeilyn puolelle ja sit se on menny enemmäs siihen

Rami: retki-

Hessu: niin tai seikkailukiipeilyyn

Rami: tai seikkailukiipeilyyn] Mulla se on menny taas toisinpäin haluaa vaan kiiwetä kovempia ja kovempia reittejä

(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

1960-luvun Suomessa oli tyyppillistä, että miehet pukeutuivat joka tilanteessa villaiseen sarkavaatteeseen (Hildén, 2007, 68), eikä tämä materiaali ole poistunut pohjoisen erämiehen tai -naisen käytöstä vieläkään.

Heikki: [--] sarkapuvulle ei ole vielä löytynyt voittajaa, haastajia on kovasti, mutta tiukan paikan tullen (.) minäki aamulla kun mietin, että mitäpä laittas päälle, ku on näin pakkaneen ja, niin on siellä coretexiä ja monenlaista on tullu hankittua, mutta kyllä se on se Valtion Pukutehtaan sarkapuku, jonka minä sitten laitan päälle ja hirvitakiksikki nin on saanut punasta, punasta sarkasta ( ) hirvitakkia, joka on aivan ylivertainen, siin on vuori, vuori vielä. Kaiken kaikkiaan niin, nämä vanhat materiaalit, joita alkuperäiskansakki ovat käyttäneet ja kaiken pyynnissä, niin, tuo villa, nahka, aito nahka, se ei vihellä repussa, kyllä aito nahkareppu ni se on semmonen ja sitten sarka (.) kaikki nämä luonnonmateriaalit niin nämä ovat aivan ylivertaisia vielä, vielä sitten eräasusteena (.) ne hengittää ja, ja ne ei ole ahdistavan olosia vaan ne on lämpimiä ja ne niinkö sarkaki se kestää kosteutta, siihen sataa päivän siihen takkiinki, ni se ei ole vielä kylmä, kylmä, et se on miellyttävä villä ( ). Harmillista, että aito nahka on niinku vähenemässä, mutta kyllä se on ylivertainen vielä monissa, minulla on, on, on tämmöset nahkavarsisaappaat, jotka on siis varmaan monta sataa vuotta käytetty niinkö kun sai niihin ne kumiterät, sitä ennenhän ne oli kokonahkaiset saappaat ja ne on minun mettäsaappaina, ne kun rasvataan kunnolla niin, ne on aivan ylivertaiset, sui( ) nilkasta, eivätkä hiosta ja, ja sitte sarka, sarkahousut ja pusero ja, ja huopa, huopahattu ja tällaset keinoailonlippikset, core, nämä mitä, mitähän se nyt on se sama kangas, josta tehään ni, kaikki semmosta keinokangasta, ne on monesti, monesti sitten niin kylmiäkin  
(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Nykyajan eränkävijöiden vaatetus on teknologisesti pitkälle kehitettyä ja sitä on kohtuu hintaan saatavilla kaikissa tuoteryhmissä. Oikeiden ratkaisujen löytyminen omiin tarpeisiin on ulkoilmaharrastajien omakohtaisen kokeilun tulos, mutta perinteiset luonnonmateriaalit ja uudet teknologiset materiaalit voivat toimia myös yhdessä.

Petteri: [--] mutta on mukavuuden halunenkin jossain määrin [kuitenki että on niitä petrokemiallisia tuotteita aika paljo vaatteissa suurin osa ja [ niin pois päin että (.) no mulla oli kuoritakki oli orgaanista puuvillaa ja  
Kerttu: mm] mmm]  
Haastattelija: Toimiko se?  
Petteri: joo se on paras mahdollinen  
Haastattelija: okei  
Kerttu: ja taas niitä jos näitä pienempiä valmistajia jotka pystyy tai en- [yrittää ja ne niinku näyttää sen että ne ottaa ympäristöasiat

huomioon että just tää ruotsalainen klättermyyksen ((Klättermusen))  
kellä minkä takki Petterillä on niin  
Petteri: ainaki yrittää]  
Kerttu: kiip- niinku kiipeilyhiiri ((naurahtaa)) semmonen tai en minä  
ti- [klättermuuse (.) ni ne niinkun niillon aika voimakkaasti esillä  
ympäristöasiat niissä  
Haastattelija: joo]  
Kerttu: mm] ja että tietty prosenttiosuus menee niinku sitten niihin  
ympäristöasioitten edistämiseen tai  
Haastattelija: Mutta että se ei ole mitenkään, ne ei sulje toisiansa  
pois eli että tuota pelekästään hyvin älymateriaaleilla tai muuten  
korkeasti teknologisilla tuotteilla ainoastaan pärjää että päinvastoin  
monissa tapauksissa luonnonmateriaaleistakin valmistetut toimii  
oikeasti ääriolosuhteissa?  
Petteri: Joo kyllä. Se on tietenki rajatut ääriolosuhteet ja rajatut  
luonnonmateriaalit ((naurahtaa)) ja rajatuilla tavalla jalostetut  
että (2) no villasta tuli jo aiemmin puhuttua että se nyt talvella  
alusvaatteena välivaatteena ihan ehton ja sitte tää tiivis  
puuvillakuori taas on kuorena ehton että talvella pääsee aika hyvin  
luonnonmateriaaleilla [mut sitte märässä kelissä se juttu juttu  
taas muuttuu (.) muuttuu että ei se tiivis puuvilla sillonkaan huono  
välttämättä oo mutta sitten löytyy tosi märkään keliin niitä parempiaki  
(1) näistä tekseistä [Gore-Tex] sitte.  
Kerttu: mm]  
(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

*Ekologisuus ja muotoilu* -koodiryhmän keskeisiä ominaisuuksia ovat olleet materiaalien ja teknologioiden kestävyys ja turvallisuus, mikä tässä tapauksessa ei tarkoita pelkästään tuotteiden käyttöturvallisuutta. Tuotteiden tehtävänä on ennen kaikkea säilyttää ihmisruumis ehjänä ja elossa haastavissa luonnon olosuhteissa. Harrastamisen merkitys ja tavoite eivät aina liity pelkästään nautinnollisten ja miellyttävien kokemusten saavuttamiseen. Edellisissä luvuissa esitelty itsensä kehittämisen tavoite voi vaatia uhrauksia nautinnollisuuden näkökulmasta paitsi henkisellä, mutta erityisesti myös ruumiillisella tasolla pohjoisessa kontekstissa.

Esa: Niin, mut kyllä se on sellasta pään sisästä hommaaki välillä että, et joskus niitä pelkojaki tulee ja se on sit vähän että, minkälaista pelkoa se on ja kuinka sen pystyy käsittelemään ja onko niinko oikeasti syytä pelätä vai pitäskö pelätä vaikkei pelotakaan vai mitä se pitä tehdä, niin. Siinä on sitä päänsisästä toimintaa sitten että. [--]  
Koskimelonta on silleen hyvä laji, et siinä on niinku paljon sellasii mahdollisuuksia voittaa ittensä tai pelkonsa, että, et jotenki niinku uu-aloittelevampana melojana on paljon sellasia asioita, mikkä vähän

jänskättää ja saattaa pelottaaki, missä ei nyt silleen sinänsä ole mittään pelkäämistä, et sit ku sen kynnyksen yli pääsee ja sit huomaa että eipä tässä nyt ollukaan mitään niin se lisää sitä itseluottamusta ja, jaja, pikkuhiljaa pääsee aina eteenpäin. [--] niinku käytännössä sellanen tavallinen koskimelonta ei ihan sitä [extremeä] ole. Mutta kyllä siinä, ei tarvi olla mikään ihmeellinenkään paikka vielä niin helposti alkaa mustelmia tuleen ja vähän epämiellyttäviä hetkiä jos kämmää [--] Mutta kyllä mulla ainakin kohtuullisen aloittelevana melojana niin aina silloin tällöin tulee semmosia jännityspaikkoja, että kun huomaa että se kivi on tulossa siellä, että mitäs mä teen seuraavaksi.

(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

### 6.1.2.2 Vapaa edelläkävijyys

Jos ei tarttis tehdä töitä niin tää riittäis mulle niinku elämänsisällöksi. Ko pitää olla töissä niin sit [täytyy] keksiä kaupunkiympäristössä jotain muuta tekemistä pimeille illoille. (Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Tässä luvussa esittelen edelläkävijyyttä määritteleviä keskeisiä ominaisuuksia, joita ovat *harrastamisen asiantuntijuus, puoliammattilaisuus, elämäntapa, motivaatio, itsensä kehittäminen, lajien yhdistyminen, harrastamisen suunnittelu ja tietämisen ruumillinen luonne*. Nämä ominaisuudet ovat nousseet esille luksusaineiston avoimessa koodauksessa, ja ne on tässä ekologisesta kuluttamisesta kerätyn lisäaineiston analyysissä otettu selektiivisen koodauksen kohteeksi (ks. Liite 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät).

### Puoliammattilaiset ja amatöörit

Edelläkävijyyteen olen viitannut lyhyesti luvussa 2, jossa otin esille puoliammattilaisuuden (pro-am) käsitteen muotoilun kuluttamisen tutkimuksen yhtenä osa-alueena. Tässä tutkimuksessa ulkoilmaharrastamisen, ekologisuu den ja puoliammattilaisuuden välillä on aineiston esiin nostamana havaittavissa käsitteellisiä yhteyksiä. Tutkittavien kanssa ei kuitenkaan ole keskusteltu puoliammattilaisuudesta kyseisen termin mukaisesti, sillä heidät kutsuttiin osallistumaan tutkimukseen lajinsa intohimoisina harrastajina, jotka omach-toisesti kuvailivat suhdettaan harrastamiseen ja ekologiseen kuluttamiseen. Ensisijaisesti kohderyhmähaastattelujen kiinnostuksen kohteena on ollut muotoilun kuluttamisen näkökulmasta ekologinen ja ylellinen kuluttaminen.

Edelläkävijyys nousi ekologisuu saineiston selektiivisessä koodauksessa *itsensä*



*kehittämisen* ja harrastamisen vapautta korostavien koodien sekä kuluttamisen ruumiillisuuden ydinkategorian yhdistävänä indikaattorina esiin niin vahvasti, että siitä syntyi oma koodiryhmänsä, *vapaa edelläkävijyys*. Koodiryhmän koodeja yhdisti tapahtumien tasolla tutkittavien itse itsestään ja kanssaharrastajistaan tekemät tietoiset ja vähemmän tietoiset asiantuntijakuvaukset. Tutkittavat johdattivat haastattelijoita harrastuksen pariin esimerkiksi kertomalla seikkaperäisesti varusteiden käytöstä ja harrastusaktiiviteettiin valmistautumisesta.

Esa: [--] Sitten, aukkopeitto, jonkalaista kajakissa aina käytetään. Aukkopeitossa on tärkeää että tämä niin sanottu kauhukahva tulee päällepäin, jos meloja joutuu kajakkinsa kanssa nurin eikä jostakin syystä eskimokäännös onnistu ja ei pääse ylös sieltä nousemaan omin avuin. Silloin täytyy tulla kajakista pois ja että sieltä pääsee pois ( ) aukkopeiton tarkoituksena on siis pitää vesi pois kajakista. Turvavarusteista tärkeimpiä on melontaliivi, ei siis pelastusliivi vaan melontaliivi. Pelastusliivi tämä ei ole esimerkiksi sen takia, että melontaliivi ei käännä tajutonta vedenvarassa olevaa oikeinpäin. Ja myös kelluttavuus on jonkin verran vähemmän [oleva ominaisuus] Kelluntaliivi kantaa seitsemänkymmentä Newtonia ja kelluttaa kyllä satakilosen aikuisen miehen ihan huoletta. Melontaliivin ero pelastusliiviin on sitten myös se että varsinkin näissä koskimelontaliiveissa olkapäille tulevat viillekkeet on sillä tavalla kapeat että se mahdollistaa käsien liikkumisen. Toppaukset on sijoitettu tuohon eteen ja taakse. Melontaliiviin tulee myös sitten kun vesille mennään, jos halutaan vetovyö, joka pyöritetään tähän ympärille. Vetovyön tarkoitus on siinä, että jos meloja joutuu vedenvaraan niin vetovyön avulla pääsee [kajakkiin], joka on kallistunu ja saadaan kajakki vedettyä pois sieltä vedestä. Tarvittaessa sen saa tästä edestä vetämällä irti, niin että se vetäjä itse ei jää vedettävään kajakkiin kiinni. Seuraavaksi melonta-anorakki, tämä on koskimelonta-anorakki, kuitenkin sillä tavalla kevyesti topattu koskimelonta-anorakki, että tämä on helppo käyttää myös retkikanootissa. Koskimelonta-anorakissa mansetit, sekä kaulassa että täällä käsissä on tyypillisesti tehty lateksista, tämä sisemmäinen mansetti ja ulommainen neopreenista. Niin myös tässä. Nykyisin on olemassa myös sellaisia koskimelonta-anorakkeja, joissa molemmat mansetit on tehty neopreenista ja se pitää veden hyvin [--]

(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Leadbeater ja Miller (2004) ovat kirjoittaneet siitä, miten harrastukseensa intohimolla suhtautuvat ihmiset muuttavat yhteiskuntaa, erityisesti taloutta. Intohimoisia harrastajia voidaan kutsua puoliammattilaisiksi (engl. pro-am), mikäli tulee lyhenteenä termeistä ammattimainen amatööri (engl. professional amateur). Yhteiskuntien talouden näkökul-

masta tällaiset ihmiset muodostavat mielenkiintoisen väestöryhmän kuluttamisen kentällä, sillä he panostavat harrastamaansa lajiinsa taloudellisesti usein myös suuria summia rahaa. Esimerkiksi puoliammattilainen tenniksenpelaaja voi käyttää jopa satoja tuhansia euroja kuukaudessa varusteisiin, turnauksiin ja muuhun lajin edellyttämään infrastruktuuriin ammattimaisen tason saavuttamiseksi. Yksi tulonlähde elämäntavan ylläpitämiseksi on esimerkiksi valmentaminen, jota ei omien harjoitusten ja kilpailumatkojen vuoksi kuitenkaan ehditä tehdä kokopäiväisesti. (Leadbeater & Miller, 2004, 18-20.)

Puoliammattilaisille itselleen vapaa-ajan kulutus on tuottavaa toimintaa sen sijaan, että he käyttäisivät vapaa-aikansa vastapainoksi rentoutumiseen ja työstä palautumiseen (Leadbeater & Miller, 2004, 23). Vapaa-ajan toiminta on myös oman asiantuntijuuden kehittämistä omaa kokemusrepertuaarin kasvattamisen myötä.

Haastattelija: Teettekö itse omia varusteita?

Petteri: Nykyajan suksi on sen verran monimutkainen rakenne että siihen sitte ku sitä aikaa ja rahaa uppois kuitenkin ite tekemällä (.) mutta että s- (2) se se ei oo niinku pääsääntö kaikkiin varusteisiin että se on nyt tuo suksi lähinnä tälleen ja muita vastaavia varusteita ostetaan kans joita ei ite järkevästi pysty tekee mutta että [---] Joo, siinä on ne rajat sitte ja se on aina ite päätettävä että on- onko tota tämän varusteen hinnan eestä ennemmin töissä ku (.) kun tuota saa sen tehtyä sitten samassa tai isommassa ajassa.

Antero: Yleensä vaan niinku mulla tulee se että jos ei ite pysty tekemään parempaa mitä saa kaupasta [jollaki kohtuullisella summalla rahaa niin eihän nyt tuu tehtyä vaikka kovasti harrastaaki sitä (ite tekemistä?)

Kerttu: hmm]

Petteri: Joo siinä on ne rajat sitte ja se on [sitte aina ite ite päätettävä katottava että on- onko tota tämän varusteen hinnan eestä ennemmin töissä ku (.) kun tuota saa sen tehtyä sitten samassa tai isommassa ajassa

Haastattelija: niin tietenkkin]

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Luonnossa liikkumisen suunnittelu korostuu ekologisuusaineistossa. Se selittää myös intensiivistä omistautumista harrastukselle. Ulkopuolisen, lajista ymmärtämättömän näkökulmasta harrastaminen voi näyttäytyä työteliäänä varusteiden hankkimisena, niiden järjestelynä ja huoltona sekä matkojen suunnitteluna ja aikatauluttamisena. Koska suuri osa ulkoilmaharrastusaktiiviteeteista edellyttää lihasvoimin luonnonympäristössä liikkumista, tarkoittaa aktiviteetin toteuttaminen luonnossa selvitymisen ja mukavuuden takaamisen näkökulmasta hyvin tarkkaa etukäteissuunnittelua.

Petteri: Joo ei se väl- välttämättä vaadi et sitä vaan ku se tullee

vähän niinku [elämäntavaksi niin sittenhän sitä miettii tarkemmin ja Kerttu: hmm]

Antero: Ja heti on että ku ensimmäinen reissu oli ohi niin nyt sitä päätti että tämä ja tämä että ei ollu hyvä tämä ja tuo ja

Kerttu: ja sä osasit tehdä (.) jotku vihhaa sitä pakkausta ja suunnittelua mutta (1) eiks se oo [kuitenkin tärkeä osa sitä (1) retken onnistumista että on semmonen pitkän ajan suunnitelma vaikka ne ei välttämättä toteudukaan vasta kun edellisenä yönä tai sitten ne jää toteuttamatta sillä kertaa mutta

Petteri: mmm]

Haastattelija: No siltä se näyttiki tuossa teijän videossa että sieltä aina yhtäkkiä veettiin jostaki vähän niinku sivutaskusta joku juttu joka nimenommaan oli niinku joka tuntu siltä että se oli jo etukäteen tiijetty että sitä tullaan tarvimaan jossaki tuomosessa tilanteessa jota meikäläinen ei ois ollu osannu etes ennakoija että semmonen tulee että teillä oli aina niinku ((naurahtaen)) kaikki hirveen tarkkaan [Kerttu: mun äiti on tosi hyvä siinä] sellasessa suunnittelussa Haastattelija: joo

Kerttu: mä oon aika paljon oppinu sellasta ((naurahtaa)) Heikiltä semmosta järjestelmällistä suunnittelua siinä pakkausvaiheessa ja retken suunnitteluvaiheessa

Antero: Mullon toisenlainen taktiikka mullon hirvee säkki kaikennäkösiä työkaluja ja ja materiaaleja suunnilleen että voi muuttaa että niinku ekalla reissulla just totesin että tää takki ei oo hyvä siinä ja on liian lyhyet hihat ni mä sitte ompelin siihen peukalolle niin silloin niinku matkan aikana ja [tämmöstä virittelyä tulee vähän tehtyä (.) varsinki oon enemmän pyöräretkeilyä harrastanu niin silloin se on vielä enemmän ollu aina se matkan aikana ja on jo lähteny retkelle ja tulee ri-(kki itse tehty rinkka?) mukana takasi (Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Tämän tutkimuksen aineistossa on paljon viitteitä edellisen kaltaiseen intohimoiseen harrastamiseen, vaikka yksikään tutkittavista ei täysin täyttänyt Leadbeater ja Miller'n (2004, 18) tennisammattilaisiesimerkin mukaista puoliammattilaisuuden vaatimusta. Tutkimukseni empiirinen aineisto edustaakin tältä osin von Hippelin (2005, 11) esittelemää ajatusta innovaatioiden demokratisoitumisesta. Hippelin teoksessa vertaillaan kahta hyvin erilaista teollisuudenalaa, urheiluvarusteteollisuutta ja ohjelmistointensiivistä (informaatioteknologista) teollisuudenalaa esimerkkinä fyysisten tuotteiden ja sähköisten palvelujen avoimesta innovointitoiminnasta. Pohdittavaksi jää, miten avoin innovaatio ilmiönä vaikuttaa sosiaaliseen hyvinvointiin, olkoonkin, että usein lainsäädäntö ja poliikka estävät vielä käyttäjäninnovoinnin toteutumisen (von Hippel, 2005, 11-12). Aineistossa on monenlaisia esimerkkejä tällaisista innovaatioista:

Haastattelija: No sitte toinen innovaatio niin sanotusti ((laittaa videonpätkän pyörimään)) (4) retkikeittiöhömmä ((katsotaan videota)) aika pitkä pätkä (.) niin elikkä siis ensinnäki tämä retkikeittiö onko tämän teijän tämmönen valmistama ja kokoama ja

Petteri: joo nuita ei valmiina saa mistään paitsi joku metallipaja tieteen tekkee ja (1) koo foorumilla (K-forum) oon lukuun että tietty metallipaja ni on tehny niitä että heillä on jo valmis pohja ettei tarvi viiiä piirustuksia välttämättä

Kerttu: Ajatus ei ollu uusi että se on ollu käytössä [monella-monellakin hiihtäjällä (.) tai no en tiiä onko monella mutta ainaki tuollasella pidemmän matkan

Petteri: monellaki] vaelluksella niin on tota (.) tosiaan kun olosuhteet teltan ulkopuolella on mitä on niin sitä mieluummin siellä tuulen suojassa teltassa keittelee ja tuo sitten sitä turvallisuutta ja helpottaa niitä päivittäisiä askareita ku ne kaikki keittimet on siellä valmiina (.) ei tarvi niitä pusseista otella ja oikoa niitä keittimen jalkoja ja kiinnitellä polttoainepulloja vaan ne on kaikki valmiina (Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Edelläkävijyys on tutkittu ilmiö, mutta usein tutkimuksissa on keskitytty tarkastelemaan ilmiötä pelkästään ammattimaisessa toiminnassa kuten muotoilussa ja luovilla aloilla (ks. Nuutinen, 2014). Tässä tutkimuksessa edelläkävijyys on käsite, joka määrittelee harrastamansa lajin parissa toimivat ulkoilmaharrastajat ”hiljaista tietoa” käsitteleviksi toimijoiksi. Hiljaisen tiedon siirtämisen ja välittämisen käytäntöjen käsitteellinen selittäminen on haasteellista paitsi lajista tietämättömille ja uusille potentiaalisille harrastajille, mutta usein myös tutkimuksellisesti. Osa harrastajista koki ryhmähaastattelun edistävän omaa sanallista pohdintaa lajista, ja osa heistä myös kykeni erittelemään tuntojaan hyvinkin analyttisesti. Tämä kuitenkin edellytti omaa ruumiillista ja fyysistä kokeneisuutta lajin parista.

Esa: kajakkimelontaharrastuksen parissa oon aikalailla uus mutta oon sitten harrastanu kyllä (.) tai joutunu työn puolesta puljailemaan koskessa noilla kumilautoilla ja kanootilla ja sitten kahluusaappaat jalassa olen sieltä vielä laskenu sitä koskea sillä lailla (.) mutta tuota mie varmaan harrastan (1) varmaan kahesta syystä eli [--] siksi että se on hauskaa mutta se että miksi se on hauskaa niin (.) niitä syitä on sitten tosiaan useampia että mie olen nyt sitten sillai yleisesti luontoihminen ja harrastan vähän kaikenlaisia luonto (.) hommia niin tää melonta sopii niinku älyttömän hyvin siihen ja (.) sitte (.) sitten (.) kyllähän se semmosta (.), tuo koskimelonta ainakin mulle (.) semmosta jonkulaista niinku paitsi haastavaa, semmoista akrobatiatyyppistä urheilua, saa aikalailla kehittää monipuolisesti

kaikenlaista motoriikkaa ja koordinaatiota ja muuta mutta se on myös semmosta niin ku urheilua ehkä jossakin niinku jännitysmielessä. (Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

## Tiedostava tunteminen

Edelläkävijyys on mielekäs käsite kuvaamaan ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamista tutkimuksen ytimessä olevan intensiivisen inhimillisen ruumiillisen ja luonnon materiaalisen vuorovaikutuksen näkökulmasta. Käsitteellisesti asiaa voitaisiin tarkastella myös Hennionin (2007) amatööriyden käsitteen kautta, jolla suomenkielisessä käyttöyhteydessään on jokseenkin negatiivinen merkitys. Arkikielisenä käsitteenä amatööriillä ymmärretään enemmän tekijöidensä ammattimaista osaamattomuutta kuin osaamista, minkä vuoksi käsitteen taustaa on hyvä avata hieman suhteessa alkuperäiseen ranskalaiseen merkitykseensä. Amatööriillä Hennion tarkoittaa toimijoiden ryhmää, joka toimii oman makunsa ”tiedostavien tuntijoiden”, ”connoisseurien” yleisönä. Tiedostavien tuntijoiden kuten vaikkapa musiikintuntijoiden toimintaa eivät näin ollen ohjaa tunteet kuten amatööreillä (Hennion, 2005), vaan he tekevät valintansa tiedostaen tekemisensä yksityiskohtaisetkin vaikutukset. Amatööreillä tekeminen luo tekijän ja he tekevät asioita ”sisäisen emotionaalisen palonsa” ohjaamana, kun connoisseurit taas toimivat tiedostavina tekijöinä määrittäen itse omat tekonsa. Connoisseurin motivaatio voi ohjautua ulkoisesti, jolloin tekeminen edellyttää analyttisyyttä. Connoisseur on periaatteessa synonyymi puoliammatilliselle (engl. pro-am), mutta parempi koska se ei korosta ”ammattilaisuutta”. (Hennion, 2007.)

Esa: Mikä siinä on sitten niin hauskaa niin mulla ainaki on sitten henkilökohtainen vielä semmonen, että mä vielä pystyn erittelemään sitä elämystä ittelleni että (.) mulla ois siinä luontoharrastuksessa kaks niinku puolta. Toinen on semmonen, että mä tykkään hirveän leposasti ja rauhallisesti luonnossa niinku vailla mitään suorittamisen paineita, että sekupa vaan ollaan ja kalastellaan ja mitä vaan tehdä, maata jossaki notskilla, (.) mutta sitten taas toisaalta mun mielestä on niinku jollaki tavalla kiinnostavaa, myöskin semmonen vähän kliseisesti tommonen rajojen ettiminen niinku yhtä aikaa, pitää kuiteski sillon aina ymmärtää tietysti se, että, että niinku, (1) ne rajat on tosiaan siellä olemassa. Luonnossa ei voi tehdä mitä tahansa. Se on jotenkin kiinnostavaa ettiä sitä, että millä tavalla pystyy olemaan ja sopeutumaan niinku kohtuullisen turvallisesti. Mihin itte kykenee. Mä käyn sitten kans kaikenlaisissa vaelluskisoissa ja tommosissa muissa. Musta siinä on jotakin tavallaan samaa. Ei, ei melonta oo mulle mitään semmosta äärimmäisurheilua vaan se on, toivottavasti ne rajat ei niinku

löy'y, koska se voi olla kohtalokasta.  
(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Tässä tutkimuksessa edelläkävijyyden määritelmä käsittää hiljaisen tiedon pitkälti ruumiillisena tietona ja osaamisena. Edelläkävijyys on kokonaisvaltainen tietämisen muoto, jossa ei korosteta pelkästään moniaistista havaitsemista ja kokemusta, vaan **havaitsemista tekemisessä** (engl. perception in action) (Noë, 2004). Muotoilun ja taiteen tutkimuksessa vastaavanlaista tietämistä on käsitteellistetty hiljaisena tietona, vastakohtana sanalliselle ja tekstin muodossa esitetylle informaatiolle ja tiedolle (esim. Strati, 2012).

Aineistosta on noussut vahvasti esille tekeminen, joka Hennionin määritelmän mukaan on amatöörimäistä, mutta silti tiedostavaa. Tutkittavat ovat selkeästi asiantuntijoita erityisesti fyysisen vahvan tekemisen ja materiaalisuuden ”käsillä olevuuden” käytöjen näkökulmasta pohjoisessa luontokonteksissa. Tämä eroaa siitä esteettisyyden ja maun tuottamisen kulttuurista, johon Hennion viittaa connoisseurin käsitteellä.

Haastattelija: Mistä varusteet hankitaan?

Antero: Ja sitte jos sattuu olemaan vähä eri kokonen ku ihmiset yleensä ni sitte, minä oon ainaki todennu että minä en löydä kaupasta mittään, on paljon helpompi löytää, tehä asiat ite kun lähtee metsästä ympäri maailmaa sitä että mistä minä löytäsin tämmöset varsinki ku ei oo tuo rahakaan niinku kasva puissa niin sitte jos jostaki sattus löytymäänki semmonen merkki millä on hyvin kaikkia mahdollisia ihme kokoja niin ne yleensä maksaa sen verran paljon että ei sit taas oo varaa niihin parhaisiin semmosiin vermeisiin et (1) sitte on tullu tehtyä kaikki suunnilleen ite.

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Hennionin (2007, 109) mukaan maku ei ole henkilökohtaista, ennalta päätettyä tai edes aistimista toimintana. Maku on kollektiivinen tekniikka, jolla jokainen tekee (engl. make) itse itsensä sekä muut tietoiseksi. Maku on täysin tilanteesta riippuvainen, sillä se on olemassa olevien tilanteiden ja hetkien hyödyksi käyttämistä kaikilta niiltä osiltaan, mitä tilanteissa kulloinkin on mukana. (Hennion, 2007, 111.)

Luvussa 6.1.1.1 *Luksus ja muotoilu* yhtenä luksuksen ominaisuuksista mainitsin *nautinnollisen uuden luksuksen*, johon keskeisesti liittyy toiminnan aktiivisuus ja tilanteissa soveltava maun tekeminen.

Leila: (2) Meillä siellä maalla on niin [--] on tullut sellanen tapa, että, että siis niinku yks vuorollaan järjestää oikein kunnan dinnerin sitten ja siis tulee sitten aviopuolisot tulee mukaan ja tota nyt oli sitten ( ) minä olin sanonut, et minä järjestän tänä vuonna. No

tässä surkeessa kesäsäässä niin, niin se oli ( ) siinä mielessä mulla on hyvin pieni mökki. Se ei ole mikään huvila, vaan se on todella niinku mökki ja kaikki perustu siihen että ulkona terassilla pystytään syömään, joka toki on, on niinku katettu. Ja kun kamalasti satoi, niin sanottakoon että tänä kyseisenä päivänä sade loppui jo aamulla kello kymmenen. Siinä vaiheessa mä olin jo kyllä ehtinyt miettiä, että miten, miten mä alkuruuaks tarjottavan kalapöydän katan- kattaisin saunan lauteille et se olis vähän eksklusiivisempaa- ( ) et kyllä me sisälle niinku mökkiin mahdutaan syömään mutta silloin mä en saa sinne sitä seisovaa pöytää mahtumaan, mahtumaan mutta tota sitte se todella kirkastu se sää ja oli niinku aivan fantastinen ilma. Et mä olin todella jo, jo menny niin, niin pitkälle mun suunnitelma b:ssä et pitääkö minun alkudrinkki, joka nyt oli valkoviini-sprite sekotteinen kauniisti koristeltu lasimaljassa niin, pitääkö mun muuttaa se niinku glögiksi, koska oli niinku niin kylmää et tota- Mut et sit siitä tuli siis se oli, oli yks kesän kauneimpia päiviä lauantai, ja se kun jokainen kerta kaikkiaan siis niinkun nautti (1) Jokainen kun tuli sano, et ei voi olla totta, et on tällanen päivä ja sitten kun mä sain sen laitettua ja katettua kauniisti siis niinku tota (.) Alkuperäisten suunnitelmien mukaisesti missä, todella sitte siis niinku pöytäliinat sointuu, servetit sointuu, salaatti koristeltu krassinkukkasin ja siis niinku et kaikki on, saatiin- Mä sain ihan vimpan päälle niin, niin kyllä meillä oli aivan fantastinen iltapäivä ja ilta. Se oli aivan käsittämätöntä. Silloin nautiskeltiin, silloin nautiskeltiin [--] rannalla. Vesi oli 15 metrin päässä ja aurinko helotti ja oli lämmin ja ruoka oli hyvää.

(Naisgolfareiden haastattelu, Espoo)

Edelläkävijyydessä on myös kyse maun tuottamisesta kollektiivisena tekniikkana, mutta toisin kuin sosiologiassa, maun rakentamista kollektiivisena tekniikkana (vrt. Latour, 2005) voidaan tämän tutkimuksen puitteissa tarkastella ja selittää ainoastaan ruumiillisuuteen linkittyneen materiaalisuuden ja sen muutosten näkökulmasta. Tämä rajoittaa hieman tapahtumien kokonaisvaltaista selittämistä käytäntöinä.

Vapaa muotoilun kuluttaminen on hyvin tilanteista, olipa se sitten ylellisyyskultukselle tyypillistä nautintoa korostavaa itsensä kehittämistä tai ekologiselle kuluttamiselle luontaista omien rajojen fyysistä hakemista. Luvussa 6.1.2.2 *Vapaa edelläkävijyys* keskeisenä selitettävänä ominaisuutena on ollut itsensä kehittämisen tavoite, joka tapahtuu yksilöllisesti ja sosiaalisesti ulkoilmaharrastamisen tukiessa sekä toiminnan yksilöllisyyttä että sen sosiaalisuutta. Ruumiillisen ja materiaalsen vuorovaikutuksen näkökulmasta tarkasteltuna sosiaalinen toiminta ei nouse aineistosta esiin yhtä vahvasti kuin yksilölliset materiaalis-ruumiilliset itsensä kehittämisen muodot. Sosiaalinen on toistaiseksi ilmaistavissa lähinnä kielellisesti (Heiskala, 2000; Kilpinen, Kivinen & Pihlström, 2008; esim. Reckwitz, 2002). Tutkittavien kertoessa tekemisestään ruumiillisina fyysisinä toiminnan kuvauksina,

jää sosiaalisen tapahtumisen selittäminen pois. Sosiaalisen selittäminen ruumiillisesta näkökulmasta materiaalisena on tutkittaville haasteellista. Aineistossa tällaisia tilanteita on tullut esiin, kun haastattelutilanteessa olemme ryhmähaastattelun yhteydessä katsoneet tutkittavien videokuvaamia harrastamisen tilanteita ja keskustelleet niistä tarkemmin. Asian esille ottaminen tällä tavoin uudelleen keskustelun kohteeksi on toiminut reflektiona omaan fyysiseen tekemiseen, jolloin merkitykselliset yksityiskohdat kuten ruumiilliset suoritteet ovat tulleet esille myös sanallisina kuvauksina.

Haastattelija: Pistetäänpäs filmi pyörimään.

((Katsotaan videopätkä ja tilanteesta kuuluu kommentteja ja naurua, joista ei saa selvää, kun koski kohisee taustalla))

Hannu: Aika laiskan näköstä toimintaa. ((naurahtaa)) joo, ei sitä kovin pitkään jaksa kattoa. ((videon jälkeen, yleistä naurua))

Haastattelija: Oliko tämä semmonen niinkö tyypillinen (.) tilanne harrastuksen puitteissa?

Hannu: Joo, tuossa on aika tuommosta tyypillistä koskipuljaamista. Tommosessa paikassa, missä ei etes oikeasti ole mitään pelipaikkaa etes, että (.) siinä vaan niinku leikitään tuossa virrassa ja (1) ja-ja, aika tyypillistä. Yleensä kun tolleen niinko puljataan niin siinä on joku semmonen vähän isompi aalto tai (2) sanotaan honkoksi, sellanen misson niinku (.) sellanen pystypyörre, missä pystyy niinku surffaamaan paikallaan ja tekeen, koittaaan tehdä jotain niinku semmosia, peli- tai niinku liikkeitä. Ja tuota. Toi nyt on tollasta puljailua. Että aika tyypillistä, (.) tyypillistä niinku koskipuljaukseen liittyvää hommaa.

Lauri: Ja tuotaki kuitenkin aina tekkee mieli lähtiä tuonne könkäälle (.) melomaan, vaikka siellä nyt (.) ei oikeastaan olekaan paikkaa.

Hannu: Joo ei, se on aivan hauskaa hommaa kuitenkin.

Haastattelija: No siinä äske- äskesessä pätkässä ne, te ootitte aina vuoroanne, siihen aina yks menee kerralla ja muuta niin (1) onko siihen jotaki sääntöjä, miten siellä niinkö siellä koskessa sitte toimitaan?

Hannu: No sinänsä, et tietysti se on (1) silleen, osoitetaan kohteliaisuutta että kun toinen menee puljaan johonki vaikka aaltoon niin että ei kiilata siihen samaan aaltoon saman tien että tietysti sitte voi jekulla tehdä hyvälle kavereille sellasta jekkua että menee niitten kans, menee kiilaamaan niitä, mutta noin niinku yleisesti niin, että antaa jokaiselle sen oman aikansa siinä puljata ja (.) ja sitte toki sekini on kohteliasta että ei jää sinne asumaan sinne aaltoon, että joku hyvät melojat pystyy surffailemaan samassa aallossa vaikka kymmenen minuuttia, jos ne haluaa. Et sitten, et neki tajuaa sit lähteä pois ja antaa tilaa muille. Jäätyyhän ne muutkin siellä (.) oottelevat, että yks vaan siellä surffailee kymmenen minuuttia.

(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)



Ulkoilmaharrastamisen kontekstissa koottu aineisto on nostanut kuitenkin esiin, miten sosiaalinen toimii ”peilinä” harrastajan omalle toiminnalle ja taitojen kehittämiseksi. Tämä kuitenkin tapahtuu pitkälti muulla tavoin kuin sanallisen viestinnän kautta. Neurobiologit Gallese ja Cuccio (2015, 8) ovat tutkineet peilineuroneja, jotka ovat motorisia neuroneita esimotorisen aivokuoren alueelta. Ne eivät ainoastaan vastaa liikkeiden ja toimintojen toteuttamisesta, vaan myös toisten kädellisten toteuttamien toimintojen havaitsemisesta. Peilineuronien löytäminen ja simulointimekanismi painottavat sitä, että minän olemassaolo tarkoittaa myös muiden kanssa olemista. (Gallese & Cuccio, 2015, 8.) Tilanteessa emme siis pelkästään käsitä toisten intentioita heidän tekemänään, vaan ihminen yksinkertaisesti löytää nämä toisten intentiot itse käyttämällä omaa motorista kuvaustaan asian tulkittamiseksi. Tällaisena tapahtumana voidaan myös tulkita edellisen melontakatkelman koskipuljaukko, jossa sosiaalisen kohteliaasti odotetaan vuoroa ennen virtakohtaan siirtymistä. Odottamisen tilanne voidaan selittää merkityksellisenä tapahtumana ja ”peilinä” toimijan itsereflektiolle omasta menneestä tai tulevasta fyysisestä suorituksesta samassa kosken virtauskohdassa. Toisen suoritus herkistää oman tietoisuuteen ruumiin ottamaan sama oppi vastaan. Ensisijaisesti silmin havaittavissa oleva suoritus välittyy myös peilineuronien kautta havaitsijan omaksi motorisen toiminnan kuvaukseksi ruumiillisesti.

Sosiaalisen ja yksilöllisen välillä on kognitiivisen käsitteellistämisen kuilu, joka palautuu klassiseen kognitivismiin ja evoluutiopsykologiaan. Klassinen kognitiotiede edustaa solipsista mielikäsitystä keskittyen tarkastelemaan vain yksilön mieltä. Oletuksena on, että tämä on riittävä näkökulma mielen määrittelyyn ja sen toiminnan selvittämiseksi. (Gallese & Cuccio, 2015, 7.)

”[M]ieli käsitetään funktionaalisen järjestelmänä, jonka prosesseja kuvataan muodollisten syntaktisten sääntöjen mukaan informaation symbolien manipulointina” (Gallese & Cuccio, 2015, 7).

Evoluutiopsykologiassa inhimillinen mieli on sarja kognitiivisia moduuleja, jotka paikannetaan ihmisaivoihin selitettäessä inhimillistä sosiaalista kognitiota. Tämän hetkinen tieteellinen tutkimus sosiaalisesta kognitiosta ei vielä kykene selittämään riittävästi aivojen ja mielen tilojen korrelaatioita. Neurotieteen tutkimuksessa ei ole vielä kunnolla päästy alkuun subjektiivisen kokemuksen analyysissä ja elävän ruumiin roolista materiaalistien objektien ja muiden elävien yksilöiden kokemuksen muotoutumisessa. (Gallese & Cuccio, 2015, 7.)

Tämän tutkimuksen esille nostamien ominaisuuksien näkökulmasta olisi mielenkiintoista jatkaa muotoilun kuluttamisen sosiaalisuuden selittämistä ja teoretisointia huomioiden kieli ja ruumis molemminpuolisesti suuntautuneina. Gallese ja Cuccio (2015, 13) mukaan on hyvinkin mahdollista, että ”tiettyjen asioiden” pitäminen erillisenä todellisuutena, esimerkiksi segmentoimalla kokemukset irralleen välittömästi

fyysisestä kontekstista tai fyysisestä stimulista, toteutuu kokemuksissamme ainoastaan kielen hallinnan kautta. Kielelliset kyvyt ja taidot ovat tästä syystä juurtuneet ruumiillisuuteen, jolloin tulisi myös huomioida, miten ne vuorostaan muuttavat ja muokkaavat tapaamme kokea ja elää ruumiillisia kokemuksia (Gallese & Cuccio, 2015).

Joka tapauksessa ruumiillistunut simulaatio on ratkaisevassa roolissa kielen ymmärtämisessä, oli kausaalinen suuntautuneisuus kielen ja ruumiin välillä tilanteide mukana miten päin tahansa. Kieli mahdollistaa korjata ja käydä uudelleen läpi tiettyjä ruumiillisen kokemisen puolia. Kielen kautta voimme kokea uudelleen ja kristallisoida niitä kokemusten eri osia, jotka eivät ole ajankohtaisia juuri kokemisen hetkellä, mutta tulevat ajankohtaiseksi myöhemmin ja muodostavat mallin, paradigman, jota hyödynämme esimerkiksi silloin kun haluamme ymmärtää itseämme ja muita. (Gallese & Cuccio, 2015, 9.)

### 6.1.2.3 Luonto ja kulttuuri

Haastattelija: Voisitko kuvata tätä metsästysharrastusta ihan muutamalla sanalla? Mikä sen keskeinen idea on?

Heikki: [--] Et semmonen ihailu ja kunnioitus luonnon ihailu ja kunnioitus ja, ja se, että kaikki on niin järjestyksessä ja tasapainossa kun ihminen ei vain sitä pilaa [--] että kyllähän aika paljon on jo pilannut ja saastuttanut ja särkeny tuommosta ekologista kokonaisuutta, järkyttänyt aivan, aivan oman itsekeskeisyyden ja ahneuden, riistänyt ja raiskannut luontoa ja näin, että kyllä se monesti huolettaa, että miten ne lapset ja lastenlapset. Koska se kohdistuu sitte ihmisiin, ihmisiinkin jos luonnossa ei, eivät oo kaikki asiat kohdallaan, niin kyllä se, kyllä se tulee, tulee mieleen. (Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Aineistokatkkelma tiivistää hyvin ekologisen kuluttamisen perusajatuksen. Keskeistä ekologisuudessa on luonnon kunnioittaminen ja toive siitä, että luonnonympäristö säilyisi myös tuleville sukupolville ”hyvässä kunnossa”, ”järjestyksessä” ja ”tasapainoisena” ympäristönä.

Tähän lukuun olen lyhyesti koonnut yhteen ne ominaisuudet, jotka yleisesti käsitellään sosiaalisina, yhteiskunnallisina ja kulttuurisina ominaisuuksina määriteltäessä luontoa ja siihen liittyviä inhimillisen toiminnan käytäntöjä. Tässä tutkimuksessa nämä ominaisuudet ovat nousseet aineistosta esiin ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamista selittävinä materiaalisina ja ruumiillisina ominaisuuksina. Näitä ominaisuuksia ja koodeja ovat *aika resurssina harrastukseen nähden*, *luonto harrastamisen tilana (luontoelementti)*, *luonto vastaan kulttuuri*, *selviytyminen-seikkailu-taito-tahto (kuningaskertomus)*, *Lappi ja pohjoinen konteksti* (ks. Liite 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät). Käsitellen näitä ominaisuuksia

nyt konstruktivisista ja kulttuuriteoreettisista merkityksistä irrallaan. Ominaisuudet kuten kulttuurin käsitteellistäminen koodissa *luonto vastaan kulttuuri* olisivat selitettävissä ruumiillisina käytäntöinä tai sosiaalisina ja kulttuurisina konstruktioina, mutta nousevat tässä aineistossa esiin ihmisen ja luonnon materiaalis-ruumiillisena, toisin sanoen fyysisenä suhteena.

Esa: Alussa tuli vertaus kamppailulajeihin, mä en oikein tiiä onko se hyvä, musta tuntuu siltä että se vertaus on ihan (.) ruhoa, jostain syystä, mutta ehkä tuossa semmonen kuvio niinku on, että ku eilen oli tuo mun kaveri tuo [heppu], joka kirjoitti siitä Amin Asikaisesta [--] ja se toimittaja kysy siltä että, (.) minkä takia nyrkkeily on kovempi laji kuin vaikka sadan metrin juoksu niin [heppu] sano, että saan metrin juoksu, niin se häviäminen niin tuntuu ikävältä ja voi olla nöyryyttävää ja muuta tämmöstä mutta nyrkkeilyssä jos saat turpaas, niin voit pahimmillaan vaikka kuolla jos saat tarpeeksi niitä iskuja päähän. Eli, ja tuota ehkä se näissä luontohommissa on vähän sama juttu että (1) jos niinku käy todella huonosti niin voi käydä todella huonosti, että semmonen niinku epäonnistuminen voi olla ratkasevaa [--] ei, en mä tarkota sitä sä heti niinku hukut tai jotaki muuta tämmöstä tapahtuu mutta siinä on ehkä joku samantyyppinen homma että kamppailulajeissa niin se häviäjä ottaa ittelleen niinku fyysisiä, joka tapauksessa niinku ongelmia toisin kuin jossakin satasen juoksussa oot vaan hitaampi kuin se toinen. Ja piste.  
(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Simulan (2012, 18) mukaan luonnon käsitteellistäminen on aina ollut haasteellista:

”Sille on oma merkityksensä ja käsitteistönsä niin tuotannollis-taloudellisissa kannattavuuslaskelmissa, luonnontieteellisissä tutkimuksissa, ympäristönsuojelullisissa keskusteluissa kuin inhimillistä olemassaoloa koskeissa pohdinnoissakin”.

Kulttuurisena terminä luonnon määrittely on haasteellista, minkä vuoksi aineistosta esille noussut tutkittaville luontainen tapa käsittää suhdettaan luontoon ruumiillisesti, tulee tarkasteluun ensisijaisesti viittaamalla ruumiinfilosofiin ja -sosiologiin lähteisiin (vrt. Kalanti, 2009; Lakoff & Johnson, 1999; Lizardo, 2012).

Luontoa toiminnan ja käytäntöjen tilana tarkastelevissa ja aihetta tältä osin sivuavissa tutkimuksissa luontoa tarkastellaan yhä useammin yhtenä toimijoista (Markuksela, 2013; Rantala, 2011, 41; Veijola et al., 2008). Tuulentie (2019) on myös tutkinut pohjoista luontosuhdetta. Yksi hänen viimeisimmistä julkaisuistaan käsittelee ympäristöllisiä elämänkertoja, joissa hän tarkastelee luonnosta otettujen valokuvien herättämiä kokemuksia

ja mielikuvia. Tuulentien (2019, 53) tekstistä on tulkittavissa pohjoisessa asuvien ihmisten luontokäsitysten perustuvan yksikertaiseen selitykseen ympäristöön integroitumisesta jo siihen synnyttäessä ja siinä kasvettaessa. Pohjoista luontosuhdetta kuvaa myös suhde luontoon toiminnallisuuden, hyödyllisyyden sekä kokemusten ja hyvinvoinnin lähteenä. Mikäli nämä jäävät tulokkailta ja vierailijoilta ymmärtämättä, voi luonnossa liikkuminen paikalliseen tapaan olla outoa, stressaavaa tai jopa pelottavaa. (Tuulentie, 2019, 52-53.) Tällaista pohjoisen luonnossa liikkumisen tapaa luonnehtii aktiivisen ulkoilmaharrastamisen lisäksi erinäiset vapaat ulkona olemisen ja lähiympäristössä ”häärimisen” muodot. Pohjoinen elinympäristö kokonaisuudessaan ymmärretään alituisesti läsnäolevaksi luonnoksi (Simula, 2012, 108).

Empiirisen aineiston valossa pohjoinen luonto on myös jossain määrin verrattavissa maaseutuun (vrt. Simula, 2012, 59). Luksusaineistosta kävi ilmi, miten talonpoikaisen ja maaseutuvaltaisen agraariyhteiskunnan juurilta kehittyneessä nykyaikaisessa suomalaisessa yhteiskunnassa ei oikein tunnusteta ja tunnusteta konventionaalista luksuskulutusta oma-kohtaisesti koetuksi asiaksi. Sama kulttuuriperintö voisi selittää osittain myös suomalaisten ihmisten vahvaa luontosuhdetta, sillä luonto on Simulan (2012, 59) mukaan säilyttänyt keskeisen asemansa maalla asuvien arvomaailmassa. Tästä Simula (2012, 60) käyttää käsitettä maaseutuolämän luontosuhdeperintö, johon sisältyy paitsi luonnonläheinen asuminen, myös erottamattomasti jatkuva ruumiillinen tekeminen (Simula, 2012, 109).

Tuulentie pohtii artikkelissaan pohjoisen luontosuhteen merkityksen välittämisen haasteita maahanmuuton kontekstissa, mutta pohjoisen luontosuhteen merkityksen välittäminen kaikille väliaikaisemmillekin vierailijoille kuten matkailijoille olisi hyvä olla yksi keskeisiä Lapin luontomatkailun tavoitteita. Luonto toiminnan ja harrastamisen ympäristönä on monitahoinen ominaisuus. Se on fyysinen ja materiaallinen toiminta-alusta, mutta tällaisenaan myös esteettisesti merkityksellinen ominaisuus.

Petteri: Joku joku] hieno paikka jossa ei oo ehkä aiemmin käyny ja (.) tai on aiemmin käyny ja todennu että täällä on hienot maisemat että kannattaa käyvä uuvestaan(ki)

Antero: tai on todennu että tääl- täällä voi olla hienot maisemat jos ei ois tämmönen kauhea sumu [tai

Kerttu: niin ((naurahten))

Petteri: Koetetaan paremmalla tuurilla sitte seuraavalla kerralla ja (.) sitte on kans tullu muutamia paikkoja käytyä että on käyny sulan maan aikaan ja sitte talvella uusiksi (1) Nytkin tää samaiset maisemat niin on syksyllä käyty siellä aiemmin ja (2) nyt sit näytti vähä eriltä (.) jopa hienommalta talvella.

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Ei-inhimillisten tekijöiden kuten luonnon tarkastelu toimijana johdattaa Latourin (2005;

2009) sosiologiisiin ja tulkintani mukaan jossain määrin myös semioottisiin tutkimuksiin materiaalisista välityksistä. Lehtosen (2008, 131) mukaan Latourin empiirisen tutkimuksen keskeinen oppi on käsitys yhteisöllisyyden ja sosiaalisuuden sijaitsemisesta ”jatkuvaan todeksi tekemisen tilassa”, jolloin yhteisöllisyyden on ulkoistettava toimintaansa ja suhteita asioihin, joissa ne saadaan pidettyä. Luonto konkretian eri muodoissaan ja varsinkin voimaa käyttävänä toimijana on yksi tällaisista pohjoista yhteisöllisyyttä kantavista asioista. Tarkemmin Latourin (2005) sosiaalisen uudelleen järjestelyyn kuitenkin nyt viittaamatta, voidaan toimijuuden sosiaalista olemusta tarkastella ilman sosiologismia (Lehtonen, 2008), toisin sanoen suhteena kaikkeen ruumiin ulkoiseen materiaan. Tässä tutkimuksessa en niinkään ole Lehtosen (2008, 14) tavoin tarkastellut sitä, ”miten yhdessä oleminen rakentuu erilaisten materioiden, tavaroiden ja välineiden kanssa”, vaan siitä, *miten ihminen on ja toimii erilaisten materioiden kanssa*. Käsitteellistys materiaalisesta välittyneisyydestä (Lehtonen, 2013) voidaan tulkita myös näin, jolloin yhteisöllisyys ja sosiaalisuus eivät asetu ainoastaan materiaaliin kiinnittyneen toiminnan viestikapuloiksi (Lehtonen, 2008, 136), vaan vastavuoroisesti syntyvät myös materiaalisen maailman ehdoilla ja vuorovaikutuksessa siihen (Koskinen, 2003, 59).

Haastattelija: [M]ikä siinä motivoi siinä harrastuksessa, minkälaisia kokemuksia sen parista haetaan?

Hessu: No on siinä kyllä sen niinku huomaa ihan sen pienen addiktion siihen hommaan (.) kyllä sitä hakkee kuitenkin koko ajan semmosta jännempää jännempää sitä fiilistä siinä mikä niinku pelottaa

Rami: No tuota on paljon kyselty mieki kyselin [--] kaikilta että mikä siinä lajissa viehättää, mie oon ehkä vähä jäävi vastamaamaan ku mie tiiän niin monta hyvää vastausta mutta yks hyvä on se Kerkko I. Alvarin vastaus että ei se ole selevinny vielä miksi sitä haluaa kiivetä (.) joku sanoo että siksi kiivetään vuorille ku ne on siellä mutta se on vähä tyhmä vastaus, ei se selitä sitä (.) Monet selittää sitä sillä että (.) et se tapahtuu luonnossa ja siinä voi tavallaan kamppailla itensä kans eikä niinku se ei oo silleen kilpailullista että sitä ei voi toisen ihmisen kans kilpaillessa ja tulee vähän semmosta (.) siinä on siinä [on vähä erillä lailla se [

Hessu: ky-] kyllä se on it- itteä vastaan siinä kamppaillet se palaute on aika välitön siinä

Rami: niin on

Hessu: Sä tiiät koko ajan että (.) missä sä oot menossa (Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Ekologisuus-teemasta kerätyn aineiston selektiivisen koodauksen tuloksena oletin saavani hyvinkin lajikohtaista tietoa ulkoilmalajien erikoispiirteistä. Aineistossa nämä lajien väliset rajat osoittautuivat kuitenkin erityisen häilyviksi. Lisäksi lajeja yhdisti luonnon harras-

tusympäristön lisäksi niiden vahva suhde aktiiviseen fyysiseen ja ruumiilliseen toimintaan. Tutkittavista hyvin moni koki kiinnostusta myös toisten haastatteluryhmien edustamiin ulkoilmalajeihin. Yllättävän moni myös harrasti useampia lajeja: leijalautailijoista osa harrasti myös hiihtovaellusta ja melojat kiipeilivät. Eri lajeja harrastettiin myös samoilla harrastusmatkoilla. Lajikohtaisten erojen sijaan löysin siis lajisukulaisuutta, vaikka ensi vaikutelman perusteella ulkoilmalajit olivat sinälläänkin jo hyvin erityisiä.

Johtolankana lajisukulaisuuksien mysteerin selvittämiseen ovat olleet materiaaliset välitykset, joista kerron tarkemmin luvussa 7.1.2 *Luonto muotoilun kuluttajan tilallisen käsitteellistämisen kohteena*. Ulkoilmalajien välinen sukulaisuussuhde on osoittanut, miten ulkoilmaharrastamisen monia eri muotoja voidaan selittää niille yhteisen käyttäytymismallin, luonnon tilallisen ja muun ruumiinmetaforisen käsitteellistämisen mukaisesti.

## 6.2 Teoreettiset käsitteet, koodit ja kategoriat

Teoreettisen koodauksen tavoitteena on mallintaa ydinkategorian ja siihen yhteydessä olevien käsitteiden väliset suhteet (Holton & Walsh, 2017, 81). Glaserin (1978, 55) mukaan teoreettisessa koodauksessa substantiivisten koodien yhteys toisiinsa tuotetaan käsitteellisellä tasolla ja tehdään ehdotuksia koodien ottamisesta mukaan lopulliseen ankkuroituun teoriaan. Luvun keskeisenä tavoitteena onkin nyt koota käsitteellisellä tasolla yhteen edellisissä luvuissa avoimen ja selektiivisen koodauksen kautta esille nousseet keskeiset substantiiviset ominaisuudet kategorioiksi ydinkategorian ympärille. Tässä vaiheessa teoreettinen mallinnus on lopulliselta muodoltaan vielä viimeistelemätön, sillä vasta seuraava luku 7 *Pohjoisen muotoilun teoreettiset käsitteet* esittelee tutkimuksen pohjoisen muotoilun ydinkategorian ja sitä selittävät kolme alakategoriaa: ruumiillisen muotoilun kuluttajan, muotoilun kuluttamisen prosessin ja muotoilun kuluttamisen kestävä tavoitteen.

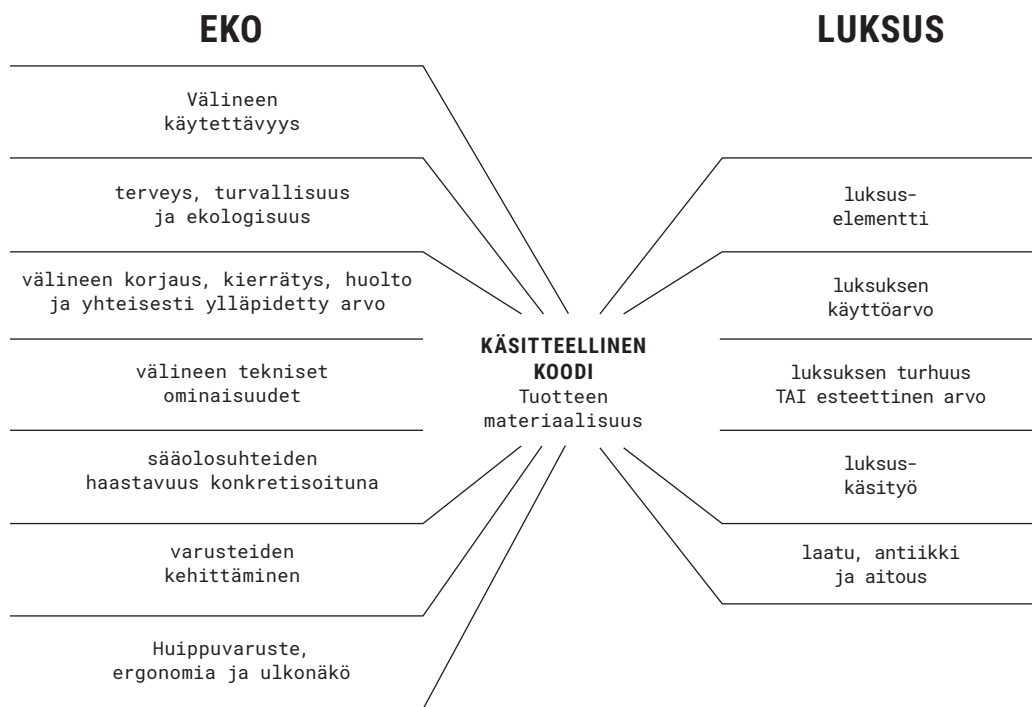
Glaser (1978, 55-93; 1992, 81) korostaa klassisessa GT-menetelmässä käsitteellisen tai teoreettisen mallintamisen, analyysin ja lajittelun merkitystä. Ne, kuten muutkin analyysin vaiheet tulisi toteuttaa ajan kanssa, harkiten ja jatkuvasti aikaisempaan aineistoon ja analyysiin verraten. Avoin koodaus muodostaa perustan, jonka päälle selektiiviseen koodaukseen valikoitunut jatkoanalyysin rajausta rakentuu. Analysoijalle tämä voi myös olla haasteellinen vaihe, jossa edetään vain yhteen aineiston osoittamaan suuntaan hyläten kaikki muu avoimessa koodauksessa tuotettu kokonaisuus. Tämä on kuitenkin hetkellistä, sillä avoin koodaus on perusta, johon selektiivisen koodauksen vaiheessa on jatkuvan vertailun nimissä kuitenkin usein palattava. Palaamisen tarkoituksena on tarkistaa ja ehdottaa uusia käsitteellisiä yhteyksiä. Aineistoon palaaminen ei kuitenkaan tarkoita ydinkategorian vaihtamiseen liittyvää hapuilua ja suunnanmuutosta, vaan käsitteiden tarkentamiseksi tarvittavaa koodien ominaisuuksien ja yhteyksien vertailua toisiinsa. Tämän vertailun kautta koodit myös kehittyvät käsitteellisesti. (Glaser, 1978, 56-63.)

Olen analyysissä seurannut klassista glaserilaista menetelmää, jossa ydinkategorian löytämisen edellytyksenä on laaja ja perinpohjainen avoimen koodauksen vaihe. Selektiivisessä koodauksessa voidaan tällöin keskittyä ainoastaan ydinkategorian ja siihen liittyvien käsitteiden ominaisuuksien ja ulottuvuuksien selittämiseen. Tässä tutkimuksessa ydinkategoria on noussut esiin avoimessa koodauksessa, mutta sen käsitteellinen muotoutuminen on jatkunut selektiivisen koodauksen vaiheessa sitä selittävien analyyttisten koodien tarkentuessa. Substantiivisen avoimen ja selektiivisen koodauksen vaiheissa olen nimittänyt **tutkimuksen ydinkategoriaa ruumiillisuudeksi**, mikä on yksinkertaistanut tutkittavien muotoilun kuluttamisen käyttäytymisen selittämistä käsitteellisesti. Selektiivisessä koodauksessa olen keskittynyt ruumiillisuuden ydinkategorian tarkentamiseen edelleen empiirisen aineiston tukemana ja pitkälti substantiivisin käsittein. Ydinkategoriaa keskeisesti tukevat kategoriat ovat olleet 1) muotoilutuotteiden materiaalisuus ja 2) muotoilun kuluttajien rakentamaton materiaallinen toimintaympäristö, pohjoinen luonto. Tuotteiden materiaalisuus ja luonto ovat muotoilun kuluttajan ruumiillisuuteen kategorisesti liitetyt indikaattorit. Ne edustavat ihmisruumiin ulkopuolista ”materiaa” ja ovat siitä syystä tutkimuksen teoriassa käsitteellistetty muotoilun kuluttajan ruumiillisuutta selittäviksi tekijöiksi (ks. Kuvio 5. Pohjoisen muotoilun teorian viitekehys, luku 7.1).

Jatkuvan vertailun menetelmän havainnollistamiseksi lukijalle olen toistaiseksi samaistanut koodit ominaisuuksiksi. Koodiryhmillä olen viitannut substantiivisten ominaisuuksien tai koodien ryhmittelyyn kattokäsitteiden alle. Siirryttäessä analyysissä nyt teoreettiseen koodaukseen ja sen tuottamiin käsitteellisiin kategorioihin, luovun aikaisemmissa luvuissa käyttämästäni ominaisuuden käsitteestä merkityksessä koodi. Teoreettisessa koodauksessa koodi on enemmän kuin ominaisuus. Siihen sisältyy nyt myös empiiristen yksityiskohtien lisäksi indikaattoreita, jotka osoittavat suuntaa, jatkuvuutta, samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia koodin abstrahoituina uusina ominaisuuksina. Teoreettisen koodin sisältö voi olla paljon monimuotoisempi kuin aikaisempien koodausvaiheiden substantiaaliset, empiiristä todellisuutta selittävät ominaisuudet tai niiden ryppäät, joihin olen viitannut koodeja ryhmittelemällä. Indikaattori suunnan osoittamisen käsitteenä kuvaa hyvin koodin abstrahoituja suhteisia ominaisuuksia. (Glaser, 1978, 62.) Koodien ryhmittely tutkimuksen raportointia selkeyttävänä työkaluna jää myös nyt pois. Käsitteellisinä työkaluina ovat vain koodit ja kategoriat, indikaattoreiden viitatessa koodien sisäisiin suhteisiin.

Esimerkkinä teoreettisen koodauksen vaiheesta otan esille tuotteen materiaalisuuden, joka vahvana käsitteellisenä koodina tukee tutkimuksen ydinkategoriaa ja alakategorioita. Avoimen ja selektiivisen koodauksen vaiheissa ekologisuusaineistossa esiintyi *välineen käytettävyyden* -koodi, jonka alaiseksi nousi ekologisen teknologian indikaattori. Se täydentää *luksuksen käyttöarvo* -koodin alla esiintynyttä indikaattoria käsityön laatu (Kuvio 3.). Kuviossa 3. näkyvillä ovat ainoastaan substantiiviset koodit ilman indikaattoreita.





**Kuvio 3. Koodiryhmien *LUKSUS: luksus ja muotoilu* sekä *EKO: ekologinen muotoilu* jäsentyminen käsitteelliseksi koodiksi *Tuotteen materiaalisuus*.**

Teoreettisen koodauksen vaiheessa *LUKSUS: luksuksen käyttöarvo* ja *EKO: välineen käytettävyys* -koodien samankaltaisuus ovat minulle analysoijana esillä osoittamassa koodien kiinteää yhteyttä ja niiden sisäistä vaihtelua. Verrattaessa ekologista teknologiaa välineen käytettävyytenä suhteessa käsityön laatuun luksuksen käyttöarvona, ovat ne muotoilun näkökulmasta eri ominaisuuksia. Teoreettisessa koodauksessa nämä aikaisemmin erillisiksi ominaisuuksiksi luoittelemani käytettävyyden ja käyttöarvon yksityiskohdat kuitenkin indikaattoreina tukevat nyt toisiaan. Eroavaisuuksien korostamisen sijaan ne osoittavat käsitteellisen *tuotteen materiaalisuus* -koodin mukaisten indikaattoreiden sisäistä vaihtelua. Teoreettisen koodin merkitys ei tämänkaltaisten indikaattoreiden vaihtelusta tällöin muutu, jolloin koodin käsitteellisellä tasolla jo voidaan sanoa saavuttaneen saturaa-tion ja selittävän *tuotteen käytettävyyttä ja käyttöarvoa* monipuolisemmin. Tällainen **käsi-te-indikaattori -mallin** mukainen vertailu terävöittää koodia sen lopulliseen todennettuun muotoonsa saakka. (Glaser, 1978, 61-64.)

Koodien sisäinen ja koodien välinen vertailu on tuottanut aikaisemman koodi-ryhmittäisen jäsenyyksen tilalle nyt käsitteellisesti vahvemman jäsenyyksen teoreettisen viitekehysten tueksi. Edelliset esimerkkikoodit tuotteen käyttöarvosta ja käytettävyydestä



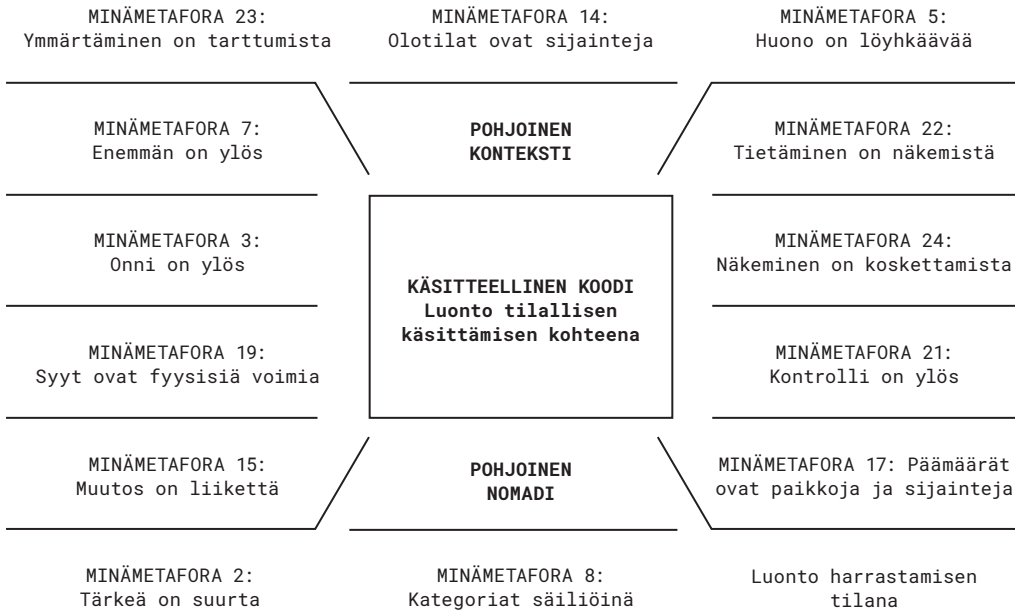
ovat paikantuneet käsitteelliseen koodiin *tuotteen materiaalisuus* (Kuvio 3.), jonka lähtökohdat ovat koodiryhmissä *luksus ja muotoilu* (luku 6.1.1.1) sekä *ekologisuus muotoilussa* (luku 6.1.2.1). Ekologisuusaineiston selektiivisessä koodauksessa teknologia-indikaattorin huomiointi käytettävyyden arvioinnissa nosti esille uudelleen myös koodin *välineen tekniset ominaisuudet*, joka luksusaineiston avoimessa koodauksessa ei vielä osoittanut kovin merkityksellistä yhteyttä muotoilun kuluttamisen ruumiillisuutta korostavaan teorian ytimessä. Tämä ja kuviossa 3 esitellyt muut keskeiset koodit ovat käsitteellisesti jäsentyneet nyt omaksi kategoriakseen *tuotteen materiaalisuudesta*, jonka tehtävänä on osaltaan selittää ja täsmentää tutkimuksen ydinkategoriaa selittävää muotoilun kuluttamisen ruumiillisuutta muiden alakategoroiden tavoin.

Näyttäisi siltä, että selektiivisen koodauksen vaiheen tuottama kolmen koodiryhmän mukainen tarkastelu olisi myös käsitteellistymässä kolmeksi kategoriaksi. Selektiivisessä koodauksessa muotoutuneet koodiryhmät *ekologinen muotoilu*, *vapaa edelläkävijyys* sekä *luonto ja kulttuuri* käsittävät ne keskeiset koodit ja käsitteet, joista ruumiillisuus muotoilun kuluttamisen ytimenä jäsentyy lopulliseen muotoonsa teoriana pohjoisesta muotoilusta.

Edellisissä luvuissa keskeisenä koodina olen esitellyt vapaata kuluttamista käsittäen *vapaan ylellisyyskäsitteksen* ja *vapaan edelläkävijyyden*. Aineistosta esiin nousseena ominaisuutena vapaus on tarkoittanut tutkittaville vapaa-ajan toiminnan kautta yhteiskunnallisista, sosiaalisista ja kulttuurisista määritelmistä vapaata toimintaa, mutta myös vapaata yksilöllistä kuluttamista, jossa kuitenkin korostetaan aineettomia arvoja kuten yhteisiä hetkiä ja aikaa perheen, ystävien ja harrastuskavereiden kanssa. Aineettomaksi arvoksi alun perin käsitteellistämäni vapaus edellä esitetyissä muodoissaan on lopulta selitettävissä vahvoina ruumiillisina kytköksinä niin tuotteiden kuin luonnonympäristönkin materiaalisuuteen ihmisten aktiivisessa ”vapaassa” toiminnassa. Vuorovaikutussuunnittelun terminologiaa lainatakseni ihmisruumis toimii ikäänkuin käyttöliittymänä muotoilun materiaalien kuten kuitujen, puun, muovin tai metallin sekä ”luonnon” materiaalien (vrt. luonnonmateriaalit) kuten veden eri olomuotojen, lämpötilojen, kallio- ja maaperän, kasviston ja jopa eläinkunnan välissä. Aineistossa luonnonmateriaalien kuten puuvillan, silkin ja villan käsittäminen ylellisiksi materiaaleiksi on selitettävissä ruumiillisesti niiden kinesteettisesti koetulla miellyttävyyden tunnolla iholla.

Tuotteen materiaalisuuden lisäksi toinen tutkimuksen ydinkategoriaa ja alakategorioita tukeva vahva käsitteellinen koodi on luonto. Esimerkkinä teoreettisen koodauksen vaiheesta otan vielä lyhyesti esille myös luonnon materiaalisuuden vahvana käsitteellisenä koodina, joka tukee tutkimuksen ydinkategoriaa ja alakategorioita, ruumiillisuutta, muotoilun kuluttamisen prosessia ja kestävästä kuluttamisesta tavoitetta osana pohjoisen muotoilun teoriaa. Edellisen *tuotteen materiaalisuus* -koodin tavoin luonto materiaalisena entiteettinä on käsitteellistynyt koodiksi *luonto tilallisen käsittämisen kohteena* (Kuvio 4.), jota tarkastelen yksityiskohtaisemmin luvussa 7.1.2. *Luonto muotoilun kuluttajan tilallisen käsitteellistämisen kohteena*.

Kielitoimiston sanakirjan (2020) mukaan luonto tarkoittaa ensisijaisesti maaperää, vesi- ja ilmakehää kasveineen ja eläimineen sekä vain vähän tai ei ollenkaan ihmisen muokkaamaa elinympäristöä. Lisäksi kielitoimisto mainitsee luontona toissijaisesti ihmisen ja kolmantena esineet, joiden suhde ”luontoon” ilmenee niiden luonteena. Esimerkkeinä ensisijaisesta luonnosta ovat elävä vastaan eloton luonto, karu vastaan rehevä luonto, Arktinen, trooppinen ja Suomen luonto, talvinen tai kesäinen ja viheriöivä luonto, sekä veden kiertokulku luonnossa. (Kielikone MOT, Kotimaisten kielten tutkimuskeskus, 2020.)



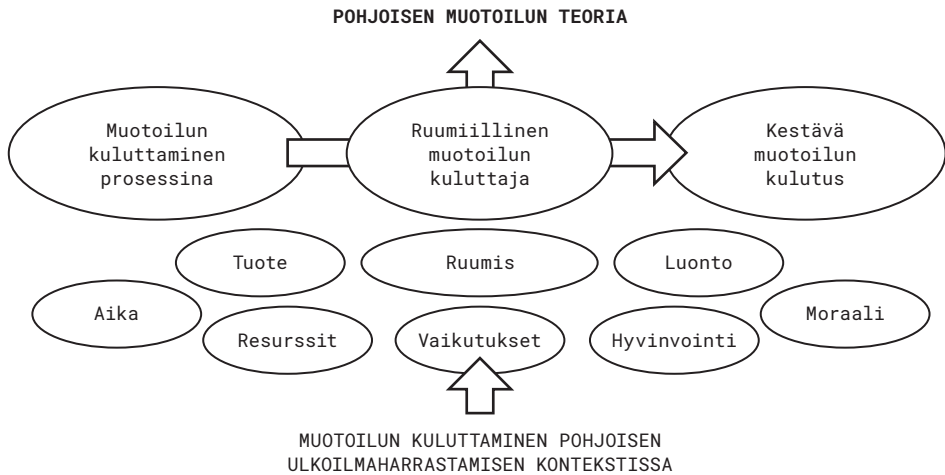
**Kuvio 4. Käsitteellinen koodi *Luonto tilallisen käsittämisen kohteena*.**

Luontoympäristön tarjoamien ”luonnon” materiaalien kuten veden, lumen, kylmän, kuuman, kiven- tai puunkovan, sammalen pehmeän tai ruohon vihreän kinesteettinen tunteminen selittää muotoilun kuluttajan käsitystä ekologisuudesta. Se, miltä luonto tuntuu, yhdistyy käsityksiin siitä, miten luonto säilyy ja miten kuluttaminen on ekologista ja luontoystävällistä. Toiminnallisuus ja vuorovaikutus luonnon ja sen materiaalisuuden kanssa vahvistaa ruumiillisia tuntemuksia ja siten vaikuttaa käsityksiin kestävästä toiminnasta luonnossa ja luonnon kanssa.

## 7 POHJOISEN MUOTOILUN TEORETTISET KÄSITTEET

### 7.1 Teoreettinen viitekehys

Tässä luvussa esittelen lyhyesti tutkimuksessa tuotetun pohjoisen muotoilun teorian viitekehksen. Teoreettinen viitekehys palastellaan empiirisiksi tuloslukuiksi viitekehyksessä esitellyn kolmivaiheisen muotoilun kuluttamisen perusmallin ja lopullisen pohjoisen muotoilun teorian eli tutkimuksen ydinkategorian mukaisesti (Kuvio 5.).



**Kuvio 5. Pohjoisen muotoilun teorian viitekehys.**

Kolmiosaiseen muotoilun kuluttamiseen perusmalliin kuuluvat muotoilun kuluttamisen tarkastelu prosessina (luku 7.2), muotoilun kuluttamisen perustekijät (luku 7.3) ja kestävä muotoilu muotoilun kuluttamisen tavoitteena (luku 8). Lopullinen teoria esitellään luvussa 9 *Pohjoisen muotoilun teoria*. Kaikissa luvuissa keskeisinä selittävinä tekijöinä ovat tutkimuksen vahvat käsitteellistykset ruumiillisuudesta, tuotteen materiaalisuudesta sekä luonnon materiaalisuudesta ja tilallisuudesta. Kuviossa 5 ne ovat mallin keskellä, osana ruumiillisen muotoilun kuluttajan kategoriaa.

Muotoilun kuluttamisen perustava prosessi eli tutkimukseni mukaan tutkittaville keskeisin käyttäytymisen malli on selitettävissä ankkuroidun teorian mukaisella tuloksella, ydinkategorialla pohjoisesta muotoilusta. GT-menetelmässä ydinkategorian eli ankkuroidun teorian tehtävänä on selittää tutkittavien keskeistä käyttäytymistä suhteessa tutkijan tutkimukselleen asettaman yleisen tason kysymykseen siitä, miten he käyttävät ja kuluttavat muotoilua. Käyttäytymistä on GT- menetelmän mukaan selkeintä jäsentää ja selittää prosessin muodossa. Tässä tutkimuksessa tämä prosessi on sosiaalipsykologinen (Glaser, 1978, 102-103).

Luku 7.2 *Muotoilun kuluttaminen prosessina* käsittelee muotoilun kuluttamista tilanteisiin, tiloihin ja toimintaan sidottuna tapahtumana. Prosessia tarkastellaan yksinkertaisena, luurankomaisena mallina tapahtumien yleisestä luonteesta, jonka ympärille teorian muut osat tuottavat sisällön eli metaforisesti ilmaisten ”lihan luiden ympärille”. Muotoilun kuluttamisen prosessia ja muotoilun kuluttajaa ruumiillisesti ajattelevana toimijana tarkastellaan luvuissa 7.2. ja 7.3 vielä hieman irrallaan muotoilun kuluttamisen tavoitteista (luku 7) ja varsinaisesta pohjoisen muotoilun teoriasta (luku 9). Toisin sanoen, muotoilun kuluttamisen prosessin ja ruumiillisesti ajattelevan kuluttajan tarkastelua tehdään yleisellä tasolla, minkä jälkeen prosessia ja ruumiillista kuluttajaa käytetään käsitteellisinä työkaluina tarkasteltaessa muotoilun kuluttamisen tavoitetta. Lopulta tuotetaan teoreettinen malli selittämään muotoilun kuluttamista ja käyttäytymistä (luku 9).

Muotoilun kuluttaminen prosessina on ruumiinteoreettisesti ja -metaforisesti ihmisen liikettä tilassa. Ihminen tuottaa myös muuta kuin omaa liikettään. Hän liikuttaa ja manipuloi materiaa tilassa. Lisäksi tiloissa liikkuvat myös muut objektit. Myös tila voi liikkua. Ulkoilmaharrastamisen tilassa, pohjoisessa luonnossa liikkuvat erityisesti luonnon materiaalit ja objektit. Kaikki tämä itsen ja toisiin objekteihin kohdistuva liike tuottaa ihmiselle käsityksen ajasta, kuten käsityksen muotoilun kuluttamisesta prosessina. Yksikertaisimmillaan tämä prosessi, esimerkiksi hiihtovaellus koostuu kolmesta vaiheesta, lähtötilasta, pääprosessista ja päätösvaiheesta. Liikkeellä tilassa ja suhteessa objekteihin on vaikutuksensa muuhunkin kuin ajan käsittämiseen. Se muuttaa liikkuvia ja liikuteltavia objekteja resursseiksi. Näin käy myös ajalle, jolla pohjoisen kontekstissa on omat ilmene- mismuotonsa ruumiillisen muotoilun kuluttajan keskeisenä resurssina.

### 7.1.1 Ruumiillinen muotoilun kuluttaja

Muotoilun ja taiteen alan tutkimuksessa yleisestikin viitataan usein Dewey’yn ja Merleau-Pontyyyn, joiden filosofisten teorioiden keskeisenä ajatuksena on ollut käsitys ruumiillisesta kokemisesta kaiken merkityksellisen ajattelun, tietämisen ja viestinnän perustavana lähtökohtana (Lakoff ja Johnson, 1999, xi). Lakoff ja Johnson’n (1999, 37) mukaan ruumis on edellytys ajattelulle, mikä on hyvin äärimmäinen näkökulma suhteessa niihin

käsityksiin, joissa vasta myönnetään mielen yhteys ruumiiseen. Kognitiotieteen avulla on vastattu yleensä filosofisina pidettyihin kysymyksiin siitä, miten mieli on synnynnäisesti ruumiillinen ja miten ajatus on useimmiten tiedostamaton, tai miten abstraktit käsitteet ovat suurimmaksi osaksi metaforisia (Lakoff & Johnson, 1999, 3). Lakoff ja Johnson (1999, 12) käyttävät termiä kognitiivinen rikkaimmassa mahdollisessa merkityksessä kuvaamaan mitä tahansa mentaalista operaatiota ja rakennetta, joka on sidoksissa kieleen, merkitykseen, havaitsemiseen, käsitteellisiin järjestelmiin, ymmärrykseen ja järkeen.

Lakoff ja Johnson'n (1999, 256) mukaan minkä tahansa filosofisen tai tieteellisen teorian ydin on perimmältään empiirinen. Tällaista filosofiaa voidaan näin ollen kutsua empiirisesti edesvastuulliseksi filosofiaksi (Lakoff & Johnson, 1999, xi). Empiirisesti edesvastuullisen filosofian mukaan ei ole olemassa tietokoneen kaltaista ihmistä, jonka mieli olisi kuin tietokoneohjelma, ja sellaisenaan kykenevä työskentelemään millä tahansa tietokoneella, tai ihmisestä puhuttaessa millaisessa neuraalisessa laitteistossa tahansa. Mieltä ei voi siirtää ruumista toiseen, koska se ei ole siitä irrallinen. Ihmisen mieli ei siis ole koneen kaltaisesti kykenevä johtamaan merkityksiä poimimalla merkityksettömiä symboleja *inputtina*, manipuloimaan niitä jonkin säännön mukaisesti, ja antamaan merkityksettömiä symboleita ulos *outputina*. Todellisilla ihmisillä on ruumiilliset mielet (engl. embodied minds), joiden käsitteelliset järjestelmät syntyvät, muokkautuvat ja tulevat merkityksellisiksi elävien ihmisruumiidensa kautta. Ihmisaivojen neuraaliset rakenteet tuottavat käsitteellisiä järjestelmiä ja lingvistisiä rakenteita, joita ei voi riittävän hyvin selittää sellaisina formaaleina järjestelminä, joiden tehtävänä olisi ainoastaan manipuloida symboleja. (Lakoff & Johnson, 1999, 6.)

Sisäinen elämä ja sen metaforisen järjestelmän yleinen rakenne perustuu jakoon subjektin ja yhden tai useamman minän välillä. *Minä* on ruumiinfilosofiassa olemassa usempana kuin yhtenä versiona. *Subjekti* on tietoisuuden, subjektiivisen kokemuksen, järjen, tahdon ja olemuksen keskittymä, kaiken sen mikä tekee meistä sen, mitä uniikisti olemme. *Minät* koostuvat kaikesta muusta meissä - ruumiistamme, sosiaalisista rooleistamme, historiastamme ja niin edelleen. Se, mikä on filosofisesti tärkeää, on sen osoittaminen, että ei ole yhtä yhtenäistä käsitystä ihmisen sisäisestä elämästä. Ei ole yhtä subjekti-minä erontekoa. Niitä on monta. Ne kaikki ovat metaforisia, eikä niitä voi palauttaa mihinkään yhteen faktuaaliseen käsitykseen subjektista ja minästä. (Lakoff & Johnson, 1999, 268.) **Näiden filosofisten ajatusten puitteissa lukija voi paikantaa myös sosiaalisen toiminnan ja käsitteellistämisen merkitystä ja sijoittumista ihmisen subjektiivisessa ja ruumiillisessa kokemisessa.**

Gularin (2015) mukaan Lakoff ja Johnson'n (1980, 5) tulkinta siitä, mitä metafora tarkoittaa, on yhden asian ymmärtämistä ja kokemista toisen asian avulla tai kautta. Lakoff ja Johnson (1999, 543) määrittelevät metaforan työväliseksi asioiden ymmärtämiseen tavalla, jotka on sidottu ruumiilliseen, elettyyn kokemukseen. Järjellä ei tällöin oleteta olevan ruumiista irallista, läpinäkyvää ja täysin tietoista luonnetta, jolloin metaforat ovat ne keinot,

joiden avulla ihminen voi ymmärtää abstrakteja alueita (Lakoff & Johnson, 1999, 543).

Casakinin (2007) mukaan muotoilussa käytetyt metaforat palvelevat uusien ideoiden, ongelmanratkaisun ja luovuuden herättämisessä (Gulari, 2015, 2). Ikoninen esimerkki tästä on kaikkialle levinnyt ja käytössä oleva ”työpöytä” (engl. desktop) metafora, jonka hyödyntämisestä kertovat lukuisat muutkin toimistoympäristöstä tutut elementit kuten tiedostot, kansiot ja roskakorit, jotka on siirretty digitaalisiksi konstruktioiksi osoittamaan sitä, miten käyttäjät ovat vuorovaikutuksessa informaation kanssa (Gulari, 2015).

Mieli voidaan käsitteellistää ruumiiksi Sweetserin (1990) mukaan hyvin perustavalla ruuminjärjestelmällisellä kartoituksella ja metaforalla siitä, että **ajattelu on fyysistä** toimintaa. Ideat ovat kokonaisuuksia, joilla on itsenäinen olemassa olonsa, jolloin idean ajattelu on fyysistä toimintaa suhteessa itsenäisesti olemassa olevaan fyysiseen kokonaisuuteen. Ajattelulla fyysisenä toimintana on neljä laajaa erityistapausta, joita käsittelem seuraavissa luvuissa tarkemmin. Ne ovat **ajattelu liikkumisena, havaitsemisena, syömisenä ja objektien manipulointina**. (Lakoff & Johnson, 1999, 235-236.)

Ilona: [--] Mutta sitten toinen ajatus minkä mä oon aina liittäny golffiin ihan ehkä vieläkin enemmän on kyllä siis ihan sit lajiin liittyvä tämmönen haasteellisuus. Mä oon aina jotenkin tiedostanu hyvin selkeesti ja ja siitä lähtien sit hyvinkin konkreettisesti ku ite on mailaan tarttunu että tämä on vaativaa! Mut jotenkin semmonen, että et se on niinkun tekninen laji ja se on haasteellinen laji ja siinä ei oikeestaan koskaan ihminen tuu valmiiksi tai en osaa kuvitella et joku sanos että nonni! Tää oli tässä ja tää on niinku hallinnassa ja näin että. Et se on se toinen asia että mä oon aina pitäny sitä vaativana (.) lajina.

(Naisgolfareiden haastattelu, Helsinki)

Fyysisistä objekteista kiinni pitäminen, koskettaminen ja niiden manipulointi on jotain, minkä ihminen oppii ensimmäisenä ja mitä hän elämässään eniten tekee. Pystyäksemme kontrolloimaan objekteja, täytyy meidän oppia kontrolloimaan myös ruumistamme. Nämä molemmat hallinnan muodot opimme yhtäaikaaisesti. Minä-kontrolli tai itsehillintä ja objektien hallinta ovat erottamattomia kokemuksia jo varhaisimmasta lapsuudesta alkaen. Yleisin tapa hallita objektia, on käyttää voimaa sen liikuttamiseen. Tämä pätee sekä ihmisen omaan ruumiiseen fysikaalisena objektina, että ruumiin ulkoiisiin objekteihin, jolloin ensimmäisestä voidaan myös käyttää nimitystä sisäisen vaikutuksen metafora. Tuloksena sisäisestä vaikutuksesta on käyttää voimaa myös oman ruumiillisen minän ja sen osien liikuttamiseen, jolloin ”Itsehillintä on subjektin hallitseman minä-objektin pakotettua liikettä”. Yksikertaisemmin ilmaisten ”Itsehillintä on objektien hallintaa”, mikä kiteytyy esimerkiksi metaforisessa ilmauksessa ”Nostin käteni ylös”. Tämä voidaan periaatteessa myös ajatella siten, että toinen käsi nostaa toisen käden ylös sen sijaan, että saat kätesi

nousemaan, jota lauseella metaforisesti kuitenkin tarkoitetaan oman ruumiin hallinnan harjoittamisen näkökulmasta. Oma käsi on objekti, johon kohdistetaan pakotettua liikettä. (Lakoff & Johnson, 1999, 270-271.)

Seuraavassa katkelmassa tämä oman ruumiin hallinnan ja oman subjektiivisesti mielletyn ruumiillisen toiminnan tarkoituksenmukaisuuden ja tarpellisuuden tarkastelun näkökulma avaa uusia puolia luksuspalvelukokemuksesta eri kulttuureissa:

Haastattelija: Tuleeko palveluista mieleen jotaki vielä jotain?  
Pertti: (2) No ei nyt sillä taval suoraan mutta sen sanon et tuol ulkomailla ku oon liikkunu muutamis niin sanotuis sellasis luksussatamissa ni [--] Majorcallaki jossain ni joku kaupungin satama saatto olla nyt vaikka ehkä kakstoist euroo yö ni sitten kalleimmat missä tuli käytyy ni oli ehkä sit vaikka nyt sanotaan satakakskyt euroo (.) ja olihan ne upeita ja niitten ne saniteettitilat ni se oli minun mielest turhaa että yhdes paikkaa kun olin ni sit oli todella ku vanhalla Kaivohuoneella et ko olit käyny asioilla ja tulit pesee käsiä ni sitten tuli sellanen täti huiskan kanssa siellä ja putsas olkapäitä teepaidalta ko meikäläinen [--] oli teepaidas, mut ni sellanen alkaa olee mun mielestä jollei ny ylellisyyttä ni ainakin turhaa (Miespurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Glaserin (1978, 74-82) esittelemä lista ankkuroiduissa teorioissa löytyvistä kategorioista sisältää myös minä-identiteettiin liittyvät käsitteellistykset. Minä-imago, itsenäisyys, identiteetti, itsensä toteuttaminen ja minän muutokset ovat selittämässä usein teorian ydinkategorioita. Minään tai identiteettiin liittyvät toiminnalliset ulottuvuudet ovat teoriassa usein hyvä todeta, koska niitä aineistoissa usein esiintyy, ja identiteettiä koskevaa käsitteellistystä on kirjallisuudessa paljon. (Glaser, 1978, 76.) Tässä tutkimuksessa minään liittyvät toiminnalliset ulottuvuudet ovat ruumiillisen käsitteellistämisen näkökulmasta keskeisiä, sillä valtavirran mukainen käsitys muotoilun kuluttajasta perustuu edelleenkin tulkintoihin erillisestä mielestä ja ruumiista sekä jaottelun mukaisesta käsityksestä siitä, mitä on inhimillinen ja sosiaalinen käyttäytyminen.

Muotoilun kuluttamisen käyttäytyminen on perustavana sosiaalipsykologisena prosessina hyvin keskeisesti yhteydessä materiaalisiin elementteihin. Muotoilun kuluttamisen prosessin yhtenä selittävänä tekijänä ovat tuotteet, jotka ruumiillisen muotoilun kuluttajan ja tilallisesti käsitetyn luonnon lisäksi ovat ohjanneet teorian ydinkategorian esille nousua ja rakentumista luvuissa 6.1.1.1 *Luksus ja muotoilu* sekä 6.1.2.1 *Ekologinen muotoilu*. Tästä syystä en ota tuotteen materiaalisuutta tarkastelun kohteeksi enää tässä yhteydessä, vaan siirryn ruumiillisen muotoilun kuluttajan tarkastelusta seuraavassa luvussa käsittelemään luontoa muotoilun kuluttajan tilallisen käsitteellistämisen kohteena.

## 7.1.2 Luonto muotoilun kuluttajan tilallisen käsitteellistämisen kohteena

Tutkimuksen empiirisen viitekehyksen ytimessä on luonto ja ulkoilmaharrastaminen. Nämä ovat asemoituneet muotoilun tutkimuksen mukaiseksi ytimeksi ja osaksi laajempaa empiiristä kehystä, suomalaista muotoilua (Kuvio 1.). Tutkimuksen aineistonkeruuvaiheessa luonto harrastusympäristönä ei kuitenkaan ollut keskeisin empiirisen aineiston rajaaamista määrittelevä tekijä. Luonto asemoitui empiirisen viitekehyksen keskikehälle itsestään ja ”luonnostaan” samalla, kun kohderyhmien rajaus keskittyi ylellisiin harrastuksiin ja niiden harrastajiin, ja kun tutkimukseen kutsuttiin osallistumaan golfin, purjehduksen ja metsästyksen harastajia. Luonnon keskeinen merkitys lopullisessa ankkuroidussa teoriassa yllätti. Olin kenties otaksunut tutkimukseni tuottavan tulokseksi jotain harrastusyhteisöjen sosiaaliseen asemoitumiseen tai muotoiluestetiikkaan liittyvää teoretisointia. Ruumiillisuus tutkimuksen ytimessä on ollut haaste, johon aineiston niin osoittaessa oli perehdyttävä. Ruumiillisuuden teoretisoinnissa luonto materiaalisena toimijana seurasi vahvasti mukana:

Heikki: Joo kyllä sellanen haaste, haaste, tietenki ku meillä niin sanottu eettinen taso on vielä niin korkea, että meillä ei ole metsästystarhoja eikä kesyjä eläimiä ei metsästetä, eikä aitauksessa metsästetä, vaan ne ovat viljejä, vapaita eläimiä, niillä on mahdollisuus paeta ja, ja edellyttää tietoa ja taitoa metsästäjältä, että sen saaliin sitten voi yleensäkin saada. Että tämä, se on semmonen, (.) siinä, siinä mitataan se taito, sitten se on jännittävää, se on mielenkiintosta ja jännittävää ja ne virheetki mitä sitten tekee, kun epäonnistuu, niin se on juuri se, että ei ollenkaan ole aina varmaa se saaliin saanti, niin se on se suola, siinä että voi kehittyä, voi kehittää ampumataittoa, metsästystaittoa, ja taitoa hiipiä lintuhaukulle tai hirvihaukulle, se on niinku haastellista. Minua kiinnostaa luonto, luonto, niinku suurena kokonaisuutena kaiken kaikkiaan, se luonnon kirjan luku ja havaintojen teko aivan pikkusista sittiäisistä lähtien ni, joskus tulee istuskeltua, kateltua että mihinkähän nuoki muurahaiset kaikki on kun niillä niin systemaattista tuo, tuo, niinku siinä mennee niillä polku että, kuka- miksikähän, miksikähän tuo järjestys on tuommonen.

(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Käsityksemme siitä mikä on totta, on ratkaisevasti riippuvainen ruumiistamme ja erityisesti sensorimotorisesta järjestelmästäemme, joka mahdollistaa meidän havaita, liikkua, hallita ja manipuloida ympärillämme olevia kohteita. Lisäksi käsityskykymme on riippuvainen yksityiskohtaisesta aivojemme rakenteesta, jota ovat muovanneet niin evoluutio kuin kokemuksemmekin. Jokainen elävä olento kategorisoi, jopa ameebat kategorisoivat kohtaamiansa



asioita asteikolla ruoka ja ei-ruoka. Tämän kategorioinnin perusteella ne liikkuvat kohdetta kohti tai siitä pois päin. Eläimet luokittelevat ruokaa, saalistajia, mahdollisia kumppaneita ja oman lajinsa edustajia kuten ihmisetkin. (Lakoff & Johnson, 1999, 17.)

”Kategorisoimme siten kuin kategorisoimme, koska meillä on sellaiset aivot ja ruumiit kuin ovat, ja koska olemme vuorovaikutuksessa maailman kanssa siten kuin olemme. Ensimmäisin ja tärkein asia kategorisoinnin ymmärtämisessä on, että se on väistämätön seuraus biogisesta rakenteestamme. Olemme neuraaleja olentoja.”  
(Lakoff & Johnson, 1999, 18.)

Kategorisointi on inhimilliselle toiminnalle ja ajattelulle luontainen tapa järjestää asioita ymmärrettävään muotoon myös arkisessa toiminnassa. Se ei ole pelkästään tutkimuksessa hyväksyty huomattu tapa kertoa, mistä on kyse. Inhimillisen toiminnan perustavalla tasolla kategorisointi ei suurelta osin ole tietoisien järjelyjen tuote kuten se on tutkimuksen käytännöissä. (Lakoff & Johnson, 1999, 18.)

Pieni prosenttiosuus kategorioistamme on muodostunut tietoisella kategorisoinnilla, mutta suurin osa on muodostunut automaattisesti ja tiedostamattomasti maailmassa toiminnan tuloksena. Vaikka opimme uusia kategorioita säännöllisesti, emme pysty tekemään massiivisia muutoksia kategoriajärjestelmiimme tietoisella uudelleenkategorisoinnilla. Emme myöskään ole kykeneviä saavuttamaan täyttä tietoisuutta siitä, miten kategorisoimme. Näin ollen ihminen ei siis myöskään kykene ”menemään kategorisoinnin” ulkopuolelle ja saamaan täysin kategorisoimattomia ja käsitteellistämättömiä kokemuksia. (Lakoff & Johnson, 1999, 18-19.)

Useimmat kategorioista ovat asteittaiseen vertailuun perustuvia (esim. pitkät ja lyhyet ihmiset), jolloin luokittelemme käsitteitä kuvailemaan asteikkoja muun muassa äärimmäisille, normaaleille tai melko normaaleille tapauksille. Näitä voidaan kutsua myös lingvistisiksi kärjiksi kuten esimerkiksi erittäin, melko, jokseenkin, tuskin jne. Jotta voisimme välttää kärjistäviä erotteluja, kehitämme eräänlaisia olemusprototyyppisiä, jotka käsitteellistävät kategorioita ikäänkuin ne olisivat tarkkaan määriteltyjä ja minimaalisesti toisistaan erottuvia. Kun käsitteellistämme kategorioita tällä tavalla, kuvittelemme ne usein tilallisina metaforina, ikäänkuin ne olisivat säiliöitä, joilla on sisä- ja ulkopuoli sekä rajat. Samalla kun käsitteellistämme kategoriat säiliöinä, määritämme niille monimutkaisia hierarkkisia järjestelmiä muun muassa niin, että osaan niistä kuuluu edelleen säiliöiden sisäisiä säiliöjärjestelmiä. Kategorioiden käsitteellistäminen säiliöinä vähentää tarvetta käsitellä kategorioita hierarkkisina järjestelminä. Säiliöjärjestelmä tasoittaa kategorioiden rakenteita ja epäselviä rajoja kategorioiden välillä. Lisäksi se piilottaa käsitteellisiä prototyyppisiä. Jokainen mentaalinen käsite, ajatus tai rakennelma toteutuu aivojen neuraalisissa verkostoissa, minkä vuoksi siis myös käsitteelliset järjestelmät ovat erittäin vahvasti ruumiillisia. Mutta vieläkin syvällisempi merkitys käsitteiden ruumiillisuudessa on niiden ominaisuus ja kyky sitoutua yhteen siten, että ne tuottavat päättelyä.

Ruumiillistunut käsite on neuraalinen rakenne, joka on todellinen osa aivojemme sensorimotorista järjestelmää. Suuri osa käsitteellisestä päättelystämme on sen vuoksi sensorimotorista päättelyä. (Lakoff & Johnson, 1999, 20.)

Haastattelija: Joo elikä missäs teillä oli ne ruuat kuljet- [tuolla oliko ne jossaki?

Petteri: eli no] meillä oli yks iso muovilaukku jossa oli kaikki ja sitten oli pieniin litran pakastepusseihin tai minikrippeihin [(Minigrip)

Kerttu: mm] pakattu sitä ai- aina [alustat

Petteri: alustat] eli se on osa sitä valmistelutyötä sitten taas se ruokien pakkaaminen just että

Haastattelija: Siinä oliko (2) tuo ahkionki pakkaaminen (1) et aikamoista organisointia sinänsä, näkykö sitä tässä ((etsii videopätkää tiekoneelta ja katsotaan yhdessä)) [--] Ja miten eh- kun ne pakkaa ne varusteet [eri värein että] löytää helpommin pakattuina?

Kerttu: niin ((myös Petteri myöntelee)) ja sitä me ollaan monesti kirottu ku monet alusvaatteet ni on tummat tai siis yleensä suositaan et on tummia värejä, tumman sinistä ja mustaa. Nykyään on alkanu tulemaan muitakin värejä mut se kaikki muu mikä pitää sieltä pakkauspussin pohjalta tonkia ja sitten kun niistä ei saa ikinä selvää että mikä näistä nyt on se paita ja mikä näistä oli se [ja aluspaita ja kaikki tämmöset niinku (1) niin semmoset pienemmät vaatteet niin aina kaipais että ne ois ((naurahtaa)) eri väriset ku tietäis heti että ei tuolla oo mun paitoja että

Petteri: sukkaa ja pipoa ei toisistaan erota eikä aluspaitaa]

Antero: Mieluummin että housut on siniset ja paita punanen ku että ne sopii täsmälleen värisävyyen

Kerttu: niin ((painokkaasti))

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Edellisen kaltaisia varusteiden pakkaamisen tapahtumia on aineistossa paljon. Usein tutkitavat olivat myös päätyneet videoimaan matkalle lähtöä valmisteluineen ja pakkaamisineen, jolloin niihin palaaminen keskusteluissakin oli helppoa. Tutkimusaineiston analyysin alkuvaiheessa vahvasti esille noussut varusteiden pakkaamisen merkityksellisyys ja osin ongelmallisuuskin otettiin konkreettiseksi muotoilun kohteeksi ekologisten innovatiivisten tuotteiden sovelluksia kehittävässä *SuMac* -tutkimushankkeessa (luku 3.1.2). Teollisen muotoilun opiskelijoiden työstettäväksi tuli konseptoida ratkaisuja hiihtovaelluksille ja ahkion pakkaamiseen. Tuolloin, vuosia ennen tässä tutkimuksessa esittelemääni tutkimuksen teoreettista ydintä päätyivät teollisen muotoilun opiskelijat käyttäjien ongelmia ratkaistessaan muun muassa säiliöpakkaamisen konsepteihin. Tilallisen hahmottamisen säiliömetaforinen yleisinhimillinen luonne tuli näin ollen todennettua myös muiden kuin

tämän tutkimuksen tekijän toimesta.

Tilallinen ruumiillinen hahmottaminen ja sen seurauksena tilalliset käsitteet ovat tuttuja muotoilun käytännöistä ja menetelmistä, joissa tuotteita mallinnetaan kaksi- ja kolmiulotteisiin tiloihin. Tila-suhteita ilmentäviä käsitteitä on mielekästä tarkastella myös käyttäjän näkökulmasta ja osana muotoilun kuluttamisen käyttäytymistä selittävää ankkuroitua teoriaa. Kognitiivisen lingvistiikan esittämien tulosten valossa ihmiset käyttävät jokseenkin pientä kokoelmaa perustavia käsitelmalleja rakentaessaan monimutkaisempia järjestelmiä ja käsitteellistyksiä muun muassa tilallisista suhteista (Lakoff & Johnson, 1999, 35). Sama peruserä toteutuu kaikissa maailman kulttuureissa ja kielissä. Edellisen kaltainen ruumiillisuuteen perustuvien käsitelmien tilallinen logiikka on niiden logiikan muotojen lähteenä, joita käytämme myös abstraktissa päätelyssä (Lakoff & Johnson, 1999, 3, 25).

Myös luonto tilallisen käsitteellistämisen kohteena jäsentyy edellisen säiliömetaforisen logiikan mukaisesti. Aineistossa esiintyvä käsitteellistys harrastamisesta ”luonnon opettelu”, ”luonnossa liikkumisen opettelu” ja ”luonnon tuntemisena” osoittaa vastaavanlaisten tilallisten ja säiliömetaforisten kategorisointien tuottamista myös luonnosta osana toiminnallista havaitsemista. Luontoa tilallisena säiliönä on aineistossa luokiteltu harrastamisen maantieteellisen sijainnin mukaan kuten missä purjehditaan, golfataan tai vaelletaan. Se, suunnataanko kansainvälisille merille, eteläeuroopan golf-kentille tai Norjan tuntureille luokittelee luontoa harrastusympäristönä metaforisesti monenlaisiin säiliöihin.

Kerttu: mutta tuo Suomen käsivarsi niin se on niin iso tai alueena niin hieno et ja siinä on monia vaihtoehtoja ja (.) se on varmaan semmonen useiten käyty.

Petteri: Ja ite ku on mieltyny tommoseen avomaastoon [ni (.) siihen että näkee, näkee kauas, näkee jopa monen päivän matkan yhdellä silmäyksellä (.) niin jotenkin siihen mieltyy, mut siel sieltä sitä löytyy (1) sitte samat hyvinki Ruottin puolella, löytyy vähä enempiki niitä vaihtoehtoja et Suomessa se Käsivarren alue [(.) ihan kärki.

Kerttu: hmm] hmm]

Haastattelija: Mikäs sitä, pakko kysyä, mikä siitä Perusta teki melkein semmosen että ((naurahtaa)) (ei niinku enää koskaan?)

Petteri: Tavallaan oli aika raskas reissu ja

Kerttu: mm me mentiin linja-autolla Andien halki ((naurahtaa)) etelästä pohjoseen ja ((naurahtaa))

Petteri: viikko bussissa

Kerttu: se oli semmonen, ja vuosisadan mahdataudissa niin se oli kyllä (.) siinä perulaisessa bussikulttuurissa ((naurahtaa ja haastattelija naurahtaa myös)) ni ehkä aavistuksen liian karu kokemus (.) ja et s- tai sanotaanko nii että se vaellus mi- mikä siellä tapahtu nii ei välttämä kompensoinu kaikkea sitä ((naurahtaa)) [vaivaa että mutta että

(1) olihan siellä hienojaki paikkoja tieteenki ja hienoja asioita.  
(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Samoin, se mistä maantieteellisestä paikasta harrastajat tulevat, määrittelee ulkopuolisille kategorisesti mielikuvia tulijoiden taustasta.

Haastattelija: Joutuuko sitä Suomea sitte paljon ää- Suomesta paljon kertomaan siellä ihmisille? Kyselleekö ne site ku saa tietää sen [purjeveneen] lipun?

Marita: Mehän ollaan tuolta Napapiiriltä ja moni moni ei tiiä et mikä on (.) ((nauraa))

Veikko: Ni, nii ne se se siihen kilpistyy ku me sanotaan että me ollaan Helsingistä tuhannen kilometriä [pohjoseen ni

Marita: Pohjoseen]

Veikko: ((huokaisee)) se on kylmä. Jo joo se on ainoo selitys se että ne kaikki yleensä tietää sitte ku tulee Suomesta että ja sitte ku sanoo Lappi -

Marita: [Santaclausland ni sillon haa

Veikko: nii sano- ( )] nii että siellon pitk- et ei oo kesällä ei oo pimiää ja talave- tai kesällä on valosaa ja talavi että se on ihan yö.  
(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Ihmiset tyypillisesti kokevat hallitsevansa itselleen läheisen ympäristön ja olevansa vähemmän kontrollissa vieraisissa paikoissa. *Minä* käsitetään materiaaliseksi säiliöksi, joka määrittelee tutun ympäristön. Ympäristöt, jotka liittyvät omiin rajattuihin eli hallinnassa oleviin tiloihin kuten kotiin, työpaikkaan tai eränkävijälle metsään, ovat tavanomaiseksi käsitettyjä tiloja. Oudossa paikassa oleminen voidaan kokea myös niin, että *minä* ruumiillisesti ei ole hallinnassa. Kun *minä* ei ole hallinnassa, käsitteellistetään se tämän tutun säiliön ulkopuolella olevaksi kuten kotoa, töistä tai metsästä poissaolevaksi. *Minä* on säiliömetaforan ulkopuolelle myös silloin kun se ei ole normaalissa tilassa, jolloin subjektin oletetaan sijaitsevan ruumiissa, päässä, kallossa tai mielessä. Kun esimerkiksi työpaikalla sanotaan jonkun olevan ulkona lounaalla, tarkoitetaan että subjekti ei ole tietoisuuden, järjen ja arvioinnin suhteen paikalla eli hän ei ehkä toimi samoin kuin jos normaalin työminänsä tavoin olisi työpaikalla. (Lakoff & Johnson, 1999, 274.) Pohjoisen ihmisen *minä* voisi pitää tutuna paikkana vaikkapa tunturia:

Reijo: (.) Ja yleensähän niinku maaseuvulla eläminenkihä on semmosta että sitähän niinku, se on parraimmillaan ja sillon ku saa ellää sillä lailla ihan ilimmain mukkaan että, nyt on semmonen sää et nyt tehhään justiin sitä hommaa ja työt saapi jäähä ja sillon ku tuolla tunturissa olin rakennushommisa niin siellä sen huomasi lappalaisista kaikkein

parraitten kun olin rakennustyömualla ni, joku kaunis maanantaiaamu ku oliko niin että nyt olis sitte sopiva keli, niin ne oli kavonnu koko sakki etto(?)hommiin, niit ei ollu kettään siellä ((naurahtelua)) ne saatto olla sen pari viikkoa pois eikä ne kertonu kellekkään mittään, ne oli, heille se nyt tärkeämpää se että nyt oli ilima se että nyt tehään niitä hommia. (.) Ja niinku yleensä ainaki ku minä olen kans vieläki täällä vaikka ni en mie ole mitenkään poromies enkä muuta mutta mie kyllä elän ihan ilimain mukkaan että ja teen sen mukkaan mikä on kivvaa.

(Metsästäjien haastattelu, sekaryhmä II, Rovaniemi)

Väestötiheys on yksi mittari, jolla suomalaisen muotoilun kuluttajan sijoittumista luonnon ympäristöön voidaan tarkastella ruumillisesta ja tilallisesta näkökulmasta. Tilastokeskuksen (2018) mukaan Suomi ei kuitenkaan kuulu maailman harvaanasutuimpiin maihin, joita ovat muun muassa Mongolia, Länsi-Sahara, Namibia, Australia ja Kanada, joissa asumiseen kelpaamattomien alueiden kuten autiomaiden vuoksi asuu vain 2–4 asukasta neliökilometriä kohti. Suomen asukastiheys neliökilometriä kohden oli vuonna 2018 noin 18 asukasta. Maailman väkirikkaimpien maiden kuten Kiinan ja Intian väestötiheys on toista suuruusluokkaa. Kiinan väestötiheys vuonna 2018 oli 152 asukasta/km<sup>2</sup> ja Intian kolminkertainen eli 455 asukasta/km<sup>2</sup>. Pohjoisen ja eteläisen Suomen välillä on tässä myös eroja, sillä Uudenmaan väestötiheys neliökilometriä kohti on 170 asukasta neliökilometriä kohti, kun Lapissa ja Kainuussa neliökilometrillä asuu kahdesta neljään ihmistä. (Tilastokeskus, 2018.)

Suomalaisilla ulkoilmaharrastajilla on siis yleisesti ottaen käytettävissään runsaasti tilaa harrastuksensa parissa toimintaan. Suomalaisille on perinteisesti tuttu ajatus vapaa-ajalla olemisesta luonnossa, mutta kuitenkin niin, että siellä tehdään hyödyllisiä asioita kuten kerätään marjoja (Simula, 2012, 108). Ei ole yllättävää, että myös nykyiset ja nuoremmat aktiiviset kuluttajat ja harrastajat löytävät itsensä luonnonympäristöstä. Luonnossa liikkumisen ja toiminnan lajit tosin ovat saaneet uusia muunnelmia.

Haastattelija: No, harrastatteko te jotaki muuta, muuta lajia sitten tämmösen pyöräilyn lisäksi?

Sami: No mie ajan sillä BMX:llä, semmosella pienemmällä pyörällä. Ja sitten tuota talavisin tulee telemarkkia laskettua aika (.) paljon. Vuorilla ja tuntureilla. Siinäpä ne urheilulajit taitaa ollakin.

Tuukka: No, mulle tuli tänä kesänä niin minicross. Uutena lajina. Talvella on sitten (.) kelekkailtu, jonkun verran.

Rauli: Niin, no joskus aikasemmin, ennen muinoin lumilautaili talavella, mutta nyt justinsa tulitiinki tänne mietiskelin, että ei oo kyllä semmosta talaviharrastusta varsinaisesti pitkään aikaan. Pyörällä ei tuu ajettua talvella, ei tuu oikeen (.) tehtyä hirveesti

mittään. Tuosa aikasemmin tuli käytyä gymillä, mutta (.) sit ku on ollu töissä pari vuotta niin ei sitäkään oo harrastanu vähhään. [--] kävin hiihtelemässä.

Tuukka: Mie panostan enemmän gymille. Hiihtoa tänä talvena vois [--] sata kilometriä tavoitteena.

Rauli: No ei oikeestaan kyllähän mä voisin, vaeltaminen periaatteessa. No, sitäkään nyt ei oo päässy hirveesti tekemään kun sen pari kertaa reissu per kesä mutta oikeestaan oon siihen rahallisesti panostanu kans. Niitä vehkeitä, niihin mennee kans, (.) kengät ja rinkat ja kaikki maksaa tosi paljon. Oikeestaan joo, sen vois sanoa semmoseksi toiseksi harrastukseksi.

Sami: Eiks laskeminen varmaan vähän sama kuin just pyöräily, että tehään niitä reissuja, reissut on just siisteimpiä. Ei se, että menee Oukulle kaheks tunniksi laskeen vaan sit lähetään jonneki Norjaan (.) laskeen viikoksi, jonneki telttaretki vuorenjuurelle. Ne on semmosia kokemuksia enemmän (.) vähän niinkun pyöräily, eri laji tai eri väline vaan. Eri ajankohta

(Alamäkipyöräilijät, miehet, Rovaniemi)

Katilan (2015, 154-155) mukaan ihmisillä on erityisiä proksemiikkaan eli tilan tarpeeseen liittyviä kulttuurisia tapoja: suomalaisilla on tutkittu olevan monia muita kansoja suurempi sosiaalisen tilan tarve. Ruumiillisuuden logiikan näkökulmasta proksemiikka voidaan tulkita myös niin, että vuorovaikutus luonnon kanssa vaatii oman tilansa. Tällöin sosiaalisen vuorovaikutuksen ja tilan määrittelyssä on huomioitava myös luonto yhtenä aktiivisista toimijoista.

Tilasuhteiset käsitteet ovat ruumiillisuuden metaforia monin tavoin. Käsitteet kuten etu-, taka- sekä prepositiot alla, välissä ja edessä vastaavat myös ruumiillisia, tilanteisia käsitteitä. Esimerkkinä tästä on Meksikoon paikantuva intiaanikulttuurin mixteekki-kieli, joka käyttää hyvin suoria ihmisruumiin fyysisestä olemuksesta tulevia ilmauksia kuten ”hän sijaitsee vuoren päässä” (engl. ”He is located head hill”). Tämänkaltaiset kielelliset ilmaukset edellyttävät, että ihmisruumis on preustavalla tavalla juuri sellainen kuin on. Ihmisruumiin perustavasta fyysisestä olemuksesta ovat tulosta myös eri kielissä esiintyvät voimadynaamiset mallit. Työntäminen, vetäminen, eteenpäin liikkuminen, tukeminen ja tasapaino ovat tällaisia usein käytettyjä käsitteellistyksiä. Käsitämme nämä sen mukaan, miten käytämme ruumiinosiamme, käsiä, käsivarsia ja jalkoja, ja miten kykenemme liikuttamaan niitä. Säiliömetaforan mukaiset käsitteellistykset ovat hyvin yleisiä, kun pohditaan, miten paljon käytämme aikaa laittamalla esineitä erilaisiin ”säiliöihin” ja ottamalla niitä ulos ”säiliöistä”. Lisäksi suuntaamme ruumiimme liikuttamisen suhteessa erilaisiin säiliöihin kuten rakennuksiin, huoneisiin tai luontoon. (Lakoff & Johnson, 1999, 36.)

Se, miten ihminen heijastaa säiliömetaforista ajattelua abstrakteihin säiliöihin tai havaitsemisen näkökulmasta lähes rajattomilta koettuihin tiloihin kuten metsään tai luontoon, on tässä tutkimuksessa myös keskeinen muotoilun kuluttamisen käyttäytymistä

selittävä kategoria. Säiliömetaforista käsitteellistystä voi hyödyntää selitettäessä muotoilun kuluttamisen kohteena olevien tuotteiden sijoittumista eri tuoteryhmiin sekä jossain määrin myös selitettäessä tuotemerkkien imagollisia ja palveluiden aineettomia, toisinaan tuotteista irrallisena pidettyjä arvolupauksia (esim. Kotler, 1988, 477). Materiaalisuuden läsnäolo aikaisemmin jokseenkin aineettomina pidetyissä arvoissa kuten palveluissa voidaan tarkastella ihmisen tilallisen käsitteellistämisen kautta. Palveluilla voidaan havaita tällöin olevan olemassa rajansa fyysiseen tilaan sidottuina ”säiliöinä” kuten luontomat-kailulla Lapissa tai Etelä-Suomessa (Rantala, 2011, 17). Tällaisiin rajauksiin viitataan epäsuorasti esimerkiksi kulttuurilähtöisistä näkökulmista tehdyissä tutkimuksissa. Maan-tieteellisinä ja fyysisen sijaintiin liittyvinä tekijöinä ne jäävät selityksissä usein taustalle, tukemaan kontekstin kuvausta.

## 7.2 Muotoilun kuluttaminen prosessina

Tässä luvussa keskityn Glaserin (1978, 74-82) tapaan etsiä teoretisoinnille keskeisiä katego-rioita ankkuroidun teorian ytimen löytämiseksi. Teoksessaan *Theoretical Sensitivity* Glaser (1978, 74-82) listaa 26 teoreettista koodiryhmää tai kategoriaa, joiden tarkoituksena on toimia analyttisinä työkaluina ja herkistää tutkija datan mahdollisuuksiin tuoda analyysi teoreettiselle tasolle. Prosessin hahmottaminen on yksi näistä kategorioista. Prosessi on esimerkiksi tapa ryhmitellä toisiinsa kaksi perättäistä osaa niin, että niitä yhdessä voidaan kutsua ilmiöksi. Erityisenä prosessin muotona Glaser mainitsee myös muotoilun (engl. design). (Glaser 1978, 74) Yksi prosessin muoto on myös syy-seuraus -malli (Glaser 1978, 75), jota tarkastelen luvussa 7.2.3 *Muotoilun kuluttamisen vaikutukset*. Kolmas Glaserin suosittelemista kategorisoinnin lajeista liittyy aikaa määritteleviin jäsenyyksiin, jota käsittelen seuraavassa luvussa 7.2.1 *Muotoilun kuluttamiseen käytetty aika*. Käyttämäni glaserilaisen teoretisoinnin kategoriat tukeutuvat edelleen Lakoff ja Johnson'n (1999) ruumiinfilosofisiin käsitteellistykseen.

### 7.2.1 Muotoilun kuluttamiseen käytetty aika

Muotoilun kuluttamisen prosessia yleisellä tasolla voidaan selittää tilanteisena tapahtu-misena metaforisesti kuten esimerkiksi koettuna liikkeenä erilaisissa tiloissa ja edelleen suhteessa ajan kokemiseen. Myös asioiden tapahtuminen syy-seuraus-suhteina konkreetti-sesti tuottaa käsityksen muotoilun kuluttamisesta prosessina, joka jäsentyy ihmismielessä metaforisina mielikuvina ja näkökulmina. (Lakoff & Johnson, 1999, 172.)

Seuraava katkelma kuvaa sitä, miten monitahoisesti ja erinäisin kokemuksiin vastaajat jäsentävät määritelmää pitkästä hiihtovaelluksesta.

Haastattelija: Mikä on semmosen pitkän vaelluksen määritelmä?  
 Kerttu: Oisko se enemmän ku viikonloppu (.) joku [vai  
 Petteri: Kyllä varmaan  
 Kerttu: Se alkaa olla siinä että  
 Petteri: tai ainaki-  
 Kerttu: ku viikonloppureissuja tulee tehtyä helpommin ja nopeammin ja  
 tai siis [nii-  
 Petteri: vähä enemmän valmistelua  
 Kerttu: niin ni ei lue sillä tavalla niinku vaellukseksi mutta ehkä  
 siitä eteenpäin sitte jos kolmesta päivästä neljään  
 Petteri: et ruokaa on (.) tai on valmistauduttu yöpymään enemmän ku yks  
 yö (.) ja ruokaa usealle päivälle et mukana kuljetettavan tavarahan määrä  
 alkaa olla jo enempi ku se kymmenen kiloa  
 ainaki (2).  
 Haaastattelija: Elikkä niinkö viikonlopun vaelluksella pärjää niinku  
 (.) no [huomattavasti vähemmällä tavaralla ku  
 Kerttu: no periaatteessa-  
 Antero: (ainaki?) niinku] se että ku viikonlopun vaellukselle lähtee ni  
 valmistautuu sen tunnin verran (.) sitte ku lähtee pitemmälle ni pitää  
 olla jo useampi päivä mieltä että mitähän sinne kaikkea tällä kertaa  
 tarvitaan mukaan  
 Kerttu: ja sitte ( ) retkisuunnittelua enemmän ja muuta että  
 Petteri: Riippuu tietten vähä aktiviteetista (.) että jos se tota  
 hiihtovaellus on niin sillon ni reittisuunnittelu pitää jo aikasemmin  
 (.) ottaa prosessointiin  
 Haastattelija: Kauanko tässä tapauksessa kaikkineen valmisteluineen  
 millon tämä on alkanu tämä reissun valmistelu?  
 Petteri: Kaikkinensa tää on niinku [kaikkinensa niinku  
 Kerttu: ((naurahtaa)) pitkä prosessi]  
 Petteri: pi- pitkä jatkumo et se on alkanu jo (.) monta vuotta sitten  
 jos mieltii kaikkia varusteita mitä on mukana ja  
 Kerttu: ja aina retken jälkeenki päivittyy se, että mitä ens kerralla  
 tehdään eri tavalla ja varusteita vaihetaan tai muuten semmosta  
 jatkuvaa. (Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Alussa tutkittavien vastaukset ovat empiviä ja pelkkien aikamääreiden ilmoittaminen on epävarmaa. Kun he ryhtyvät jäsentämään haastattelijan pyytämiä aikamääritelmiä suhteessa omiin kokemuksiin vaelluksella olosta, kuten kokemuksia vaellusrinkassa kannettavista kilomääristä ja yöpymisen edellyttämästä tavaramäärästä, osaavat he kertoa vaelluksen pituudesta hetkellisen pohdinnan jälkeen myös tutumpina aikamääreinä kuten päivinä. Retken suunnitteluun käytettyjen valmistelujen laajakirjoiset kuvaukset kertovat tulossa olevan vaelluksen pituudesta.

Muotoilun kuluttaminen on parhaimmillaan läpi elämän kestävä ja täydentyvä prosessi, jonka tavoitteet ovat kauaskantoisia ja johon sisältyy monenlaisia vaiheita tavaroiden



ja palvelujen hankinnasta, niiden hetkellisestä hallinnasta ja käyttöön ottamisesta aina ajallisten resurssien hallintaan. Kokonaisuus on monitahoinen. Pelkästään aikaan orientoituminen tapahtuu kokemuksellisesti paitsi suhteessa omaan ruumiilliseen liikkumiseen tiloissa kuten harrastuksen mukaisella vaellusreitillä tai golf-kentällä, myös suhteessa liikkuvaan aikaan itseensä. Keskeistä kuvauksissa on oman ruumiin liike tilassa kuten hiihto- tai vaellusreitillä. Näin jäsentyy myös muotoilun kuluttaminen: se on liikkuvaa aikaa, joka kulkee havaitsijan ohitse tai on muulla tavoin suhteessa kuluttajan omaan ruumiilliseen sijaintiin nykyisissä harrastamisen tiloissa sekä suhteessa tiloissa sijaitseviin esineisiin ja muihin materiaalsiin elementteihin.

Se, minkä käsitämme tapahtuvan nykyhetkessä, liikkuu meistä vähitellen ohi. Se, mitä kohtasimme menneisydessä, on jo mennyt meistä ohi. Tulevaisuus liikkuvana aikana on puolestaan jotain, joka on vasta tulossa kohti. (Lakoff & Johnson, 1999, 152.) Ulkoilmaharrastamisen aktiviteetit konkretisoivat monelle monimutkaisen nyky-elämän kulkua. Harrastusmatkat ovat elämää pienoiskoossa, materiaalisia miniatyyreja siitä, mitä tavoitellaan ja millä keinoin. Pienoiskoon matkat voivat metaforisesti alkaa muistuttaa kokonaivaltaisempaa käsitystä oman elämän kulusta, jolloin harrastuksesta voi tulla elämäntapa.

Antero: Mä haluan sanoa sen, että kyllä sinne aika nopeellaki varotusajalla sitte kuitenkin pääsin sinne eka reissulle (.) oli suunnillee puoltoista viikkoa aikaa että kaikki tavarat mulla ei ollu oikeastaan mulla ei ollu suksia eikä saappaita eikä mitään nii ne tosin tuli lainattua ja ostettua kaikki ne tavarat ni kuitenkin mutta eihän se ollu vielä silloin niin pitkä reissu ja sitte oli niin hyvin kokenutta porukkaa siinä muuta ku ite oli vaan siellä niinku hännänhuippuna ja koitti haalia niitä varusteita tai muuta sit miettimättä että mitkä pittää olla

Haastattelija: joo

Petteri: Joo ei se väl- välttämättä vaadi et sitä vaan ku se tulee vähän niinku elämäntavaksi niin sittenhän sitä mieltii tarkemmin. (Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Liikkeellä ei tässä tutkimuksessa tarkoiteta samaa kuin mitä sillä tarkoitetaan fysiikassa, jossa liike määritellään sijainnin muutoksena suhteessa aikaan niin, että aika olisi ensisijainen suhteessa liikkeeseen (Lakoff & Johnson, 1999, 139). Inhimillisessä kognitiossa tilanne on päinvastainen. Liike on ensin ja aika käsitteellistetään metaforisesti liikkeen ehdoilla. Lakoff ja Johnson (1999, 140) kutsuvat tätä liikkeen ja ajan välistä suhdetta ajan orientaatio -metaforaksi, jossa on kolme ajankohtaa: nykyinen, tuleva ja mennyt, ja joihin ajan perusmetaforassa viitataan havaitsijan sijoittumisella tilaan (nyt), tilaan havaitsijan edessä (tuleva) ja tilaan havaitsijan takana (mennyt).

Ajan orientaatiolla on siis tilallinen määrittelypiiri, mutta se ei sano vielä mitään liikkeestä. Ajan orientaation ja liikkuvan ajan metaforien yhdistämisessä objektit liikkuvat kronologisessa järjestyksessä, jolloin jokin niistä on aina edellä toista. Näin ollen objektien kartoitus tilallisina totuuksina kartoittaa ne myös ajallisina totuuksina. Tämä tarkoittaa sitä, että havainnoijasta katsottuna toisena tuleva objekti on ensimmäisen objektin takana, mikä ajallisesti tarkoittaa sitä, että toinen aika (toinen objekti) on tulevaisuudessa kauempana suhteessa ensimmäiseen aikaan (ensimmäiseen objektiin). (Lakoff & Johnson, 1999, 141.)

Havaitstajan puolestaan tulisi olla paikoillaan ajan liikkussa, mikä metaforisesti tarkoittaa havaitstajan sijoittuvan ruumiillisesti kasvot kohti tiettyä suuntaa. Tällöin voidaan olettaa rajattoman pitkän sarjan objekteja olevan liikkumassa havaitstajan ohitse niin, että ne tulevat hänen takaansa ja liikkuvat hänen eteensa. Tämä tapahtuminen on metaforisesti käsiteltävissä ajan liikkumiseksi. (Lakoff & Johnson, 1999, 145.)

Aineistossa liikkeen ja ajan suhteen tarkastelu on osoittanut mielenkiintoisella tavalla toimijoiden aktiivisuuden. Liikkuvan ajan kuvauksia tyyliin, kuinka ”elämä menee eteenpäin”, ja joissa vastaajat käsitelisivät ajan elämässä liikkuvan niin sanotusti heidän ohitseen, ei aineistossa yllättäen ole määrällisesti kovinkaan paljon:

Juha: [--] se vähä niinku hankala niinkö tässä todettu tuo niinku määritellä että mikä on, on luksusta ja mikä ei ole ja, ja, ja mikä on sitte tavanomasta ku maailma mennee niin kauhean nopeesti eteenpäin että, että tuota niin (.) ei, ei, ei taho pysyä oikein perässä [--]  
(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhä, Oulu)

Katkelman mukaan haastateltavan voidaan tulkita olleen joskus käsityksissään varmempi siitä, mitä luksus on. Hän on kenties joutunut nyt pohtimaan asiaa uudelleen, koska uskoo yleisellä tasolla käsitysten muuttuneen. Metaforisesti hän on antanut (luksus)objektien jo mennä kauas ohitseen. Tutkittava perustelee käsitystään suhteessa oman ruumiin liikkeeseen: kyetäkseen saavuttamaan tavoitteen, tässä tapauksessa ymmärryksen siitä, mikä on tavallinen ja mikä luksustuote, tulisi hänen perehtyä asiaan enemmän. Toisin sanoen hänen tulisi pysyä muuttuvan maailman käsitysten mukana ehkä omistamalla luksusobjekteja sen sijaan, että ”antaa niiden mennä liikkuvana aikana” oman kosketuspiirinsä ulottumattomiin. Näissä metaforissa havaitstija kokee pysyvänsä paikoillaan muiden kenties edetessä kohti haastattelijan tiedustelemaa luksuskuluttamisen tavoitetta.

Liikkuvan ajan metaforan sijaan aineistossa merkittävän usein toistuva ajan päämetafora on *liikkuva havaitstija* -metafora. Tätä voidaan myös kutsua ajan maisemaksi, sillä havaitstija käsittää ajat sijainneiksi maisemassa, jossa hän itse liikkuu: jokainen sijainti tämän liikkeen reitillä on aikaa. Havaitstajan nykyinen fyysinen sijainti on nykyhetki. (Lakoff & Johnson, 1999, 145.) Esimerkki liikkuvasta havaitstijasta on sellainen, jossa muut tapahtu-

mat pysyvät paikoillaan havaitsijan itsensä liikkussa tiloissa ja tapahtumista toiseen kuten harrastuksesta toiseen:

Heidi: [N]o golf on semmonen et se on ollu jäissä oikeestaan melkein koko ajan sillon ku on purjehdittu että mullon ollu vuosia etten o pelannu yhtään ja nyt tänä kesänä on sitte starttaillu uudestaan mutta niitäki on lähinnä sitte arki-iltasin käyny pelaamassa.  
(Purjehtijoiden haastattelu, sekaryhmä, Helsinki)

Liikkuvien objektien ajatellaan liikkuvan siten, että niiden etuosa on kohdistunut liikkeen suuntaan. Näin ollen objektit edustavat ”aikoja” kuten seuraavassa katkelmassa mies ja lapset veneessä tai naispurjehtijan elämässä määrittelemässä harrastukseen käytettävissä olevaa aikaa tulevaisuudessa. (Lakoff & Johnson, 1999, 140-141.)

Haastattelija: No luuletteko että purjehtiminen säilyy teillä ihan elinikäsenä harrastuksena, vieläkö tulee tämmösiä vuosia että purjehtiminen jää väliin vai onko se tullu ihan nyt jäädäkseen?

Tiia: (.) Vaikee sanoo.

Sanna: Me ollaan tehty strategia

((Tiia: Nii]] kyl siihen suuntaan et se ei loppuis ((nauraen)) että.

Hoidettu homma niin että miehet ei purjehdi nin tota (.) mut oikeesti ni voihan se olla et tulee jotain välivuotia jos tulee lapsia ni.

Tiia: Jos tulee ole vähä hankalempaa aina järjestää mut et toivottavasti ei tuu.

Sanna: Mm mä veikkaan et mä en ainakaan tuu sillai perheen kans purjehtimaa että (.) että varsinki ku ollaan mietitty tota skenaarioo et on muutama muksu ja sit on se mies joka ei osaa purjehtii ja sit pitäs hoitaa niinku ne siis se vene ja kipparointi ja lasten tarpeet todennäköisesti kuitenkin jossain määrin ja sillai ni se ei se ei kuullosta lomailulta varsinaisesti (2) mut et sit tietysti niinku pyritään siihen että päästäs siinäki tilanteessa karkaamaan keskenämme viikonlopuks vaik jonneki joskus että (.) mut sitä ei voi tietää.  
(Naispurjehtijoiden haastattelu, Helsinki)

Havaitsijan eli purjehduksen harrastajan ohittaneiden objektien liike edustaa edellisessä katkelmassa ajan ”kulkua”, millä tässä samaisessa katkelmassa tarkoitettaisiin lasten kasvamista niin, että purjehtiminen on taas mahdollista. Ajan orientaation ja liikkuvan ajan metaforien yhdistämisessä objektit liikkuvat kronologisessa järjestyksessä, jolloin jokin niistä on aina edellä toista. Näin ollen objektien kartoitus tilallisina totuuksina kartoittaa ne myös ajallisina totuuksina. Tämä tarkoittaa sitä, että havainnoijasta katsottuna toisena tuleva objekti on ensimmäisen objektin takana, mikä ajallisesti tarkoittaa sitä, että toinen



kertoa paljosta tai vähäisestä olemassa olevasta ajasta. Vaihtelu monilukuisuuden ja massan välillä on hyvin luonnollinen ja yleinen ajatuksellinen järjestelmä. (Lakoff & Johnson, 1999, 144-145.) Kuluttamisen käsitteistössä massan käsite on vakiintunut arkipäiväiseen käyttöön puhuttaessa massatuotteista ja massakulutuksesta vastineena yksilöllisemmälle kulutukselle kuten luksuskulutukselle.

## 7.2.2 Muotoilun kuluttamisen resurssit

Muotoilun kuluttamisen empiiriseen viitekehykseen sisältyy tässä tutkimuksessa harrastamisen konteksti, toisin sanoen vapaa-ajan konteksti. Sen lisäksi, että vapaa-aikaan ja harrastamiseen käytetään tiettyjä määriä rahaa, käytetään siihen myös aikaa. Tutkimuksen alkuvaiheessa ja empiirisen aineiston keräämisen aikoihin 2005-2008, nousevina yhteiskunnallisina ilmiöinä olivat niin sanottu puoliammattilaisuuskulttuuri, luovien luokkien esiin nousu sekä työn muunlaiset uudet muodot kuten yhteisten talous (Venäläinen 2015). Näissä kaikissa keskusteluissa keskeistä on ollut työn ja vapaa-ajan välisten rajojen hämärtyminen. Ajan jakaantumisella työhön ja vapaa-aikaan on keskeinen yhteys myös metaforiseen käsitykseen ajasta rahan kaltaisena resurssina. Tässä tutkimuksessa sekä raha että aika otetaan mukaan tarkasteluun käsiteltäessä muotoilun kuluttamisen resurssija.

Länsimainen käsitys ajasta käsittää ajan resurssina. *Aika resurssina ja rahana* -metafora soveltuu käsitteelliseksi malliksi siitä, mitä resurssilla tarkoitetaan muotoilun kuluttamisessa myös pohjoisen muotoilun kontekstissa. Resurssimalli koostuu Lakoff ja Johnson'n (1999, 161-162) mukaan viidestä elementistä: resurssista, resurssin käyttäjästä, käytön tarkoituksesta tai päämäärästä, resurssin arvosta ja tavoitteen arvosta. Malli etenee siten, että käyttäjä haluaa saavuttaa tavoitteen, tavoite vaatii tietyn määrän resurssia ja käyttäjällä joko on, tai hän hankkii resurssija. Toiminnan keskiössä on resurssien käyttäminen tavoitteen saavuttamiseksi. Toiminnan tuloksen saavuttamisen jälkeen resurssija ei enää ole käyttäjän saatavilla, mikä tarkoittaa, että käyttäjä on nyt menettänyt käyttämänsä resurssin arvon. Vastineeksi hän on saanut tavoitteensa arvon. Suhteessa tähän malliin on määritelty muitakin käsitteitä kuten niukkuus, tehokkuus, hukka tai säästö. (Lakoff & Johnson, 1999, 161-162.) Ulkoilmaharrastajista osa lähestyi lajin parissa toiminnassaan puoliammattilaisuutta, jolloin he panostivat tarvittavan asiantuntijuuden ja taitojen kehittämiseen myös aikaa.

Antero: Ja sitte jos sattuu olemaan vähä eri kokonen ku ihmiset yleensä ni sitte, minä oon ainaki todennu että minä en löydä kaupasta mittään, on paljon helpompi löytää, tehä asiat ite kun lähtee metsästä ympäri maailmaa sitä että mistä minä löytäsin tämmöset varsinki ku, ei oo tuo rahakaan niinku kasva puissa niin, sitte jos jostaki sattus löytymäänki semmonen merkki millä on hyvin kaikkia mahdollisia ihme kokoja, niin ne yleensä maksaa sen verran paljon että ei sit taas oo varaa niihin

parhaisiin semmisiin vermeisiin et (1) sitte on tullu tehtyä kaikki suunnilleen ite.

Haastattelija: Puhut sä niinku vaatteista pelkästään vai ihan repusta ja-

Antero: reput, vaatteet (.) no kenkiä on, en vielä tee itse mutta oon suunnitellu ne

Haastattelija: okei

Petteri: ja sitten tietenkä on lajikohtaset varusteet niin ne nyt on jo huippu (.) et telemark-monoja niin ei, ei ite niin helpolla tee että sitten pitää kääntyä erikoisliikkeen puoleen.

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Maailmasta löytyy vielä myös ei-länsimaisia kulttuureja, jotka eivät ole käsitteellistäneet ja institutionalisoineet aikaa resurssina. Näissä kulttuureissa ei myöskään kanneta huolta siitä, että aikaa menisi hukkaan. *Aika on rahaa* -metaforan merkityksellisyys länsimaisessa inhimillisessä käsitteellistämässä selittää myös yhteiskuntamme perustavanlaatuisen instituution siitä, miten ihmisille maksetaan palkkaa heidän tekemiensä työtuntiansa mukaisesti, miten aikaa varataan kalenterista ja miten ajalle määritellään määräaikoja (engl. deadlines). (Lakoff & Johnson, 1999, 164-165.)

Niukkuus tarkoittaa tarvittavien resurssien puutetta suhteessa tavoitteiden saavuttamiseen, tehokkuus ihanteellisen ja todellisen kulutuksen välistä suhdetta, hukka todellisen ja ihanteellisen kulutuksen välistä eroa ja säästö todellisen ja tavanomaisesti suuremman kulutuksen välistä eroa. *Aika-resurssina* -metafora toimii samalla tavalla, mutta resurssin lisämääreeksi otetaan aika. Esimerkiksi kustannuksissa tämä tarkoittaa todellisen kulutuksen arvoa ajassa mitattuna. *Aika on rahaa* -metafora tulee määritellä niin, että raha otetaan resurssin erityistapaukseksi, jolloin *raha resurssina* -metaforan mukaisesti mallia voidaan soveltaa kaikkeen ajan käsitteellistämiseen ja siitä puhumiseen. Tässä mallissa rahan käyttäjän sijaan on ajan käyttäjä, jolla on tavoite, joka vaatii rahan sijaan aikaa. (Lakoff & Johnson, 1999, 163-164.)

Tässä tutkimuksessa tutkittavat ovat muotoilun kuluttajia, joiden tekemisessä voidaan havaita piirteitä puoliammatillisuudesta (engl. *pro-ams*) tai edelläkävijyydestä (Kotro, 2005; Nuutinen, 2014). Leadbeater ja Miller (2004) määrittelevät puoliammatillisuuden välimuodoksi harrastamisen ja ammatillisuuden välillä niin, että puoliammatilliset ovat maailmantaloudellisesti tuottava yhteiskuntaryhmä tai kuten Florida (2005) määrittelee, niin sanottua luovaa luokkaa. Näillä muotoilun kuluttajilla onkin usein osaamista ja koulutusta erityisiin teknologioihin tai erikoistaitoihin, jota he sitten ansiokkaasti soveltavat omiin käyttötarkoituksiinsa aina liiketoiminnallisiksi innovaatioiksi saakka (Heinänen, 2006, 28). Puoliammatillisuuden käsite on osoitus aikaisemmin vain tiettyihin ammattiryhmiin sidotun luovuuden määritelmän käytön laajentumisesta ja innovaatioiden tuottamisen demokratisoitumiskehityksestä (von Hippel, 2005).

Muotoilun kuluttajia voidaan näin ollen pitää myös muotoilun tuottajina ja vähintäänkin yhteiskehittäjinä, sillä he panostavat itsensä kehittämisen kautta myös lajiin ja varusteiden kehittämiseen sekä ajallisesti että rahallisesti. Länsimaisessa yhteiskunnassa pidetään itsestään selvyytensä, että hyödykkeillä on aina välitön yhteys taloudellisen ja vaihtoarvon eri muotoihin mukaan lukien vaihtokauppa ja lahjojen vaihto (Appadurai, 1986, 8-9).

Olen jo aikaisemmin nostenut esille muotoilua tuottavan tekijäpuolen sekä sitä kuluttavan vastaanottajapuolen välisen eron hälventämisen niin tässä tutkimuksessa kuin innovaatiotoiminnassa yleensä. Tätä on jossain määrin myös tutkittu suomalaisessa muotoilun tutkimuksessa. Kotro (2005) on tarkastellut muotoilun tutkimuksen väitöskirjassaan *Hobbyist Knowing in Product Development*, miten ja missä kohdin nämä muotoilun tuottamisen ja käyttämisen alueet risteävät käytännön muotoilutyössä. Kotro (2005, 30) pohtii miten tuotekehitystiimin ihmiset muodostavat käsityksensä käyttäjistä, joille he tuottavat ja myyvät tuotteensa. Vastauksena on käsite harrastuneisesta tietämisestä (engl. hobbyist knowing), joka on monille innovatiivisille ja muotoilua strategisella tasolla hyödyntäville yrityksille tärkeä kilpailuvaltti ja erikoisosaamisalue. Tässä kontekstissa käyttäjälle tärkeä harrastuskulttuurin tuntemus on henkilöitynyt ammattimaiseen muotoilukäytäntöön, toisin sanoen niin, että muotoilijat edustavat myös suunnittelemiensa tuotteiden käyttäjäkuntaa esimerkiksi juuri ulkoilmaharrastamisen lajeissa. (Kotro, 2005, 30.)

Kotron (2005) tutkimus tukee esittämäni käsitystä puoliammattilaisuudesta myös suhteessa muotoiluun. Lajissaan asiantuntijatasolle erikoistuneet tuotteiden loppukäyttäjät ovat itse käyttämiensä tuotteidensa parhaita asiantuntijoita, osittain jopa niiden suunnittelijoita, käsityöläisiä valmistajia. He käyttävät resursseja, aikaa ja rahaa toimiessaan muotoilun tuottamisen ja kuluttamisen rajapinnalla.

Haastattelija: Teettekö itse omia varusteita?

Petteri: Nykyajan suksi on sen verran monimutkainen rakenne että siihen sitte ku sitä aikaa ja rahaa uppois kuitenkin ite tekemällä (.) mutta että s- (2) se se ei oo niinku pääsääntö kaikkiin varusteisiin että se on nyt tuo suksi lähinnä tälleen ja muita vastaavia varusteita ostetaan kans joita ei ite järkevästi pysty tekee mutta että [---] Joo, siinä on ne rajat sitte ja se on aina ite päätettävä että on- onko tota tämän varusteen hinnan eestä ennemmin töissä ku (.) kun tuota saa sen tehtyä sitten samassa tai isommassa ajassa.

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Pohjoisen muotoilun teoriassa *aika resurssina* -metafora selittää keskeisellä tavalla muotoilun ja sen kuluttamisen prosesseja käyttäjän näkökulmasta. Siinä missä muotoilu teollisuuden alana toimii ensisijaisesti taloudellisiin resursseihin ja vaihtoarvoon tukeutuen, käsitetään muotoilu käyttäjän näkökulmasta osittain aikaan, erityisesti omaan vapaa-aikaan sidottuna ja

siten henkilökohtaisesti kontrolloitavissa olevana resurssina. Oma työ, käsityö, käden ja ruumiin taitojen kehittäminen ja niiden hyödyntämiseen tähtäävä vapaa-ajan tekeminen, ”työ” sen monissa eri muodoissaan korvaa ostettua osaamista ja taitotyötä. Harrastusvarusteita ostetaan lähinnä siinä tarkoituksessa, että ne toimivat välineellisessä roolissa omien taitojen kehittämisessä. Huippuvarusteiden laadusta ja toiminnallisuudesta ei tingitä, sillä ne mahdollistavat omien vapaa-ajan resurssien kuten ajan mahdollisimman tehokkaan käytön.

### 7.2.3 Muotoilun kuluttamisen vaikutukset

Aikaa määritteleviin kategorioihin liittyy ajatus järjestämisestä. Ajallinen järjestäminen on yksi tapa järjestää GT-menetelmällä tuotettuja kategorioita: kategoria tulee toisensa jälkeen ajallisessa järjestyksessä. Koodaukseen ajallinen järjestäminen on sisäänrakennettuna niin, että yksi asia johtaa toiseen. Perusjärjestämisen kaava on seuraavanlainen: X aiheuttaa Y:n, X selittää Y:n tai X:n tietäminen ennustaa Y:n sekä A tulkitsee suhdetta X:n ja Y:n välillä, koska se on välittävä muuttuja kaavan  $X \rightarrow A \rightarrow Y$  mukaisesti. Tällainen välittävä muuttuja on usein psykologinen muuttuja, joka tapahtuu kahden käyttäytymismuuttujan välissä kuten muotoilun kuluttamisen prosessissa ilmennyt motivaatio. Inhimillisen hyvinvoinnin tavoittelu motivoi harrastamaan. Psykologisena selityksenä motivaation voiman olen huomionnut muotoilun kuluttamisen prosessin keskeisenä liikettä ylläpitävänä voimana. Se vaikuttaa prosessin lopputuloksena saavutettavaan kestäväan muotoiluun. Psykologiset selitykset ovat kuitenkin menetelmässä vain välittävässä roolissa. (Glaser, 1978, 79.)

Edellä johdattelin muotoilun kuluttamisen prosessin ajallisuuteen liikkeessä olevan havaitsijan ja liikkuvan ajan metaforilla. Oman ruumiillisen liikkeensä *aikana* käsittävä ihminen käsittää myös liikkeessä ja ajassa tapahtuvilla asioilla olevan vaikutuksensa. Kausaalisuus tai aiheutuminen ovat perustavia ruumiillisuuden teorian käsitteellistyksiä siitä, miten ihminen ymmärtää myös tapahtumat rakenteena. Kausaalisuuden käsittäminen on yhtä inhimillistä kuin ajan käsittäminen. Objektivistinen näkökulma käsittelee kausaalisuuden, toiminnan, tilojen ja muutoksen käsitteitä todellisuutena, ei metaforisina asioina. Ruumiinfilosofisen tai -teoreettisen näkökulman mukaan tukeudun kokemukselliseen eli experientalistiseen käsitykseen syistä ja vaikutuksista, jolloin muotoilun kuluttajan kokemus kuluttamisensa syistä, seurauksista ja vaikutuksista on myös muotoilullisesti tärkeää tietoa. (Lakoff & Johnson, 1999, 172.)

Syylä, aiheutumisella tai vaikutuksilla on runkomainen rakenne, joka on hyvin tyypillinen kaikelle kausaatiolle. Syyn aiheutumisen ytimessä on perustavanlaatuisin malliesimerkki, jossa objekteja manipuloidaan voimaa käyttämällä. Ihminen toimijana, kuten tässä tapauksessa muotoilun kuluttaja ja ulkoilmaharrastaja käyttää ruumiillista voimaansa vapaaehtoisesti jonkin asian tai esineen fyysiseksi manipuloinniksi tai muuttamiseksi suoralla kontaktilla. Prototyypinen, esikuvallinen syyn vaikutus on voiman käytöstä johtuvan



liikkeen tai muun fyysisen muutoksen suora sovellus. (Lakoff & Johnson, 1999, 177.)

Haastattelija: Mikä merkitys on sitte varusteilla ja olosuhteilla semmoseen hyvään tuntemukseen?

Rami: Hirviän suuri (.) tosi tärkeä (.) ja moni juttu ei onnistu ilman oikeita välineitä. Se on (.) on niin vaikeita reittejä että yksinkertaisesti niitä ei voi päässä jos ei oo oikeat välineet

Hessu: Mutta siis toisaalta myös seki et jos sulla ei oo oikeat välineet, sä meet vähä niinku raskaammilla kampeilla ja näin ni (.) sitte sulla [onko tois- sie saat- tulee tulee toisaalta semmonen niinku hyvä olo että no no ei ehkä mä oon sen verran kovempi tyyppi et pystyy vetämään sitte.

(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Muotoilun kuluttajalle syyt ovat fyysisiä voimia. Ihmisen primäärinen kokemus tulosten saavuttamisesta on, että fyysistä voimaa käyttämällä pystyt liikuttamaan ja manipuloimaan objekteja. Aineettomat tavoitteet koetaan saavutettavan metaforisesti myös samoin, voimaa käyttämällä. Kerromme metaforisesti kenties *ponnistelleemme* kovasti saadaksemme suoritettua jonkin työtehtävän. Muotoilun kuluttamisen näkökulmasta tuotteiden kuten tässä tapauksessa harrastusvälineiden käytettävyyden vaatimuksen taustalla on laajempi metaforinen merkitys fyysisen voiman ja toiminnallisuuden maksimoinnista arvioitaessa tuotteiden arvoa suhteessa omiin tarpeisiin. Tuotteiden ja teknologian käytön tarkoituksena on ensisijaisesti antaa fyysistä tukea ja voimaa paitsi niille tarkoitetuissa käyttötilanteissa, mutta myös näiden käyttötilanteiden ulkopuolella, jolloin tuotteilla voidaan nähdä olevan lisäarvoa. Ruumiillisuuden filosofian näkökulmasta välineiden lupaama suoritusvoima voi muistuttaa käyttäjänsä muistakin tavoitteista elämässä ja niiden saavuttamiseen tarvittavasta voimasta.

Haastattelija: No, kismittääkö teillä joku näissä varusteissa, nykyhetkisissä varusteissa, mitä yleensäki kaikissa varusteissa mitä on kaupoissa tarjolla niin onko joku semmonen, mihin te toivositte parannusta?

Tuulia: No tytöillä ainaki se, että tytöillä on niinkö hirveän pieniä vaatteita sillai et hirveän niinkö lyhkäsiä tehään vaatteista ja sitten sillai niinkö.

Elli: Niin justiin ko meki ollaan pitkiä tai siis ainaki osa. Niin tuntuu et tosi lyhyeksi jää kaikki vaatteet. Että pakko ostaa niinkö miesten puolelta. Löytyy sopivamman kokosia.

Hilla: Mulla silti vaikka oonki näin pieni, mullon nyttien laskuvaatteet on kummatki housut ja takki on miesten kokoa.

Tuulia: Pojilla on paljon niinkö värikkäämpiä tämmösiä.

Maaria: Tytöillä on semmosia tylsiä, tylsän värisiä semmosia yks värisiä.

Elli: Niistä tehhään semmosia niinkö ehkä neitimäisiä rinteeseen. Semmosia tiukkoja ja tälleen. Paljon mukavampi kuitenkin vähän rennoissa, jos laittaa paljon vaatetta alle niin mahtuu (.) paremmin. (Naislumilautailijat, Rovaniemi)

Glaserin 26 koodiperheen listassa kausaalisuus on mainittu ensimmäisenä teoreettiselle jäsennykselle keskeisistä kategorioista. Tässä tutkimuksessa laajennan tätä kategoriaa Narayananin (1997) teoriolla tapahtumien yleisestä rakenteesta ja niiden kymmenestä vaiheesta<sup>7</sup>. Tapahtumien rakenteella tarkoitetaan tapaa, jolla ihminen jäsentää kaikki maailman tapahtumat suhteessa omaan ruumiilliseen toimintaansa. Tapahtumien yleisen rakenteen vaiheita seuraamalla voidaan havaita ja selittää myös muotoilun kuluttamista prosessina. Sellaisenaan tapahtumien rakenne on yleinen jäsennyksrunko, mutta se antaa vahvan päättelyllisen rakenteen kaikelle inhimilliselle toiminnalle: Et voi saattaa mitään loppuun, mikäli et ole aloittanut. Ja edelleen, mikäli et ole valmistautunut, et voi aloittaa. (Lakoff & Johnson, 1999, 41, 176, 581.) Minimissään vaiheita on kolme: lähtötila, pääprosessi ja päätösvaihe. Narayanan (1997) on tunnistanut tapahtumarakenteessa jopa kymmenen eri vaihetta, joista jokaisen ihmisen neuraalinen järjestelmä tunnistaa ja säätelee ruumiillisena liikkeenä osana yhtä kokonaista tapahtumaa (Lakoff & Johnson, 1999, 176):

- 1) Valmiustilaan pääseminen
- 2) Lähtötila
- 3) Tapahtuman alkuun saattaminen
- 4) Pääprosessi
- 5) Pysähtymismahdollisuus
- 6) Mahdollisuus jatkaa
- 7) Pääprosessin jatkaminen tai iteraatio eli toisto
- 8) Tavoitteen saavuttamisen tarkistus
- 9) Prosessin viimeistely
- 10) Päätösvaihe

Muotoilun kuluttamisen prosesseista tällaisia esimerkkejä aineistossa ovat erinäiset harrastusmatkat kuten vaellukset, golf-kierrokset tai metsästys- ja purjehdusmatkat, joita suunnitellaan, toteutetaan ja jälkikäteen arvioidaan edellä esitellyn tapahtumarakenteen mukai-

---

<sup>7</sup> Narayananin (1997) teoria on metaforan neuraaliteoria. Sillä hän tarkoittaa inhimillisen kokemuksen muuttumista assosiaatiosta eli mieliyhtymästä todeksi samanaikaisissa neuraalisissa aktivaatioissa, jotka johtavat kaikkialla hermoverkon alueella syntyneisiin pysyviin neuraalisiin yhteyksiin. Nämä neuraaliset yhteydet puolestaan määrittelevät käsitteellisiä alueita. Toisin sanoen, inhimillisen kokemuksen kertomuksellisen ja narratiivisen tapahtumien kulun taustalla on anatominen ja todellinen perusta lähde-kohde aktivaatioille, joiden metaforinen sisällyttäminen tapahtuu ketjuttamalla. (Lakoff & Johnson, 1999, 46.)

sesti. Muotoilun kuluttamisen prosesseista vastaavanlaisia yleisiä tapahtumarakenteen kuvauksia voidaan tunnistaa erityisesti palvelujen muotoilussa, missä palvelutuotteiden sekä niiden käyttämisen ja kuluttamisen rajapintoja pyritään hahmottamaan esimerkiksi palvelupolkuja mallintamalla (esim. Stickdorn & Schneider, 2011, 151). Palvelumuotoilun malleissa käytetään muun muassa etu- ja taka-alan käsitteitä sen hahmottamiseen, miten muotoilupalveluja tuotetaan ja kulutetaan eri tiloissa. Puhtaasti muotoilun kuluttamisen prosesseja selittäviä teoreettisia malleja en ole muotoilun tutkimuksen kentältä paikantanut, vaikka ne ottavatkin käyttäjän toiminnan tarkastelun keskipisteeksi.

Tapahtumien rakenteen näkökulmasta on myös tarkasteltava aiheutumisen tai vaikutusten järjestelmiä empiirisessä aineistossa ja kysyttävä, mitä sen puitteissa vastataan. Lakoff ja Johnson'n mukaan pelkkä kausaation luurankomainen rakenne ei vielä riitä, sillä se on niin minimaalinen ja köyhä, että siitä ei pystytä tekemään kovinkaan merkittäviä päätelmiä. (Lakoff & Johnson, 1999, 175-176.)

Aiheutumisen tai vaikutusten ytimen perustavin tapaus on kohteiden, objektien manipulointi voimaa käyttämällä, mikä tarkoittaa ruumiillisen voiman vapaaehtoista käyttöä jonkin asian tai esineen fyysiseksi muuttamiseksi suoralla kontaktilla lähiympäristössä. Erityyppisten vaikutusten ja aiheutumisen kategoriarakenne on säteittäinen, vaikka rakenteena ilmaistuna sillä on kirjaimellisesti runkomainen ja vankka esikuva kohteiden manipuloinnissa ulottuen systemaattisen laaja-alaisesti niin todellisten kuin metaforisten kausaalisten käsitteiden eri tyyppeihin. (Lakoff & Johnson, 1999, 177.)

Lakoff ja Johnson (1999, 178) ovat tunnistaneet kahdeksan metaforista aiheutumisen, kausaation tai vaikutusten käsitettä (Taulukko 5.), joista keskeisin tässä tutkimuksessa on niistä ensimmäinen, perustava tapahtumarakenteen metafora, joka käyttää hyväkseen kahta alkeismetafora *”Syyt ovat voimia”* ja *”Muutokset ovat liikkeitä”*. 24 alkeismetaforan listan esittelen tarkemmin luvussa 7.3.1 *Inhimillisen käsitteellistämisen perustavat metaforat*.

Tapahtuma-rakenne metafora on syvällisin ja useimmiten käytetty käsitteellisessä järjestelmässämme, koska se asettaa perustavanlaatuisimman ymmärryksen useimmille peruskäsitteille kuten tiloille, muutoksille, syille, toiminnoille, vaikeuksille, toiminnan vapaudelle ja päämäärille. Tapahtuma-rakenne on kuitenkin samalla tavalla kaksijakoinen kuin ajan tilallinen metafora, jossa on liikkuvana aika tai havaitsija (Lakoff & Johnson, 1999, 194.)

Tapahtumarakenteen perusmuuttujien listaan lisätään näin ollen myös edellisissä luvuissa käsitelty tilan käsitteellistäminen, jolloin tapahtumarakenteen metaforan perusmuuttujat ovat: **Tilat ovat paikkoja. Annetut syyt ovat voimia. Muutokset ovat liikettä. Kaikki muu pysyy paikoillaan.** (Lakoff & Johnson, 1999, 195). Näiden perusmuuttujien lisäksi tapahtumarakenteen metaforalla on kaksijakoinen luonne. Tämän tarkoittaa sitä, että tapahtumarakenteen metafora perustuu tapahtumien käsitteellistämiseen paikan ja sijainnin mukaan tai kohteena olevan esineen eli objektin mukaan (Lakoff & Johnson, 1999, 179). Suomenkielinen erottelu paikan (engl. location) ja kohteen (object) välillä ei ole yhtä selkeä kuin englanninkielisissä käsitteissä. Englanninkielinen ”objekti” kääntyy

suomenkielisenä ilmauksena helposti myös paikaksi tai laajemmaksi tavoitteeksi kuten tutkimuksen kohteeksi. Tästä syystä käytän käsitteitä 1) paikkaan perustuva tapahtumarakenteen metafora ja 2) objektiin perustuva tapahtumarakenteen metafora. Se, mikä näitä ja seitsemää muuta kausaation käsitteitä yhdistää, on niiden liittyminen perusmetaforaan *Syyt ovat voimia* (Lakoff and Johnson 1999, 200).

**Taulukko 5. Kahdeksan metaforista kausaation käsitettä (Lakoff & Johnson 1999, 178-221.)**

METAFORA	SELITYS
Paikkaan perustuva tapahtumarakenna	Tapahtumien käsitteellistäminen paikan mukaan, jolloin kausaalista voimaa käytetään vaikuttettavaan osapuoleen.
Objektiin perustuva tapahtumarakenne	Tapahtumien käsitteellistäminen paikan mukaan, jolloin kausaalista voimaa käytetään vaikutukseen.
Tapahtumarakenteen hierarkia	Tiedon periytyminen omaksutun prototyyppisen idea pohjalta. Esim. sähköauto mielletään suhteessa käsitykseen polttoaineella kulkevasta autosta, jolloin sähköauto on polttoaineella kulkevan auton kaltainen väline.
Paikkaan kiinnittyvän tapahtumarakenteen muunnelmat	Monimutkaisempia muunnelmia ja esimerkkejä metaforisista keinoista, joilla muodostetaan käsityksiä tapahtumista ja niihin liittyvistä käsitteistä. - Liikkuvan toiminnan -metafora - Toiminta paikkana -metafora - Olemassa olo paikkana -metafora
Käsitteellinen muutokseen ja aiheutumiseen liittyvä monimutkaisuus	Aiheutumisen muodot ovat riippuvaisia voiman käytön muodoista, kohteista ja vaikutuksista. Tuloksena on erilaisia aiheutumisen logiikoita kuten kategoriamuutos sekä kausaaliset reitit ja yhteydet.
Luonnollinen aiheutuminen ja perusolemus	Esim. luonto ihmisen kaltaisena toimijana, luonnollisen aiheutumisen ylöspäin suuntautuva liike ja luonnolliset perusolemukset.

Järki maailmassa	<p>a) Perusteet, päättelyn logiikka ja järkevyyt ovat syitä perustuen metaforiin Ajattelu on liikkumista ja Peruste on voima.</p> <p>b) Episteeminen logiikka eli taaksepäin järkeily, joka alkaa seurauksen huomaamisesta.</p> <p>c) Teleologia maailman rationaalisenä käsittämisenä.</p>
Kausaatio korrelaationa ja todennäköisenä kausaationa	Kun syy aiheuttaa seurauksen, on yleistä löytää seuraus fyysisesti läheltä syytä. Korrelaatio on usein vain mahdollista aiheutumista, vrt. tilastotiede ja kausaaliteoriat.
Kausaalikäsitteiden ja todellisen aiheutumisen asteikko	Emotionaalinen, biologinen ja mahdollistava aiheutuminen, joita ei ole vielä tutkittu.

Tapahtumarakenteen metaforan kaksijakoisuudessa on kyse taustan ja hahmon erottamisesta toisistaan. Hahmolla viitataan siihen osapuoleen, johon tapahtumassa kohdistetaan kausaalista voimaa. Tausta ja hahmo ovat inhimillisen kognition kaksi puolta, jotka eivät ole objektiivisen, mielestä irrallisen todellisuuden ominaisuuksia. Objektivistisen perinteen mukaisissa tutkimuksissa käytetään kuitenkin pääasiassa käsitteitä, joista puuttuu hahmoperustan mukainen orientaatio, merkityksen tarkoittaessa ja perustuen inhimillisen kognition sijaan oletettavaan objektiiviseen totuuteen. Ruumiinfilosofinen tai -teoreettinen näkökulma kuitenkin esittää, että jokin on aina asetettava taustaksi ja jokin toinen asia hahmoksi, sillä muuten emme havaitse näkymiä, jotka ovat hahmotaustan suhteen neutraaleja. Johtopäätös on, että tämä sama kaksijakoisuus pätee myös käsitteissä. Metaforiset kaksinaisuudet voivat toki vaihdella hahmon ja taustan suhteen keskenään, mutta jompi kumpi valinta on aina tehtävä, koska hahmoperustan suhteen neutraalia metaforaa ei ole. (Lakoff & Johnson, 1999, 198.)

Luvussa 8 *Kestävä muotoilu muotoilun kuluttamisen tavoitteena* tapahtumarakenteen kaksijakoinen luonne selittää tutkimuksen teorian ytimessä olevan ruumiillisuuden muotoilun kuluttamisen ja muotoilun käyttäytymisen mallina suhteessa kuluttamisen tavoitteeseen, kestäväan kuluttamiseen. Keskeistä on muotoilun vaikutukset ja metaforisesti se, mihin kausaalista voimaa tässä tapahtumassa kohdistetaan. **Paikkaan perustuvassa tapahtumarakenteessa kausaalista voimaa käytetään vaikutettavaan osapuoleen**, kuten luonnossa liikkuviin ulkoilmaharrastajiin (Lakoff & Johnson, 1999, 199). **Objektiin perustuvassa tapahtumarakenteen metaforassa kausaalista voimaa käytetään vaikutukseen**, millä tässä tutkimuksessa tarkoitetaan muotoilun kuluttamisen tavoitteena olevaa inhimil-

listä hyvinvointia ja sitä kautta kestäväää muotoilun kuluttamista (Lakoff & Johnson, 1999).

Muotoilulla on tarkoitus vaikuttaa. Materiaaleja työstämällä ja fyysisistä voimaa käyttämällä muotoilulla on kausaalista voimaa. Muotoilussa kausaalinen voima kohdistetaan juuri objektiin, joka on muotoilun kohde ja tavoite. Muotoilun tavoitteena ei useinkaan ole ollut vaikuttaa vaikutettaviin, yleensä ihmisiin kuten paikkaan perustuva tapahtumarakenteen metafora edellyttää. Käyttäjäsuuntautuneena toimintana se tosin parhaimmillaan ottaa käyttäjät mukaan yhteisvaikuttamaan tavoitteena olevaan vaikutukseen kuten kestävään kuluttamiseen.

Tässä tutkimuksessa muotoilun kuluttaminen käsitetään ajallisena tapahtumana moninaisine varitaatioineen aina yksittäisistä oston tilanteista elämän mittaisiin itsensä kehittämisen ja kultivoinnin prosesseihin. Se, miten tämä ilmenee muotoilun kuluttamisessa ulkoilmaharrastamisen kontekstissa, tarkastellaan seuraavaksi, kun tapahtumisen luurankomaista rakennetta lähdetään käsittelemään ottamalla mukaan havaitsijan, muotoilun kuluttajan primaaritason kokemukset tapahtumista ja subjektiivinen arvio siitä, mistä tapahtumissa on kyse. Luvuissa 8. *Kestävä muotoilu muotoilun kuluttamisen tavoitteena* ja 9. *Pohjoisen muotoilun teoria* näiden muotoilun kuluttamisen tapahtumien ja syiden metaforien toimivuutta tarkastellaan lopullisen teorian näkökulmasta.

### 7.3 Muotoilun kuluttamisen perustekijät

#### 7.3.1 Inhimillisen käsitteellistämisen perustavat metaforat

Muotoilun kuluttamisen prosessin käsitteellistämässä olennaista on tuotteen käyttäjän ruumiillinen kokemus tapahtumasta. Kokemusta jäsenän edelleenkin Lakoff ja Johnson'n (1999, 46) ruumiinteorian kautta. Siinä olennaista on selitys primääreistä eli ensimmäisistä alkeismetaforista, joiden kautta subjektiivinen käsitteellistäminen ja kuvailu tapahtuu. Alkeismetaforat tuovat ”lihan” luurankomaisen tapahtumarakenteen ympärille kielellisin keinoin, mutta myös päättelyllisesti. Tämä tarkoittaa esimerkiksi sitä, että tilat käsitteellistetään säiliömetaforan mukaisesti, rajattuina alueina tilassa. Muutokset tarkoittavat liikettä sijainnista sijaintiin jne. (Lakoff & Johnson, 1999, 176.)

Lakoff ja Johnson (1999, 46) ovat hyödyntäneet neljää muuta teoriaa tuottaessaan oman synteesinsä siitä, mitä on inhimillinen käsitteellinen ajattelu. Näissä teorioissa käsitellään ihmisen ruumiillisuutta, kognitiivista ja neuraalisista toimintaa sekä käsitteellistä ajattelua muu muassa sensorimotoristen ja subjektiivisten eli ei-sensorimotoristen kokemusten yhdistämisestä yhdeksi affektiiviseksi kokemukseksi Johnsonin (1997) teorian mukaan. Johnsonin teoria (1997) tarjoaa selityksen sille, miksi pystymme ymmärtämään, mitä tarkoitetaan esimerkiksi lämpimällä hymyllä, isoilla ongelmilla tai läheisellä ystävällä. Toinen teoria, johon tässä luvussa tarkemmin perehdytään, on Grady'n (1997) teoria primaareista

metaforista. Primaarimetafora-teoria selittää, miten kaikki monimutkaisemmatkin metaforat aina abstrakteihin käsitteellistykseen saakka ovat ”molekulaarisia”, koostuen atomisista metaforisista osista. Näitä kutsutaan alkeismetaforiksi. Teorian mukaan jokaisella alkeismetaforalla on minimaalinen rakenne, joka nousee luonnollisesti, automaattisesti ja tiedostamatta jokaisen arkipäiväisen kokemuksemme läpi. (Lakoff & Johnson, 1999, 46.)

Monimutkaiset metaforat muodostuvat alkeismetaforista käsitteellisesti sekoittamalla. Ihmisille jo lapsuudessa tapahtuvat kokemukset ovat universaalisti samoja kuten esineisiin tarttuminen tai inhimillinen läheisyys. Nämä perustavat samat kokemukset johtavat samankaltaisiin universaaleihin yhdistelmiin, joista useat ovat kehittyneet laajasti levinneiksi ja normaaleiksi metaforisiksi käsityksiksi. Tavanomaiset käsitteelliset sekoitukset ovat mekanismeja, joiden avulla kaksi tai useampi alkeismetafora voidaan saattaa yhteen, jolloin muodostuu kompleksisempi metafora. Kolmas Lakoff ja Johnson’n käyttämä teoria on jo edellä lyhyesti esitelty Narayanan (1997) metaforan neuraaliteoria, joka on teoria tapahtumien yleisestä rakenteesta. Neljäs teoria, jonka Lakoff ja Johnson ovat todenneet hyödylliseksi, on Fauconnierin ja Turnerin (1994) teoria käsitteellisestä sekoittumisesta. Sen mukaan erilliset käsitteelliset alueet voivat toimia yhdessä, ja tiettyjen olosuhteiden vallitessa syntyy alueiden välisiä poikkeikyhteyksiä. Tuloksena on tällöin uutta päättelyä. Tällaiset käsitteelliset sekoitukset voivat olla tavanomaisia tai täysin omaperäisiä. (Lakoff & Johnson, 1999, 46.)

Lakoff ja Johnson’n (1999, 47-48) integroitu teoria esittää mielenkiintoisen päättelyn inhimillisen käsitteellistämisen toimintaperusteista. Ensimmäisinä elinvuosinaan ihminen omaksuu laajan järjestelmän alkeismetaforia automaattisesti ja tiedostamatta vain toimiessaan jokapäiväisessä elämässään (vrt. Joas, 1996). Tälle tavalle orientoitua maailmaan ei ole olemassa vaihtoehtoja. Esimerkiksi raporteissa ja tutkimustulosten esittelemisessä käytetyt käyrät asioiden tilan havainnollistamiseksi perustuvat jo varhaislapsuudessa saamiimme sensorimotorisiin kokemuksiin vertikaalisuuden ja määrän läheisestä suhteesta toisiinsa. Näin voimme todeta tapahtuvan hyvin monessa arkipäivän elämän tilanteessa kuten vaikkapa veden kaatamisessa lasiin, jolloin nähdään, miten veden pinta nousee. Varhaisessa ihmisen kehityksessä samanlaista korrelaatiota voidaan nimittää yhdenytymiseksi, jossa määrää ja vertikaalisuutta ei useinkaan nähdä erillisinä, vaan useimmiten suhteessa toisiinsa, jolloin niiden välille syntyy luontainen assosiaatio. Hyvin normaaleiksi lingvistiksi metaforiksi vakiintuneet ilmaukset kuten ”hinnat laskivat tai nousivat” ovat alkeismetaforien alueiden välisen kartoittamisen toissijaisia ilmenemismuotoja. Toinen hyvin yleinen esimerkki alkeismetaforien yhdistymistä jo sensorimotorisella tasolla on ”tietäminen näkemisenä”. (Lakoff & Johnson, 1999, 47-48.)

*Tietäminen näkemisenä* on metafora, joka esiintyy usein taiteen teorioissa ja muotoilun tutkimuksen näkökulmissa yhdistyneenä toiseen alkeismetaforaan, *näkeminen on koskettamista* -metaforaan (ks. s. 195) (Anttila, 2005; Nowotny, 2010). Muotoilussa ja muotoilun tutkimuksessa tietäminen ja uuden tiedon tuottaminen perustuvat käsityksiin

tietämisestä havaitsemisena ja materiaalin käsittelynä, käsin tuntemisena ja työstämisenä. Muotoilijat ovat tottuneet ”upottamaan kätensä saveen” töihin alkaessaan. Ajattelu on tällöin mitä suurimmassa määrin objektien manipulointia ja tarkastelua niihin fyysisesti tarttumalla (Lakoff & Johnson, 1999, 240). Taiteen ja muotoilun tutkimukset ovatkin usein todellisen toiminnan kuvauksia ja tulkintoja siitä, miten materiaallisen maailman työstäminen on tuottanut uutta tietoa tekijälleen (Mäkelä & Routarinne, 2006).

Muotoilu on visuaalista ja sellaisenaan käsittää kaksi- ja kolmiulotteisen havaitsemisen. Kaksi- ja kolmiulotteinen havaitseminen käsittää viimeisimpien tutkimusten mukaan hyvin kiinteästi myös toiminnan. Noén (2004) mukaan havaitseminen tapahtuu juuri toiminnassa, ei siitä irrallaan. Esimerkkinä tästä Noë käsittelee sokeana olemisen kokemusta. Toiminta ja havaitseminen ovat niin saumattomasti yhteydessä toisiinsa, että sokeus ihmisen normaalina toiminnan ehtona on kokemuksellisesti määriteltynä jotain aivan muuta kuin, mitä olisi ”sokean leikkiminen” kokemuksena ihmiselle, joka ei oikeasti ole sokea. Havaitseminen yksinään ei vielä riitä tuottamaan kokemusta, vaan vasta ruumillisia taitojamme hyväksi käyttämällä ja toiminnan kautta tuotamme havaitsemisen kokemuksen. (Noë, 2004, 3.)

”Maailma tekee havaitsijalleen itsensä saataville fyysisen liikkeen ja vuorovaikutuksen kautta” (Noë 2004, 1).

Muotoilun tutkimuksessa muotoilujattelun käsite on tullut akateemiseen keskusteluun. Sillä pyritään tuomaan esille muotoilulliseen tietämiseen ominaisesti kuuluva toiminta yhtenä alan tutkimuksen keskeisimmistä ominaispiirteistä. Muotoilujattelu on myös osoitus käsitteestä, joka muotoilun käytännöistä ja konkreettisesta kappaleiden muotoilusta lähtevänä toimintana pyrkii saavuttamaan myös käsitteellistä tieteellistä jalansijaa (Miettinen & Valtonen, 2012a; Miettinen, 2014; Karihalme, 1996.)

Seuraavaksi esittelen mahdollisimman selkeästi ja tiiviissä muodossa teoreettisessa koodauksessa hyödynnettyjä 24 ruumiillisuuden perustavaa metaforaa, joista osa on noussut teoriassa esille muita korostuneemmin kuten edellä sivutut *aika liikkeenä* ja *kategoriat säiliöinä* metaforat. Ankkuroidun teorian tuloksina niitä käsitellään osittain myöhemmissä tuloslukuissa. Grady (1997) tutkimusten perusteella seuraava lista kattaa tyypilliset inhimillisen käsittämisen perus- tai alkeismetaphorat, joita on 24 (Lakoff ja Johnson 1999, 50-54):

1) Kiintymys on lämpöä -metaforan subjektiivinen arvio kiintymyksestä on ruumiillisesti eli sensorimotorisesti havaittu lämpö, kuten ilmaus ”He kohtelivat minua lämpimästi” osoittaa. Primaarikokemuksena on tällöin lämmön tunne, kun esimerkiksi lasta pidellään sylissä rakastavasti.

2) Tärkeä on suurta -metaforassa subjektiivinen arvio tärkeydestä



vastaa sensorimotorisesti koettuna isoa komponenttia tai aluetta (engl. domain), kuten esimerkissä "Huomenna on suuri päivä". Primaarikokemuksena voit palata kokemuksiin lapsuudesta, jolloin kaikki löytämäsi asiat ovat olleet suurta suhteessa itseen, kuten vanhemmat, jotka samalla ovat lapselle myös tärkeitä.

3) Onni on ylös -metaforan subjektiivinen arvio onnellisuudesta vastaa sensorimotorista komponenttia ruumiin suuntautumisesta ylöspäin tilassa kuten esimerkissä "Nousen ilmaan".

4) Henkilökohtaisuus on läheisyyttä -metaforan subjektiivinen arvio henkilökohtaisesta asiasta on sensorimotorisesti lähellä omaa ruumista. Aikakausilehdistä on toistuvasti luettavissa avioeroon ajautuvista pariskunnista, jotka ovat niin sanotusti "ajautumassa erilleen toisistaan". Primaarikokemuksena henkilökohtaisessa suhteessa oleminen merkitsee säännöllistä fyysistä lähellä olemista esimerkiksi perheenjäsenten kanssa.

5) Huono on löyhkäävää -metaforassa subjektiivinen arviointi tapahtuu sensorimotorisesti hajun perusteella. Kun "Tämä homma haiskahtaa", vertautuu kokemus primaarikokemukseen pilaantuneesta ruuasta, mikä fyysisesti aiheuttaa etomisen tuntemusta ja inhoa vastenmielisen hajuisia objekteja kohdattaessa.

6) Vaikeudet ovat taakkoja -metaforassa subjektiivinen arvio vaikeudesta on sensorimotorisesti lihaksissa tuntuva ponnistus, jolloin muun muassa "Vastuu painaa". Primaarikokemuksena tämä palautuu epämukavuuden tuntemukseen tai epäonnistumiseen yritettäessä nostaa tai kantaa painavia esineitä. Tähän liittyy hyvin konkreettisesti esim. vaellusreissulle lähtemisen tavaramäärä ja sen "raahaaminen". Liiallinen määrä tavaroita tuottaa vaikeuksia ja on taakka.

7) Enemmän on ylös -metaforassa subjektiivinen arvio, tässä tapauksessa määrä, tapahtuu sensorimotorisella alueella vertikaalisena suuntautumisena. Taloudessa on lukuisia esimerkkejä tästä kuten "Hintojen nousu". Primaarikokemus metaforasta perustuu materiasta koostuvien pinojen, kasojen tai nesteiden pinnan nousun ja laskun seuraamisena joko "enempänä" tai "vähempänä".

8) Kategoriat säiliöinä -metaforan subjektiivinen arvio lajien ja tyyppien havaitsemisesta ilmenee sensorimotorisesti tiloina suhteessa toisiinsa; esimerkiksi "Kuuluvatko tomaatit vihannesten vaiko hedelmien luokkaan?". Primaarikokemus perustuu sen havaitsemisesta, miten yhteen kuuluvien esineiden ja asioiden nähdään päätyvän sijaitsemaan jollakin tietyllä rajatulla alueella tai tilassa.

Korrelaatio on yleisen sijainnin ja yleisten ominaisuuksien, toimintojen tai alkuperän välillä.

9) Samanlaisuus on lähellä olevaa -metaforan subjektiivinen arvio vastaa sensorimotorisesti fyysisesti lähellä tilassa olevia asioita. Muotoilun kuluttamisessa esimerkkinä voisi toimia värien luokittelu "lähestulkoon samoina". Primaarikokemuksena samanlaisuus perustuu tarkkailuun samanlaisten objektien ryhmittymisestä yhteen (kukat, puut, kivet, rakennukset, astiat).

10) Lineaariset asteikot ovat polkuja -metaforan subjektiivinen arvio perustuu asteisiin, suuruuksiin ja määriin. Tämän kokemuksen sensorimotorinen alue on liike, jolloin esimerkkinä voidaan käyttää lausahdusta: "Jounin älykkyys menee Keijon älykkyuden ohi". Primaarikokemus tässä metaforassa perustuu liikkeessä olevan objektin etenemisen tarkkailuun. Havaittaja huomaa korrelaation liikkeen ja määrän muutoksen välillä esimerkiksi tapauksessa, jossa veden pinta lasissa nousee siihen vettä kaadettaessa.

11) Organisaatio on fyysinen rakenne -metaforan subjektiivinen arvio perustuu abstrakteihin yhtenäistäviin suhteisiin. Sensorimotorisesti se on kokemus fyysisistä objekteista kuten se, miten esimerkiksi tämän teorian kappaleet sopivat yhteen. Primaarikokemuksena asia havaitaan monimutkaisten objektien kanssa tapahtuvana vuorovaikutuksena ja niiden rakenteeseen osallistumisena kuten korrelaationa osakokonaisuus-rakenteiden havaitsemisen ja muodostumassa olevien loogisten suhteiden kognitiivisten representaatioiden välillä.

12) Apu on tukea -metaforan subjektiivinen arvio on avustaminen. Sensorimotorisesti kyseessä on fyysinen tukeminen kuten tilanteessa, jossa "Tuetaan paikallista kivijalka-yrittäjää". Primaarikokemus perustuu tarkkailuun siitä, miten jotkin kokonaisuudet ja ihmiset vaativat fyysistä tukea pystyäkseen jatkamaan toimintaa.

13) Aika on liikettä -metaforan subjektiivinen arvio on ajan kulku. Sensorimotorinen alue on liike kuten tilanteessa, jolloin "Aika lentää". Primaarikokemus perustuu ajan kulumisen kokemiseen samalla kun havaittaja itse liikkuu tai havaitsee liikettä.

14) Olotilat ovat sijainteja -metaforan subjektiivinen arvio on subjektiivisesti koettu olotila. Sensorimotorisena alueena on sijainti rajatulla alueella tai tilassa, kuten esimerkissä "Olen nousemassa fiiliksiin ja seuraava hyvä asia vie minut taivaisiin". Primaarikokemus tästä on kokea jonkin tilan korreloivan jonkin paikan tai sijainnin kanssa kuten paleleminen pimeällä kadulla tai turvallisuuden tunteen kokemisen omassa sängyssä.

15) Muutos on liikettä -metaforan subjektiivinen arvio on kokea olotilan muutos. Sensorimotorisesti alue käsittää liikkumisen kuten silloin kun "Autoni on mennyt entistä huonompaan kuntoon". Primaarikokemus on tilan muutoksen kokeminen samalla kun liikkuessasi havaitsijana vaihdat fyysistä sijaintia.

16) Toiminnot ovat itseohjautuvaa liikettä -metaforan subjektiivinen arvio on toiminta. Sensorimotorisesti kyseessä on oman kehon liikuttaminen tilan läpi kuten "Liikkuessani projektin mukana", jolloin primaarikokemus perustuu itsensä liikuttamiseen tilojen läpi yleisenä ja tavallisena toimintana. Näitä kokemuksia ihmisillä on eniten elämänsä ensimmäisten vuosien aikana.

17) Päämäärät ja tavoitteet ovat kohteita -metaforassa subjektiivinen arvio perustuu tavoitteen saavuttamiseen. Sensorimotorisena alueena on maantieteellisen tai muun fyysisen kohteen saavuttaminen kuten esimerkissä "Hän tulee lopulta menestymään, mutta vielä hän ei ole siellä". Primaarikokemus tästä on kohteen saavuttaminen jokapäiväisessä, arkisessa elämässä ja siten päämäärien saavuttaminen kuten konkreettisessa esimerkissä siitä, mikäli haluat vettä, sinun on mentävä vesiautomaatille.

18) Päämäärät ovat toivottuja objekteja -metaforan subjektiivinen arvio perustuu päämäärän ja tavoitteen saavuttamiseen. Sensorimotorinen alue on objektin manipulointi kuten esimerkissä "Näin mahdollisuuden menestykseen ja tartuin siihen". Primaarikokemus perustuu tavoiteltuun tai haluttuun objektiin tarttumiseen, jolloin saavutetaan korrelaatio tyydytyksen ja halutun fyysisen objektin pitämisen välillä.

19) Syyt ovat fyysisiä voimia -metaforan subjektiivinen arvio on tulosten saavuttaminen. Sensorimotorisena alueena on voiman käyttö kuten "puskettaessa Pekka valtuustoon". Primaarikokemus perustuu tulosten saavuttamiseen fyysistä voimaa käyttämällä niin, että objekteja saadaan liikutettua tai muutettua.

20) Suhteet ovat aitauksia -metaforan subjektiivinen arvio on ihmisten välisissä suhteissa. Sensorimotorisesti kyseessä on aitauksessa olo kuten esimerkissä: "Olemme olleet läheisiä jo vuosia, mutta suhteen aloittaminen tuntuu liian rajoittavalta". Primaarikokemus perustuu samassa suljetussa fyysisessä tilassa elämiseen niiden ihmisten kanssa, joiden kanssa olet eniten tekemisissä.

21) Kontrolli tai hallinta on ylös -metaforan subjektiivinen arvio on hallinnassa ja kontrollissa oleminen. Sensorimotorisesti kyseessä

on vertikaalinen suuntautuminen kuten "Tilanteen herrana olemisessa". Primaarikokemus perustuu sen oivaltamiseen, miten paljon helpompaa on hallita toista ihmistä tai käyttää voimaa yläpuolella sijaitsevaan objektiin silloin, kun painovoima on omalla puolella.

22) Tietäminen on näkemistä -metaforan subjektiivinen arvio on tieto. Sensorimotorinen alue on näkökyky kun "Ymmärretään, mitä tarkoitetaan". Primaarikokemus perustuu informaation saavuttamiseen näkemisen avulla.

23) Ymmärtäminen on tarttumista ja kiinni pitämistä -metaforassa subjektiivinen arvio on ymmärtäminen ja käsittäminen. Sensorimotorinen alue on objektin manipulointia kuten esimerkissä siitä, miten "En ole koskaan kyennyt tarttumaan numeroihin". Primaarikokemus on tiedon saaminen objektista siihen tarttumisen tai sen manipuloinnin kautta.

24) Näkeminen on koskettamista -metaforan subjektiivinen arvio on visuaalinen havaitseminen. Sensorimotorinen alue on kosketus kuten esimerkissä "Hän poimi kasvoni yleisöjoukosta". Primaarikokemus on korrelaatio visuaalisten ja kosketeltavien objektien tutkiskelun välillä.

### 7.3.2 Kulttuurisen käsitteellistämisen rajat ja mahdollisuudet

Käytäntöteoreetikko Lizardo (2012) on kritisoinut fenomenologisia ja funktionalistisia, erityisesti jälkifunktionalistisia teorioita ja teoreetikkoja (esim. Berger & Luckmann, 1994), jotka ovat oletaneet kulttuurisen sisäistämisen (engl. internalization) tapahtuvan yksi-yhteen-mallin mukaisesti niin, että yksilö kykenee sisäistämään ulkoisen symbolisen kulttuurin mallin täydellisenä kopiona osaksi omaa yksilöllistä sisäistä kulttuuriaan. Yksilöllistä kulttuuria ei Lizardon (2012, 76) mukaan voi ajatella muotonsa säilyttävänä analogiana ja representatiivisena kopiona tunnistettavissa olevasta kulttuurista. Sen sijaan kulttuuri tulee yksilöiden saataville välitetyssä muodossa niin, että esimerkiksi ei-lukutaitoisissa kulttuureissa tunnistettava kulttuuri löytyy käytännöistä kuten tavoista puhua tai kävellä, ja joihin liittyy arkisia esineitä ja artefakteja sekä toisaalta myös esteettisiä, rituaalisia ja uskonnollisia esineitä. Lukutaitoisten yhteiskuntien kulttuuri on havaittavissa pitkälti kirjoitetuissa teksteissä ja muussa kielellisessä kommunikaatiossa. (Lizardo, 2012, 76.)

Lizardon (2012) mukaan viimeaikainen kehitys kognitiotieteessä ja mielen filosofiassa osoittavat radikaalista erilaista, uutta suuntaa ymmärtää tapoja, joilla kulttuuri ruumiillistuu inhimillisissä toimijoissa. Teoriat kulturaatiosta oppimiseen perustuvina sisäistämisen malleina olettavat paljon inhimillisestä kyvystä tallentaa pitkäkestoiseen

muistiin erinäisiä kielellisesti tai muulla tavoin symbolisesti välittyneitä ja tunnistettavia kulttuurisia sisältöjä. Lisäksi niissä oletetaan pitkäkestoiselle muistilla olevan kyky poimia eteen tulevissa tilanteissa symbolisia sisältöjä käyttöön yllättäen, kontekstista riippuen ja suureksi osaksi sattuman varaisesti. Kulttuuriteorioiden käsitys mielen representaatiosta on tältä osin vielä liian kapea, jos oletetaan mentaalisten representaatioiden luonteen perustuvan symbolisiin, ehdollisiin ja opittaviin kulttuurisiin sisältöihin ja ilmenevän näin kulttuurisen lahjakkuuden ominaispiirteinä. (Lizardo, 2012, 70-72.)

Sisällöntuotannon suoraa rekonstruktivistista eli uudelleen muodostuksen prosessia on harhaanjohtavaa sekoittaa hakemisen, muistiinpalauttamisen tai tallennetun kulttuurisen sisällön uudelleenmonistamisen prosessiin. Yhteiskunta- ja sosiaalitieteiden näkökulmat perustuvat usein tähän ajatukseen, koska puhetta ja kieltä käytetään todisteena sisäistämisen tapahtumisesta. Kyseessä on oppimisen *yhdistämisen-muistiinpainamisen-muistiinpalauttamisen malli* (engl. incorporation-encoding-retrieval), joka tarkoittaa pitkäkestoista muistia. (Lizardo, 2012, 73.) Swidler (1986) on ensimmäisenä kyseenalaistanut ja yksinkertaistanut vallitsevia kulttuuriteorian käsityksiä ehdottamalla mallia siitä, miten yksilöt itse asiassa vain sitoutuvat ja ryhtyvät säädelyyn improvisaatioon osallistussaan yleisiin kulttuurisiin tilanteisiin (Lizardo, 2012, 73). Käytössään heillä on Swidler'n (2001) mukaan jokseenkin pieni ja väljä työkalulaatikko, johon kuuluu sekä sisäisiä että ulkoisia oppeja, menetelmiä ja taitoja, joiden avulla kulttuurista sisältöä rakennetaan juuri siinä yhteydessä reaaliaikaisesti niiden yksilöiden toimesta, jotka ovat päätyneet osallisiksi kulloiseenkin sisällönluonnin tapahtumaan (Lizardo, 2012, 73).

Näkökulmasta, joka tukee etukäteisoletuksia yksilöiden kaikkialle mukanaan kantamasta kulttuurisesta sisällöstä, on hankala päästä eroon (Lizardo, 2012, 73). Yksilöt ovat niin taitavia nopeasti tuottamaan kulttuurisia sisältöjä, että on helppo uskoa jonkin erityisen jo valmiiksi jäsennellyn sisällön olemassa oloon. Tätä voidaan kutsua *olemassa olevan sisällön illuusioksi*. (Lizardo, 2012, 81.)

Lizardon käytäntöteoreettinen teoria toimintotarjojen kulttuurista (engl. the procedural culture) esittää kulttuurin olevan ruumiillistunutta. Se sisäistetään yksilöllisesti dynaamisina toimintotarjoina, toimintokeskeisesti, kontekstisensitiivisesti, sensorimotoriseen osaamiseen perustuen, ei-sisältöjä-kantavasti, ei-ehdollistetusti ja ei-symbolisesti. Lizardo (2012, 75) viittaa Bourdieu'n (1998) *Järjen käytännöllisyys* -teoksen ajatuksiin siitä, miten yksilön on täysin mahdollista sosiaalistua pelkästään ollessaan mukana kokemassa jotain materiaalista ja sosiaalista, jolloin tilanteissa ei ole tarpeen nostaa esiin mitään erityisiä ulkoisia kulttuurisia sisältöjä. Kulttuuria ei voi myöskään Bourdieu (1990) mukaan yleisesti objekti-voida niin, että samalla säilytettäisiin sen alkuperäiset ominaisuudet (Lizardo, 2012, 75).

Kyky tehdä toimintotarjojen kulttuuria selväksi esimerkiksi ulkopuolisille puheen, kirjoitetun tai jopa teoretisoinnin muodossa, on jo itsessään eri tavoin jakautunut yksilöiden välisinä hankittuina taitoina, jotka on sidottu niihin materiaaliin ja sosiaaliin olosuhteisiin, joissa yksilöt kehittyvät taitojensa taitajiksi. Toimintotarjojen kulttuuriteoria

kehottaa myös huomioimaan, miten yksilön sisäistävä kulttuuri on ensisijaista suhteessa tunnistettavissa olevan kulttuurin tuottamiseen. On harhaanjohtavaa ajatella ja erehtyä luulemaan yksilön menettelytavallisten taitojen soveltamista tietyssä tilanteessa kulttuuriksi itseksensä. Voidaan ajatella, että toiset ovat enemmän kulttuurin tuottajia ja toiset sen kuluttajia taitojensa mukaan. Vastavuoroiset taidot eivät välttämättä ole hallussa samalla ihmisellä. Täten on huomioitava myös mahdollisuus, että jollain yksilöllä tai ryhmällä on hankittuja taitoja tuottaa puhetta tai tekstiä jostain (engl. about) tunnistettavasta kulttuurista ja siihen liittyvästä tietämisestä (vrt. konsulttipuhe), mutta silti samalla ihmisellä tai ryhmällä ei ole kykyä tuottaa puhumaansa kulttuurista sisältöä käytännön taidoksi alalta, josta puhuu. (Lizardo, 2012, 77-77.)

”Kulttuurin ruumiillistaminen edellyttää suoraa kokemusta tunnistettavan kulttuurin alueesta” (Lizardo, 2012, 80 [tekijän suomennos]).

Kokemusta ei siis voisi suoraan siirtää tai ”oppia” esimerkiksi kielen avulla. Kokemus syntyy ainoastaan käytännössä. Kokemus on ensisijainen ja perustava, ja symbolit ovat vain hyvin rajallinen osa tätä kokemusta. Symbolien ja merkkien käyttäminen on vahvasti sidottu tiettyihin ruumiillisiin, tunnistettavissa oleviin kulttuuriin käytäntöihin. Symboleja ja merkkejä osaavat käyttää vain he, joilla on niistä käytännön kokemusta. Sisäistettyjen taitojen muuntaminen tunnistettavaksi kulttuurituotteeksi vaatii lisäksi hyvin erilaisten kulttuuristen taitojen hankkimista. Nämä tuottamisen ja selittämisen taidot on myös sidottu käytäntöihin, minkä lisäksi ne ovat epätasaisesti ja epätasa-arvoisesti jakaantuneet. Usein on vielä niin, että tulkinnassa tarvittavat taidot kuten tietyn tyyllilajin mukainen kirjoittamisen taito ovat hyvin erilaisia suhteessa kulttuurisen käytännön tuottamisessa tarvittaviin taitoihin. (Lizardo, 2012, 80.)

Tämä ontologinen lähestymistapa tutkittavaan kohteeseen on pragmatistinen ja käytäntöteoreettinen, ja erinäisiä kartesiolaisia dualismeja välittävänä kantana se mahdollistaa kokemuksen aineellisen ja aineettoman ulottuvuuden tarkastelun ruumiillisten käytätöjen kautta (Kilpinen, 2012; Lizardo, 2012; Noë, 2004; Reckwitz, 2002). Näkökulma on muotoilun tutkimuksessa uutta tietoa tuova, luonteva ja ”luonnollinen”, mutta käsitteellisen teorian muodostuksen tasolla siitä ei ole tuotettu esimerkkejä erityisesti muotoilun kuluttamisen näkökulmasta. Inhimillisen kokemuksen tarkastelu niin sanotusti yksilön pään sisäisenä mentaalisenä ajatteluna on lähtökohta, joka tässä tutkimuksessa hylätään, ja jota ei ruumiillisuuden käytäntöteoreettisesta näkökulmasta ole mahdollista saavuttaa ikään kuin puhtaana fenomenologisena ajatuksena, *an sich* (Lizardo, 2012).

Luonto muotoilun kuluttamisen kohteena on aineiston esiin nostamana sekä materiaallinen että kulttuurinen käsite. Kulttuurisena käsitteenä se vaikuttaa myös tutkittavien käsitteellistykseen siitä, mitä luonto on. Muotoilun lisäksi luontoa materiaalisena ja

erityisesti kulttuurisena kuluttamisen kohteena on tutkittu myös matkailussa pohjoisen kontekstissa kuten kulttuurilähtöisessä matkailuntutkimuksessa ja luontomatkailun tutkimuksessa. Matkailua ja tämän tutkimuksen tutkimusaluetta muotoilua yhdistävät tutkimukseni empiirisen viitehyksen ytimessä olevat luonto ja ulkoilmaharrastaminen, yhteys, johon viittasin luvussa 6.1.2.3 *Luonto ja kulttuuri* tarkastellessani ekologisen kuluttamisen aineiston selektiivisessä koodauksessa esille nousutta samannimistä koodiryhmää ja teorian alustavaa käsitteellistä kategoriaa.

Molemmilla tutkimusaloilla, matkailussa ja muotoilussa käsitellään hyvin samankaltaisia kulttuurisen tuotteistamisen kohteena olevia inhimillisiä elämyksiä ja kokemuksia (Hakkarainen, 2017; Rantala, 2011). Matkailu ja muotoilu risteävät monin osin kulttuurintutkimuksen näkökulmasta paitsi tutkimuskohteiltaan, myös ihmistieteellisen tutkimuksen menetelmiltään (Edelheim & Ilola, 2017, 13). Molemmat ovat myös toimialoja, toimintaympäristöjä, elinkeinoja, verkostoja, klustereita ja työkenttiä, joissa on vahva palvelullinen elementti. Ilmiöiden ominaispiirteet yksityiskohdissa eroavat toisistaan, mutta tavat käsitellä elämyksiä ja kokemuksia kulttuurisina tuotteina, palveluina ja ilmiöinä ovat samankaltaiset. Matkailun ja muotoilun kulttuurien tutkimuksessa on kuitenkin myös selkeä ero, joka ilmenee konkreettisimmin silloin kun aloja tarkastellaan inhimilliselle kognitiolle tyypillisessä tavassa hahmottaa asioita suhteessa ajalliseen kehykseen sekä ajalliseen ja tilalliseen liikkeeseen (vrt. Lakoff & Johnson, 1999, 152).

Rantala (2011, 40) tarkastelee metsäluontoa luontomatkailun tutkimuksen näkökulmasta, jossa metsä ymmärretään pitkälti matkailutoiminnan resurssina ja sosiaalisten käytäntöjen tilana matkailukokemuksille ja elämyksille. Suomalainen metsäluonto luontoelämyksiä ja estetiikkaa tarjoavana ympäristönä on muotoilun kuluttamisen kohteena myös erinäisten siellä olevien ja siihen liittyvien objektien käsittelyn ja manipuloinnin kohteena, ei pelkkänä turistisen katsomisen (engl. gaze) kohteena, johon matkailututkimuksessa usein viitataan (Macnaghten & Urry, 2001). Metsä ei ole vain peili, johon kulttuurisia ihanteita heijastetaan tai kiinnitetään (Rantala, 2011, 41). Metsä ei siis tarjoa pelkästään affordansseja kuten lumisia reittejä ja maisemia. Muotoilun kuluttamisen näkökulmasta turistien fyysistä kontaktia pohjoisen luontoon voidaan pitää jopa heikkona. Luontomatkailuopas pyrkii välittämään tätä kontaktia oman ruumiillisen toiminnan ja tiedon kautta, joka puolestaan asettuu turistisen katseen kohteeksi.

Valkonen (2011) on tarkastellut aineettoman palvelutuotannon materiaalisuutta erityisesti pohjoisen luontomatkailun kontekstissa. Artikkelissaan hän kysyy *millaisia ruumiillisia ja emotionaalisia ehtoja ja osaamisvaateita luonnonympäristö [matkailu] työlle asettaa*. Hän käyttää ohjenuoranaan Latourin (2005) kollektiivin käsitettä liikkuvien suhteiden verkosta. (Valkonen, 2011, 109-110.) Tunnistan artikkelissa esitellyt safarioppaiden kuvaukset pohjoisen luonnon haasteellisuudesta sisällöllisesti samankaltaisina suhteessa omaan aineistoni ulkoilmaharrastamisen aktiviteettikuvauksiin. Safarioppainen vahva ”luonnon osaaminen”, sitkeys ja palveluhalu luontoon kuljetettujen

asiakkaiden turvallisuuden ja nautinnollisten elämysten takaamiseksi saa pohtimaan, miten moni omien tutkittavieni kaltaisista ruumiillisista ”luonnon osaajista” lopulta löytää itsensä vastaavanlaisista asiakaspalvelutilanteista. Valkonen lähestyy myös kysymyksiä liittyen luontomatkailun palvelutyön emotionaalisiin ja kehollisiin sitoumuksiin, mutta palauttaa ruumiillisuuden tarkastelun enemmän emotionaalisiin elementteihin kuin ihmisruumiin materiaalisuuteen. Artikkelissa esimerkiksi kuvataan, miten safarioppaan käsi murtuu asiakkaan ajaessa moottorikelkalle sen ylitse. Sen sijaan, että opas kertoisi asiakkailleen näin käyneen, hän kärsii kivun, hymyilee ja hoitaa seurueen perille määränpäähensä ennen kuin lähtee hoitamaan kätensä. Tämä siksi, että asiakkaat eivät pelästyisi ja jotta miellyttävät elämykset jäisivät retkeltä heille päällimmäiseksi mieleen. Käytäntöä selitetään muun muassa oppaiden onnettomuustilanteita säätelevinä ”emotionaalisina sääntöinä”. (Valkonen, 2011, 115-116.) Mielenkiintoista on leikitellä ajatuksella siitä, miten matkailun elämysteollisuus ja sen tuottamat palvelut muuttuisivat, jos matkailijat otettaisiin ruumiillisesti vahvemmin osaksi luontokokemusta, jotain sellaista, missä luonto on koettavissa muutenkin kuin vain turistisen katseen kohteena tai vain pintapuolisena miellyttävänä hipaisuna pohjoisesta luonnosta.

Tutkimukseni mukaan muotoilun kuluttamisessa, erityisesti nuoremman sukupolven äärimmäisiä ulkoilma- ja luontoaktiviteetteja tarkasteltaessa, pohjoista luontosuhdetta ei pysty selittämään pelkästään romantisoituina tai romanttis-ekspressiivisinä tulkintoina luontokokemuksista, jotka asettuvat vastakkain urbaanin elämän rationaalisuudelle ja kiivastempoisuudelle (esim. Simula, 2012, 115). Luonto tarjoaa mahdollisuuden kiireettömyydelle, mutta ihmisen ruumiillinen liike luonnon tilassa on usein paikallaan ollessaankin dynaamista ja materiaalisesti monin tavoin kiinnittynyttä. Se on monin tavoin vahvempaa ja jännitteisempää kuin romanttisten tulkintojen tuottamat käsitykset viipyilemisestä luonnon helmassa. Simulan (2012, 189, 113) esittelemät luonnossa liikkumisen representaatiot, traditionaalis-pragmaattinen ja harrastukselliskollektiivinen representaatio tukevat tutkimukseni selitystä luonnossa liikkumisen ruumiillisesta dynaamisuudesta.

Olen nyt tarkastellut muotoilun kuluttamisen käytäntöjä vahvasti ruumiillisuuteen kiinnittyneinä prosesseina, joissa materiaalisilla – myös ihmisen ruumiin materiaalisilla tekijöillä on välittävä asemansa yhteisöjen kulttuurisen maun tuottamisen käytännöissä. Tässä tutkimuksessa tämä ruumiillinen ja materiaallinen yhteys luontoon ja materiaaleihin on toistaiseksi ollut ensisijaisen tarkastelun ja selittämisen kohteena, jolloin käytäntöjen sosiaaliset ulottuvuudet ovat saaneet jäädä taustalle. Tulevaisuudessa tämä sosiaalisuuden materiaallinen ulottuvuus kuitenkin haastaa minua tutkijana tuomaan näitä osa-alueita tiiviimmin yhteen.



## 8 KESTÄVÄ MUOTOILU MUOTOILUN KULUTTAMISEN TAVOITTEENA

### 8.1 Inhimillinen hyvinvointi kestävyiden moraalisen perustana

Haastattelija: [T]ämmönen johdatus tähän (2) aiheeseen elikkä tota harrastuksen merkityksestä ensin, kertoisitte että mikä se on teille (.) mikä tässä motivoi ku näyttää siltä tuolla [videolla] nyt olette keskellä ei mitään arktista pimeää niin mikä ihme se on se juttu ((naurahtaa)) mikä sinne vetää?

Kerttu: Se on juttu se keskellä ei mitään oleminen että ei tarvi (.) niin irtiotto tästä kaupunkiarjesta

Petteri: mm (.) niin oma- omin voimin tullaan toimeen ja ihan pyöritään näitten elämän perusarvojen ympärillä että taretään ja saahaan maha täyteen

Kerttu: muulla ei oo sitte väliä

Petteri: muulla ei oo väliä (.) sitte joku joku pikku päämäärä siinä joka rytmittää sitä päivää että ei vaan pelkästään nuku ja syö että vähä sitte hiihtää että näkis jonku hienomman paikan (.) jotain maisemia tai jotain

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Edellisessä katkelmassa tiivistyy inhimillisen kokemisen moraalinen perusoikeuksien todellinen ydin, joista käsityksemme oikeuksista näyttäisi alkavan jo varhaislapsuudessa: perustava omistaminen, normaali ruumiinliike ja vapaus ruumiillisesta kivusta, johon muun muassa riittävällä levolla ja ravinnon saannilla tähdätään. Vastaavasti aikuisiän abstraktit oikeuskäsitykset perustuvat näihin ensimmäisten oikeuksien metaforisiin versioihin. Esimerkiksi Locken oikeudet ”elämään, vapauteen ja omaisuuden tavoitteluun” ovat näiden perustavien inhimillisten oikeuksien eri versioita. (Lakoff & Johnson, 1999, 329.)

Ymmärrämme moraalisuuden kokemustemme eri puolten ja alueiden rakenteiden kartoitusten kautta: terveys, tasapaino, järjestys, rajat, kauneus, voima sekä valoisuus vastaan pimeys ovat tällaisia kokemusalueita. Moraalisen päättelymme rajat tuodaan näiltä muilta kokemusten käsitteellisiltä alueilta. Moraaliin siis vaikuttavat myös inhimilliset kokemukset niiltäkin elämäalueilta, joita perinteisen näkemyksen mukaan ei tulisi pitää

eettisen vaikutusalueena. (Lakoff & Johnson, 1999, 328.)

Ruumiillisuus ja ruumiillinen kokeminen ajattelun edellytyksenä selittävät ihmisen sisäänrakennetun käsityksen muotoilun kuluttamisen kestävästä tavoitteesta. Avoimessa koodauksessa esille noussut koodiryhmä *yllellisyys immateriaalisina arvoina ja tunteina* käsitti koodeja ja tapahtumia, jotka selittivät elämän perusarvoja ja tavoitteita, lähimmäisten ja perheen merkitystä sekä terveyttä, turvallisuutta ja ekologisuutta ihmisille keskeisinä elämää ohjaavina arvoina. Varauksellista suhtautumista materiaaliseen luksukseen ja sen tavoitteelliseen kuluttamiseen olen selittänyt aineettomien arvojen ja tunteiden ensisijaisuudella tutkittavien kokemusmaailmassa. Suomalainen muotoilun kuluttaja ei välttämättä ole mielestään edes kokenut omistavansa luksusta sen materiaalisissa muodoissaan, luksustuotteina. Luksuspalveluja hän ehkä tunnistaa käyttäneensä, mutta niistäkin suuri osa kohdistuu oman ja lähimmäisten terveyden ja hyvinvoinnin edistämiseen. ”Mikäli et osaa huolehtia itsestäsi, et osaa huolehtia toisista”, on moraalisesti hyväksyttävän hyvinvoinnin tavoittelun motto, joka toistuu aineistossa (Lakoff & Johnson, 1999, 311). Tästä näkökulmasta yllellisyytenä koettu hyvinvointi liittyy ulkoilmaharrastamisen terveyttä edistävien vaikutusten lisäksi muuhun tarpeelliseen hyvinvoinnin tukemiseen:

Haastattelija: [--] nyt puhuttiin tuotteista [--] entäpä palvelut sitten, että mitkä ois semmosia palveluita, jotka kokee itselleen ylelliseksi?

Maj: Pesulapalvelut. ((naurahtaa)) Mattojen pesupalvelut pesulassa ettei tartte niitä kesällä pestä itse vaan voi mennä pelaamaan. Kaiken kaikkiaan (.) niinkun oli puhetta aikasemmin että jos jos niinkun on on semmosessa työssä joka vie paljon aikaa ja jos on vielä semmonen niinkun harrastus niin on luksusta se että on sen verran (1) tuloja että voi ostaa palveluja ja tavallaan ostaa itselleen vapaa-aikaa. (1) Elikkä ne voi olla sitten erilaisia siivouspalveluita, pesulapalveluita (.) en mä nyt oikein muuta keksi.

Aila: No tota joo just noista palveluista jos ajatellaan niin (.) tietyllä tavalla on (.) luksusta se että jos minä tarvitsen niin mun ei tarttekaan mennä välttämättä jonottaan terveystakeskukseen vaan mä voin mennä (.) yksityiselle lääkärille jos mä tarvitsen.

Malla: Joo mäkin sanon muuten sen. Mää rakastan siivoomista. Mää haluan tehdä kaikki itse. ((nauraa)) Mut tota noin niin ((puhutaan yhteen ääneen)) ( ) mä menen yksityislääkärille just sitä varten että mä koen (.) mä en tiiä saanko, mut mä oletan että mä saan parempaa palveluu ja ja mun ei tarvi jonottaa  
(Naisgolfareiden haastattelu, Rönäs)

Jokaisella yksilöllä on ensisijainen vastuu huolehtia itsestään, jolloin yksilön tämän tavoitteen eteen tekemiä valintoja ei voi lähtökohtaisesti pitää turhana ja moraalisesti arveluttavana ”tuhlailuna” (Lakoff & Johnson, 1999, 311). Aineistossa esille tulleet aineetomat arvot kuten hyvinvointi ja terveys olivat keskeisesti yhteydessä *itsensä kehittämisen*

*ja toteuttamisen* koodiin, joka edelleen teoreettisen ja käsitteellisen koodauksen vaiheissa osoitti selittävän yhä vahvemmin muotoilun kuluttamiseen sisäänrakennettua kestävästä kuluttamisen tavoitetta.

Haastattelija: Kuinka suuren osan vapaa-ajasta sitte metsästys teiltä vie? Esimerkiks kuinka usein vuoden sisällä tai vuoden aikana käytte metsällä?

Heikki: [M]eikääläinen on semmonen moniammattilainen, et kaikkea mitä sieltä kiinni saa syötävää ja myötävää, niin kaikki on kelvanneet. Et jossakin välissä pitää pyytää sitten kalat ja, ja marjoja monenlaisia ja, ja, tämmösenä vanhempana sienineuvojana ni, niitäki pitäs olla ((naurahtaa)) että lapset kun sanoo jo useamman kerran maininneet, että kyllä te vanhemmat niin te elätte muuten vielä sitä keräilytaloutta, niin se voi kertoa aika paljo, että se luonto kaikkineen ja, ja se ruuan hankinta, että se ei ole aivan puhdas semmonen harrastuskaan vaan siitä on todellista hyötyä mitä sieltä luonnosta, lihaa, kalaa ja erilaisia tuotteita voi sitten saada, saada niinku, aina siellä jotain on, että, ettei sinne mennä ilman koria ja reppua koskaan. Et se on, se on minusta erittäin hyvä, hyvä juuri tuo näkökulma, että sen lisäksi, että, että siinä on tämä (.) kunnon hoito, kunnon ja terveyden hoito ja kansanterveyski alla kaiken kaikenä kaikkiaan tässä metsästysharrastuksen ohessa, ohessa, varmaan tämmönen yhteiskunnallinen näkökulma niin, siitä kun syrjäseudulla kaupat vähenee ja ja tuota luonto tarjoaa puhdasta ruokaa niin (.) sieltä niitä luomutuotteita saa, eikä tarvi paljon satsata ku vain näkee vaivan. (.) Se on yllättävän vahva vielä Lapissa tämä perinne ja sitä pitäs vaaliakki, että ei, ei vieraannuttas niin luonnosta ja ei osattas parhainta ja, ja, ja terveellisintä ruokaa sieltä hakea. Että kyllä se, sillä on oma merkityksensä vielä että, monesti puhutaan vain harrastuksesta ja saatetaan antaa väärä kuva julkisuuteenki, että no en minä nyt niin siitä riistasta ja saaliista välitä, että minä vain siellä kuljeskelen ja katselen maisemia, mutta kyllä se vielä on aivan oleellinen osa se, että sieltä saadaan saalistaki ja se on aivan oikein ja, ja näin pitää ollakkin, että hoitaa riistakantoja niin, että sieltä sitten saadaanki.

(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Teoreettisen koodauksen tuloksena vähitellen rakentunut kestävästä muotoilun kategoria on jäsentynyt lopulliseen muotoonsa inhimillisen hyvinvoinnin, terveyden ja onnellisuuden tavoittelun käsittämisenä perustavina **inhimillisinä moraalisinä käsitteinä**.

Lakoff ja Johnson'n (1999, 331) mukaan moraalikäsitteet ovat erottamattomasti sidottu ruumiillistuneeseen hyvinvoinnin kokemukseen terveytenä, voimana, varakkuutena, puhtautena, kontrollina, huolehtimisena ja empatiana. Metaforat, jotka meillä on

moraalisuutta varten, ovat perusteltavissa näillä hyvinvoinnin kokemuksilla. Se eettinen järkeily, jota teemme, tapahtuu näiden metaforien kokemuksellisten lähdealueiden rajoissa. (Lakoff & Johnson, 1999, 331.)

Moraalissa on kyse inhimillisestä hyvinvoinnista. Kaikki moraaliset ideaalit kuten oikeus, kohtuus, myötätunto, hyvyys, suvaitsevaisuus, vapaus ja oikeudet juontuvat perustavanlaatuisesta inhimillisestä huolesta siitä, mikä on parasta meille ja miten meidän tulisi elää. (Lakoff & Johnson, 1999, 290.)

Haastattelija: Mitä te koette vielä elämässä tavoittelemisen arvoiseksi? Mikä tuottaa iloa ja nautintoa?

Pia: (2) No se ei oo kaukana ylellisyydestä mutta mun elämässä tavoittelemisen arvonen ois perhe ja lapset se on varmaan niinku arjessa ylellisyys kaukana mut kyllä mä ajattelisin se tuottas sitte sitä onnellisuutta.

Tuija: (3) Mun ( ) joskus määrittelin että mä toivoisin että lapsilla olis ja (.) hyvä ja rehellinen elämä. Mullon kolme lasta niin tuota niinku ja ne on niinku irtaantumaisillaan ja vielä ei niinku siivet kannu ja ne ei tiiä mitä niistä ikinä koskaan tullee ((nauraen)) ni mie niinku ei voi toivoo että heillä olis niinku jotenki helppo elämä taikka että (.) muuten menis kaikki asiat niin hyvin mutta että niinkun vois sanoa että en elää niinku onnellista, hyvää ja rehellistä elämää niin (.) sitte ois niinku äitinä tavallaan niinku vois huokasta helpotuksesta

(Naispurjehtijoiden haastattelu, Oulu)

Kognitiivinen tiedostamaton on myös moraalien osalta katettu laajalla metaforisten karttojen järjestelmällä. Ihmiset käyttävät käsityksen muodostuksessa ja päättelyssä metaforista karttaa siitä, mitä ovat moraaliset ideat. Kaikki abstraktit moraalikäsitteet ovat strukturoitavissa metaforisesti ja perustuvat edellisessä luvussa esiteltyihin 24 alkeismetaforaan. Tämä tarkoittaa sitä, että moraalisia käsitteitä määrittelevien metaforien asteikko on kohtuullisen suppea ja rajallinen. Näiden metaforien perustuessa ruumiidemme ja sosiaalisen vuorovaikutuksen luonteeseen, voidaan myös moraalista koskevien metaforien lähtökohtana pitää sitä, minkä ihmiset kautta historian ja läpi kulttuurien ovat nähneet vaikuttavan omaan hyvinvointiinsa. Moraalia koskevat metaforat eivät siis ole millään tavalla sattumanvaraisia ja rajoittamattomia. (Lakoff & Johnson, 1999, 290.)

Eettisten käsitteiden lähtökohtana oleva inhimillinen hyvinvointi kattaa yksinkertaisen listan terveydestä, vauraudesta, vahvuudesta, tasapainosta, suojasta ja hoivasta (Lakoff & Johnson, 1999, 291). Muotoilun kuluttamisen teemalla, ylellisyydellä tai ekologisuudella ei ole ollut merkitystä listan kohtien kattavalle esiintymiselle aineistossa, sillä kaikkia näitä muotoilun kuluttamisen inhimillisen hyvinvoinnin tavoitteita olen analysoinut luvussa 6.1 *Empiirisen aineiston substantiiviset koodit*. Muotoilu ja sen kuluttaminen konkretisoi

ihimillisen hyvinvoinnin tavoitteet materiaaliseen ja käsin kosketeltavaan, konkreettiseen muotoon, jossa ne saavat ihmisen kokemaan itsensä fyysisesti vahvemmaksi, liikkuvammaksi (vauhti ja tasapaino), suojatuksi ja hoivatuksi. Käsillä tekeminen, kädet tai ”käsittäminen” ovat olleet tutkimuksessa keskeisiä muotoilun kuluttamista ruumiinmetaforisesti selittäviä indikaattoreita.

Ei siis ole yllättävää, joskin ehkä hyvin ilmeistä ja jopa naiivia todeta, että tutkittavien puheenvuoroissa hyvin usein päädyttiin puhumaan käsineistä. Ne ovat tutkimukseni konkreettisin esimerkki ruumiinmetaforisesta ja -teoreettisesta näkökulmasta muotoilun kuluttamiseen. Toimivat **käsineet** toteuttavat ruumiinmetaforisesti tarkasteltuna kaikki edelliset ihmillisen hyvinvoinnin yksinkertaiset tavoitteet vahvuudesta hoivaan:

Haastattelija: Jos teillä on päälihanskat ja aluhanskat niin oisko ne aluhanskat paremmat, et niissä ei ois sormenpäitä vai että olis? Ymmärrätekö? Et ko ottaa rukkaset pois?

Kurre: Mie oon käyttäny niitä, että on ne sormenpäät pois, että ne saa ne tupet siihen, mutta en mie tykänny siitä.

Niilo: En miekään siitä tykänny mutta jos päälihanskat ois paksummat taas siltä osalta niin sit se vois olla toimiva. Koska kun ajaessa jos paleltaa niin pakko saada just sormenpäihin sitä lämpöä. Elikkä just värkkäillessä vois olla hyvä, että ei ois kärkiä ollenkaan mutta ehottomasti se pitäis saada kompensoitua siinä ajovaiheessa.

Oula: Mä en oo kyl löytäny sellasta hanskaa, et mä pystysin värkkään naruja niinko, kyl mä aina heitän hanskat jonnekin niinko hankeen, kainaloon käsien väliin jonneki ja sitte niinkö yritän sille räpeltää.

Kurre: Mutta ne neopreenit on niin tiukat että ei niitä saa pois.

Oula: Mut sormet on kyl semmonen [

Kurre: ] Ne on aina jäässä.

Oula: Että mulla tulee semmosia niinko pahoinvointikohtauksii jäällä ko ne alkaa lämpeneen.

Niilo: Joo se on kyllä.

Oula: Se on niinku, se on todella kauhee fiilis. Ne alkaa lämpeneen niin tuntuu, et nyt pitää yrjötä saman tien (.) koskee.

Kurre: Ja mitä enemmän on vauhtia ja pelottaa niin sitä enemmän palelee. Ei mikkään muu ei palele ko käet vaan.

(Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Muotoilutuotteiden rooli käyttäjiensä ulkoilmaharrastuksiin painottuneessa eläntyyllissä näyttäytyi aineistossa ensi tarkastelulta hyvin välineelliseltä. Harrastusvarusteet on oltava, jotta lajin harrastaminen olisi mahdollisista. Lajin merkitys harrastajalleen ja sen avaaminen tutkimuksen kohteeksi on kuitenkin tuottanut tulokseksi tietoa muotoilun kuluttamisen taustalla vaikuttavista syivistä ja perustavista ihmisen elämää ohjaavista arvoista, kuten nyt vaikkapa käsineet edustamassa konkreettista esimerkkiä

ihmisen perusoikeudesta vapautteen liikkua ja olla tuntematta kipua. Nämä yhdistettynä kolmanteen perusoikeuteen, perustavaan omistamiseen, tuottaa tulokseksi tuon naiivin, mutta hyvin todellisen käsityksen siitä, että ”ihmisellä on oikeus kunnan käsineisiin”. Tämä perustava oikeus laajenee käsittämään muutkin varusteet, mutta ensisijaisesti ne, jotka varmistavat edellä mainitut kolme perustavaa inhimillistä oikeutta. Muu on myös moraalisesti turhaa.

Tuotteita ja palveluja ei tavoitella niiden symbolisen ja statusmerkityksen vuoksi, vaan viime kädessä oman hyvinvoinnin ja terveyden edistämisen ja ylläpitämisen vuoksi. Mikäli luksusta omistetaan ja kulutetaan, on sen perimmäinen tarkoitus viestiä siitä, että minulla ja minun läheisilläni on hyvä olla. Tämän asian ylikorostaminen ei kuitenkaan ole moraalisesti mielekästä pohjoisen kontekstissa.

Jouko: Ja onhan se tietenkin mettästäjillä se (.) kateuski kiistämätön tosiasia, että joku ossaa paremmin ja onnistuu paremmin, niin niillä on aina se sanonta, että sillä on se aina se älytön tuuri ja, uskomattomien yhteensattumien summa, että ((naurua))

Haastattelija: No ulottuuko se kateus tuonne tuotepuolelle?

Heikki: Niillä varusteilla, varusteilla

Jussi: Ei, ei

Jouko: Ei, ei]

Heikki: Ei sitä niinku.

Jussi: [--] ei varustepuolella kyllä niin, olettaisin, että tuota, varusteet on kaikilla ne mikkä on ja ei siihe kukaan kiinnitä [huomiota Heikki: Joo, joo ja] se on semmonen korrekki, tämmönenki, että, jos jollaki on iso perhe ja työttömyyttä ja, nin, tai on nuori ruokaporukka vasta ja kaikkea pitäs laitta ja rakennuslainat on päällä nin, ei semmosella voi olla vielä kaikki, niin, kun semmosella joka on jo eläkkeellä ja on saanu Amerikan perintöä, et, et, kyllä kaikki ni hyvin hillitysti minusta ottaa sen, että ei tuommoseen kiinnitetä, kiinnitetä huomiota, et kaikki käsittää sen, ettei semmosta kilipailua, et kun kellä on niinkun, voi normaa- tai muussa elämässä voi olla, että kehu- autojen merkeillä tai jollaki tämmösellä pröystäillä ni, ei, ei siellä näy tämmöstä, ei ja minusta se on erittäinki hyvä, hyvä ja kun, kun sitä on pelättävissä, että se on häiriö sille yhteisölle, sille seuralle. Ei semmosia riskejä haluta mikkä hajottas sen, hajottas, että mieluummin aina haetaan semmosia jotka yhdistää, koska sehän sisältö, jos jotain kilipailee ni, jollaki on joku asia kuitenkin paremmin, et - (Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

## 8.2 Luonto moraalisen kotina

Inhimillisen hyvinvoinnin muodoista olen jo aiemmin selittänyt vaurauden käsitteellistyneen taloudellisen vaurauden lisäksi ajalliseksi vauraudeksi ja resurssiksi. Jatkan tarkastelemalla sitä, mitä on onnellisuus. Onnellisuus on selkeä jatkumo taloudellisen ja ajallisen vaurauden muodoille. Sitä pidetään arvokkaana hyödykkeenä tai aineksena, jota meillä voi olla enemmän tai vähemmän, ja jota voimme hankkia, ansaita tai hukata. Kun kaksi ihmistä on vuorovaikutuksessa toistensa kanssa, he usein muodostavat käsityksen tilanteesta kausaaliseen liiketoimeen osallistumisena niin, että kumpainenkin siirtää vaikutusta toiseen. Moraalinen toiminta käsitteellistetään taloudellisen liiketoimen tavoin. Moraalisen tilinteen perusidea on yksinkertainen. Toisen hyvinvoinnin lisääminen on metaforisesti tämän vaurauden kasvattamista. (Lakoff & Johnson, 1999, 292.)

Moraalin on perinteisesti nähty lisäävän hyvinvointia, erityisesti toisten. Hyvinvointia verrataan usein taloudelliseen varallisuuteen, koska riittävä taloudellinen varallisuus on nyky-yhteiskunnassa tae hyvinvoivaan elämään. (Lakoff & Johnson, 1999, 291.) Oikeus on sitä, että moraaliset tilikirjat ovat tasapainossa: on moraalista maksaa velkansa ja epämoraalista olla maksamatta (Lakoff & Johnson, 1999, 293). Ekologisen ja kestävän muotoilun kuluttamisen keskusteluissa tutkittavien kanssa käytiin tällaista laskennallista pohdintaa siitä, mitä keneltäkin voidaan odottaa kuluttamisen kestävän tavoitteen saavuttamiseksi:

Rami: Mie nään sen paljo tuota (3) laajempaa (1) laajemmin sen jutun mutta se on kuitenkin niin pieni, pieni osa siitä kalliomäärästä mitä kiipeilijä käyttää (1) käyttää (.) siihen kiipeilyyn, sillä siis se on, se on niinku ihan käsittämättömän (2) käsittämättömän pieni verrattuna niinku moniin muihin tällaisiin ympäristöongelmiin, tai siis niinku siis jos nyt luonnonsuojelullisista näkökulmista se on minusta (1) ei, ei sitä voi niinku voi puhua kah- samana päivänäkään näistä asioista ku vertaa vaikka jotaki (.) miten härskisti esimerkiksi tällaiset isot (.) isot yhtiöt joillon rahaa niin toimivat maailmassa, tai yksityiset ihmiset tekee  
(Kiipeilijöiden haastattelu, sekaryhmä, Rovaniemi)

Moraalisen laskennan mukaan oikeudet ovat tilin hyvityksen muodossa olevia oikeuksia, eivät niinkään lain kirjaimen mukaisia oikeuksia siitä, miten voidaan nauttia tiettyjä moraalisia hyödykkeitä kuten hyvinvointia ja olosuhteita. Moraalin laskennan metaforan lähtökohtana on taloudellisen laskennan tavoin käsitellä moraalisia oikeuksia oikeuksina omaisuuteen. Kun tämä taloudellista omaisuutta koskeva käsitys oikeudesta yhdistetään metaforaan *hyvinvointi on vaurautta*, saadaan tulokseksi laajempi käsitys oikeudesta. Oikeutta on hyvinvointi ja sen erityistapaukset elämässä, vapaus ja onnen tavoittelu. (Lakoff & Johnson, 1999, 297.)

Tästä merkittävänä esimerkkinä on Suomessa ja laajemminkin pohjoismaissa tunnettu käsite *jokamiehen oikeudesta*, oikeus luonnon tarjoamaan hyvinvointiin.

Hannu: Et (.) kyllähän se, (.) kyllähän melonnessakin sitten, täällähän sitä ei näe, mutta sitten sellasessa niinku tuolla maailmalla, jossain suosituimmissa paikoissa (.) niinniin sit siellä on sitä vähän tylympääkin käytöstä. Ja sit, sit siellä on paljon tiukempi se etiketti, et jos on vaikka joku aalto niin jokaiselle annetaan minuutti siinä aallossa [--] hyvin vähän kuitenkin pohjoismaissa mutta sitte niinkö jos otetaan joku Englanti, missä niinku, ei ole, ei ole minkäänlaista tällasta jokamiehen oikeutta, kaikki vesistöt on yksityisesti omistettuja ja sit niinku kalastajat on taas niinku ostaneet käyttöoikeuksia niihin yksityisiin vesistöihin ja tietenkään kun ne maksaa siitä kauheet summat rahaa, niin ne ei halua ketään muita sinne joelle. Ja sit (.) melojilla ei sinänsä ole niinku mitään jokamiehen oikeutta tai muuta olla siellä joella. Ne on vähän niinku omin lupineen ja sit siellä on niinku tosi (.) tosi vihamielistä se suhtautuminen niinku kalastajien ja (.) melojien ja sitten taas niinko melojien ja välillä näitten maanomistajienki (.) kans, että, (1) et siinä mielessähän pohjoismaissa on asiat tosi mahtavasti, että meillä on jokamiehen oikeus, jokaisella on oikeus nauttia noista vesistöistä ja liikkua niissä niin kuin haluaa, että (.)  
(Miesmelojien haastattelu, Rovaniemi)

Ruumiinmetaforisesti ilmaistuna jokamiehen oikeus ymmärretään liikkumisen vapaudeksi luonnossa. Yleisesti ihmiset etsivät maksimaalista vapautta tavoitellessaan erilaisia päämääriä (Lakoff & Johnson, 1999, 305) kuten *vapaan ylellisyyden ja vapaan edelläkävijyyden* käsitteet ovat muotoilun kuluttamisen materiaalisuuteen liittyen jo aiemmissa luvuissa osoittaneet. Ulkoilmaharrastamisen keskeinen elementti, vapaa luonnossa liikkumisen oikeus, ulottuu pohjoisen kontekstissa vielä syvemmälle toimintaan. Tämä oikeus on perustavalla tavalla sidoksissa yhteistoimintaan luonnon kanssa ja sen ehdoilla.

Olavi: Että se] kulttuuri on tuota vähä täälä jääny että s- kyllä sitä nyt joka töissä on nuin ainaki vieraan töissä niin niin kyllä siellä töissä pittää kulukia että ei ny ihan niin vappaasti voi ellää ku tuolla pohjosessa mut, tämmösellä itsenäisellä yrittäjällä niin silloin sitte helepompaa on ellää niitten ilimojen mukkaan.  
(Metsästäjien haastattelu, sekaryhmä II, Rovaniemi)

Muistetaan mieliin luvussa 7.2.3 *Muotoilun kuluttamisen vaikutukset* esitelty tapahtumarakenteen metafora, joka kykenee selittämään paikkaan tai objektiin perustuvana mallina luontoa liikkumisen tilana. Luvussa totesin, miten muotoilun kuluttamisen vaikutuksissa keskeistä on kausaalinen voima, jota tapahtumisessa kohdistetaan joko paikkaan tai objek-



tiin muutoksen aikaansaamiseksi ja tavoitteen saavuttamiseksi.

Paikkaan sidotun tapahtumarakenteen metaforia ovat tarkemmin listattuna: *tilat ovat sijainteja, muutokset ovat liikkeitä, aiheutuminen on pakotettua liikettä* ja päämäärät ovat toivottuja sijainteja. (Lakoff & Johnson, 1999, 196.) Paikkaan perustuvalla tapahtumarakenteelle olen myös todennut olevan keskeistä kausaalisen voiman käyttäminen siihen osapuoleen, jota halutaan vaikutettavan. Tässä tapauksessa se voi olla ulkoilmaharrastaja itse sisäisenä ”todellinen minä”-kokijana. Toisaalta vaikutettavana voi olla koko yhteisö, joka yhdessä suuntaa lajin parissa luontoon.

Objektiin sidotun tapahtumarakenteen metaforat ovat samankaltaisia, mutta kohdistuvat objektiin. Metaforia ovat *ominaisuudet ovat omaisuutta, muutokset ovat omaisuuden liikkumista* (hankkimista tai menetystä), *aiheutuminen on omaisuuden siirtämistä* (antamista tai ottamista) ja *päämäärät ovat toivottuja objekteja*. Muotoilun tutkimuksen näkökulmasta viimeisin metaforatyyppi on helposti ymmärrettävä, sillä se on muotoilun toiminnan perimmäisin tavoite, tuottaa toiminnan tuloksena uusi esine tai objekti. Viimeisellä metaforalla, *päämäärät ovat toivottuja objekteja* on laaja erityistapausten alarakenne, jotka perustuvat ajatukseen siitä, miten halutun objektin hankkiminen tarkoittaa päämäärän saavuttamista ja päinvastoin. (Lakoff & Johnson, 1999, 196.)

Erityistä tälle *objekti päämäärän saavuttamisena* -metaforan haaralle on päämäärän saavuttamisen vertaaminen siihen, miten saada jotain syödäkseen. Ja perinteisesti, jotta ihminen on saanut jotain syödäkseen, on hän hankkinut sen metsästämyllä, kalastamalla tai maata viljelemällä. Näin ollen metsästämiseen, kalastamiseen ja maan viljelyyn liittyvät verbit ja muut terminologiat kuten tähdätä, ampua, pyydystää verkolla, niittää, poimia jne. ovat käsitteellistyksiä, joita erilaisissa objektia tavoittelevissa päämäärän saavuttamisen kuvauksissa ja logiikoissa käytetään. Näin ollen *tavoitteen tai päämäärän saavuttaminen on halutun objektin saavuttamista* -metafora laajenee viidenneksi metaforaksi, jonka mukaan **päämäärän saavuttaminen on saada jotain syödäkseen**. Tällä laajennuksella on kolme variaatiota, jotka ovat: *yrittää saavuttaa päämäärä on metsästyistä, yrittää saavuttaa päämäärä on kalastusta ja yrittää saavuttaa päämäärä on maanviljelyä*. (Lakoff & Johnson, 1999, 197.)

Kari: Juurevuus kuitenkin tähän agrariiyhteiskuntaan on lähempänä [kuin keskittyneissä kaupungeissa -

Pekka: Aivan että siellä on [--] Enontekiöllä joitaki] jotka elää luonnosta ihan oikeesti.

Kari: Kyllä [--] mmm, joo aikasemmin jo sanoinkin että eihän oo olemassa mitään sellasta malli- malli- moodimetästäjää olemassakaan että tuota (.) tuohon mitä Pekka tuosta moraalista etiikasta otti esille että jollekki kehittyi sitte tällane (.) myöhemmin että jättävät metsästyksen sen takia ettei tarvi surmata tai (.) toiselta toiselta lajilta viedä henkeä mutta että sanotaan, mä kuvaisin sitä et miksi minä itse pystyn tekemään sen mutta en vois viedä ehkä toiselta ihmiseltä

muuta ku sotatilanteessa kotia puolustaessa henkeä viholliselta nin, on se että on jotenki sellanen terve suhtautuminen siihen että lajien välillä on eroja että voi käyttää ( ) se liittyy varmasti tähän ravinnon hankintaan, selviytymiseen että mulle mulle riistaeläimen tappaminen ei oo semmonen eettis-moraalinen kysymys että minä joutusin painimaan sen kans, kyllä jos joskus on sellasia tilanteita, iän myötä on tullu pientä muutosta siihen että on on niinko harki- harkitsee että (.) tekeekö sen siististi vai leikkiikö sen riistan hengen kanssa, ampuu johonki kauas parveen tai muuta että kyl se on varmasti se tietosuus siitä mitä mahdollisuuksia tai mi- mitä minkälaisia kärsimyksiä aiheuttaa, mut että ehkä me metsästäjiä jotka jatkaa siinä lajin parissa ni yhdistää joku tällönen että ne (.) ne ne ei jeesustele sillä sillä asialla oo liikaa muuten ne on varmasti niinku sanoit, kukas sen ( ) kaikista yhteiskuntaluokista tavallisia suomalaisia (.) ihmisiä joilla on kuitenkin jonkinlainen yhteys vielä luontoon säilyny että ne ne arvostaa sitä ympäristöä missä ne saa olla metsästäessään ja (.) joko se on tullu heräämisenä myöhemmin tai sitten sen lapsuuden, syntymäkodin perimän kautta.  
(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä II, Rovaniemi)

Objektin saavuttamisen tapahtumisen rakenteeseen sisältyy monia muita alkeismetaforia, jotka esittelin luvussa 7.2.3 *Muotoilun kuluttamisen vaikutukset*. Seuraavassa katkelmassa on edellisen metaforan, *yrittää saavuttaa päämäärä on kalastusta* mukaisen rakenteen lisäksi mukana ensimmäinen 24 alkeismetaforasta, *kiintymys on lämpöä* -metafora, joka osaltaan selittää kestävän kuluttamisen mukaista kalastukseen ja metsästyksen sisäänrakennettua moraalista käsitystä:

Timo: Nii hei mieti tää on oikeesti mulle se että mikä oli ensimmäinen niinkö järkytys tavallaan ko alotti niin myöhää että tässä viistoista vuotta oli metästänny, tietenki kalastellu ja sitte viistoista vuotta vaan metsästänny mutta se kun siihen asti oli perkanu kaloja (.) joissa ei ole mitään lämmintä ruumiin rakennetta, se ensimmäinen lintu ku sen aukas, se oli lämmin, niin siinä vaiheessa tuli ensimmäisen kerran tuli sellanen olo että tää nyt menee pieleen että tai sanotaanko on eriä kun kalastuksen, tavallaan se oli hetken se ihan niinku yökötti se että hetkonen tää on lämmin mutta (.) nyt ei sitä tunnetta enää oo mutta siitä oli siinä oli suurin ero et se [on kylmä, se on se on aina kylmä.  
Pekka: Kala, kala ei oo niin ( ) ]  
Timo: Kala on kylmä, siinä ei ole mitään että sitä vois pyytää niin paljon ku pyyät ja se on aina kylmä. (.) Mut sitte tää lämmin et siinä tavallaan tuli semmonen niinku hirveen iso kontrasti tuli siinä vaiheessa just että ensimmäisenki linnun ku aukas ni tuntu että hiivatti täähä on lämmin että sitte tää on oikeesti elävä ollu. (.)

Mutta se, onneksi se nyt menee sitte ohi. (.) Se ois aika tymeetä se ( ) samalla lailla mutta tuota, muistan aina sen ekan kerran kuitenkin tuli vaan se että no hitsi että tämä on lämmin (.) aika järkky.  
Pekka: Se tulee jokaselle alussa tai alo- alottavil- alottavalle metsästäjälle se vaihe ku se pitää se sitte se riista ko siinä vie-eikä ihminen eikä muuki mikä elävä olento ni oo tottunu siihen ihan noin yks kaks siihen (3) sen tyyppiseen touhuun mutta [--] johan sitä voi mennä pyytämään (.) kookaupan Väiskin lihatiskistä tilata tuon seitipaketin, siinä neliskanttisessa kalassa ei oo mitään tuota niin semmosta (.) et se tuntus että se on surmattu tai muuta.  
Kari: Persoonaton.  
Pekka: Nii.  
Kari: Persoonaton paketti.  
(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä II, Rovaniemi)

*Kiintymys on lämpöä* -metaforan subjektiivinen arvio kiintymyksestä on ruumiillisesti, toisin sanoen sensorimotorisesti havaittu lämpö, kuten ilmaukset ”He kohtelivat minua lämpimästi” tai ”Hymyllä lämpimästi” osoittavat. Primaarikokemuksena on tällöin lämmön tunne, kun esimerkiksi eläintä tai lasta pidellään sylissä rakastavasti.

*Kiintymys on lämpöä* -metaforan subjektiivinen arvio kiintymyksestä on ruumiillisesti eli sensorimotorisesti havaittu lämpö ilmauksen ”He kohtelivat minua lämpimästi” mukaan. Primaarikokemuksena on tällöin lämmön tunne, kun esimerkiksi lasta pidellään sylissä rakastavasti. (Lakoff & Johnson, 1999, 50.)

*Paikkaan kiinnittyvällä tapahtumarakenteen* -metaforalla on myös muunnelmia (Taulukko 5), joista kolmas, *paikkaan kiinnittyvän tapahtumarakenteen muunnelmien*, selittää luontoa kestävästä kuluttamisesta tilana – ja kotina. Yksi näistä muunnelmista on *toiminta paikkana* -metafora, joka perustuu yleiseen kokemukseen siitä, miten toiminto on mahdollista suorittaa ainoastaan olemalla tietyssä sijainnissa. Voit esimerkiksi viljellä kasvihuonekasveja ainoastaan olemalla kasvihuoneessa, tai voit harrastaa ulkoilmalajeja ainoastaan luonnossa. Tähän liittyy läheisesti myös yksi alkeismetaforista, *toiminta on paikassa olemista*. Tapauksessa, jossa toiminta nähdään tavoitteena, on paikka määränpää. Aiheutettu toiminta on tällöin pakotettua liikettä tuota paikkaa kohti. Kenties yleisin väärinymmärretty *toiminta-paikka* -metaforinen lausahdus on ”Olen lähdessä”. Sen ajatellaan kertovan tulevaisuudessa olemisesta, ei paikkaan kulkemisesta. *Toiminta on paikassa olemista* -metaforasta tulee monimutkaisempi, kun siihen yhdistetään kaksi muuta alkeismetaforaa: *sytyt ovat voimia* ja *tavoitteet ovat määränpäitä*. Tuloksena on kolme alafunktioita: ”läheisyys” toiminnalle tarkoittaa läheisyyttä paikkaan, ”toiminnan aiheuttaminen” on liikkeen pakottamista johonkin paikkaan ja ”toiminnan estäminen” on matkustajan estämistä saavuttamasta paikkaa. (Lakoff & Johnson, 1999, 203-205.)

Toinen teorialle keskeinen paikkaan kiinnittyvän tapahtumarakenteen muunnelmia on *olemassa olo paikkana* -metafora, joka tiivistää ytimensä alkeismetaforaan siitä, miten

*olemassa olo on tässä paikassa tai täällä olemista.* Näin ollen olemassa olo käsitteellistetään läsnäoloksi rajatulla alueella jonkin keskuksen tai kohdan ympärille, jossa ollaan. (Lakoff & Johnson, 1999, 205.) Käsitys luonnosta kotina, erityisesti moraalisen kotina perustuu edellä käytyihin ja aineistossa esiin nousseisiin perustaviin kokemuksiin moraalista, siitä mikä on hyväksi inhimilliselle hyvinvoinnille. Koti on näistä yksi keskeisimpiä käsitteitä. Suuri osa subjektiivista kokemusta kuvailevista ja käsitteellistävistä alkeismetaforista aineistossa määrittelee kotia tavalla tai toisella aineettomana arvona ja hyvinvoinnin tavoittelun tärkeänä kriteerinä.

Haastattelija: Tota voisin kuvitella että teilläki on aika moiset määrät näitä kaikenlaisia varusteita niin missä te säilytätte niitä?

Petteri: Meillä ei oo [meillä ei oo asuntoa meillä on varus- varasto jossa me asutaan melekkeen retkeilyvarusteitten kans.

Kerttu: Monessa olohuoneeseen ((naurahtaan)) niin meillon niinkö asutaan pienessä vuokrataksiossa ja että joo jos jossain vaiheessa hom-hommataan oma asunto niin sit sillä on tiukat kriteerit et siel pitää olla paljo varastotilaa ja sillä huonetilalla ei niinkään ((naurahtaa)) väliä.

Petteri: Kuhan varasto on iso niin sittenhä jää tyhjää tilaa niille asuinhuoneille ihan [yllin kyllin

Kerttu: mm mutta] nyt on makuuhuoneen katossa on semmoset esimerkiks sellaset autotallin kattoon tarkotetut (.) tälläset [poikki-putket minkä päällä on kaikki sukset ja ahkiot ja tälläset siellä katon rajassa ja sitten

Petteri: poikki-putket] ja vielä köysiä roikkuu niistä ja

Kerttu: ja kaikkea muita ja sitten niinku seinustoilla on (.) niinku kaikki tavarat on silleen saatavilla aika helposti ((naurahtaan)) kun (1) että siellä on tosiaan se mejän kamari ko varasto on niin onnettoman pieni että ker- täynnä

Haastattelija: Teillä pitäs päästä johonki sisustusohjelmaan että voi- ((naurahtaan))

Kerttu: niin ne vois tulla joku [

Petteri: Panna makuupussit] seinällä kos- on tärkeä sisustuselementti [ja niin su-

Kerttu: on joo] (.) meillä oli lattiasta kattoon semmonen kahesta vanhasta lakanasta tehty säkki misson vetoketju sivussa ja sitte siinä on niinku vaakatasossa yks väli- [hylly ja mun untuvatavarat on yläkerrassa ja Petterin alakerrassa ja sitten siinä seinällä on semmonen paksu ((naurahtaa)) paksu untuvatakkeja ja makuupusseja täynnä oleva [säkki mikä herättää joskus kiinnostusta mutta

Petteri: hylly] säkki] (.) niin vieraisa

Kerttu: niin ((naurahtaa))

Petteri: Ite ei huomaakaan sitä että

(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Ajan käsittäminen resurssina luonnon sijaan tuottaa *hyvinvointi vaurautena* -metaforan mukaisesti kestäväan kuluttamiseen perustuvan tulkinnan. Ihmisen tulkinta oikeudesta luonnon tarjoamaan hyvinvointiin ja *jokamiehenoikeuteen* perustuu siihen, miten oikeus käsitetään metaforisen sosiaalisen pääoman muotona, ja siten sallii tiettyjen velkojen vaatimisen toisilta (Lakoff & Johnson, 1999, 297). Luonnon ja sen materiaalivarojen sijaan *ajan* käsittäminen resurssina selittää, miten luontoon ja ”luonnon opetteluun” sijoitettu aika oikeuttaa luonnon kautta saatavaan hyvinvointiin ja pitää moraaliset tilikirjat tasapainossa:

Heikki: [--] semmonen hiljaa kiirehtävä tyyli ja vakaa, vakaa on paljon turvallisempi metsästyksen jatkuvuudelle ja tämmöselle metsästysseuratoiminnalle, koska se on rajallista, sen pitää sitte ne kauhean korkeat vuokra (.) rahat jostakin, jostakin sitten penkoa ja se saadakse ne niin se joutuu sitten sitä metsästysmatkailupuolta viemään eteenpäin ja (.) ja siinä helposti käy näin että se tavallinen metsästys ja tavalliset metsästäjät ne joutuu vain siihen huoltopuolelle ja töpinän, töpinän hoitamiseen ja reppujen kantoon ja tulen tekoon että, et ei metsästäjät eivät halua tällaista mut sopivasti että metsästysseura voi ottaa vieraita, et se tukee sitä taloutta [--] tämä metästys jos se pysys tämmösellä vanhalla vakaalla, tämä saa olla konservatiivinen ja hyvin semmonen vanhakantainen nin se on kaikista vahvimmillaan ko se on silloin ku se on aidoimmillaan ja, ja mahdollisimman vähä käytetään rahaa, rahaa tuota sitten, sitten sitäki joudutaan käyttää ja tarvitaan, mutta jos se jo menee niinko ekonomiseksi asiaksi tämä, niin sillon talkoot loppuu ja jos joku saa rahaa niin kukaan ei ala sitten tekee ilmaseksi ja siis, se on, tämä raha on semmonen joka sisältää suuria riskejä, raha, rahatalous, mutta et tässä harrastuksessa ja metsästysseuratoiminnassa, joka on pitkälti talkoo ja se yhteishenki alakaa särkyy jos joku, joku näistä palikoista ja, tää on niinku balanssissa nyt minun mielestä, nii hyvin ku se voi olla (Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Olavi: (4) Niinku ( ) se vähä niinku niitä mitä metästysporukka joka mettällä käy niin kyllä kai ne suuri osa taitaa käyä marjasa kans ainaki niinkö Reijo niin niin ite käy ja tiiän ainaki että Pertti käy marjasa ja (.) ja Hannele että suurin osa sitte marjastaa ja sittehän on tämä pienpetojen pyynti, minkin pyyntiä ja ketun pyyntiä talavisaikaan ja tosin kalastushommat on sitte pilikkiminen on kevättalavella ja ja kesällä sitte kala ( ) ennenkä metästyskausi alakaa että ( ) luonnossa riittää ympäri vuoden sitä (.) tekemistä taikka olemista kumpi se nyt sitte haluaa (.) siitä ( ).

Reijo: [--] mie oon ulukona tehä aina töitä ja oon mettätöitä teen kans että semmonen yks päivä sisällä kokonaan nii ettei pääse ulukona käymään ollenkaan ni mulla alakaa migreenioireita ilimmaamaan kyllä (Metsästäjien haastattelu, sekaryhmä II, Rovaniemi)

Moraalia objektiivisena faktana ei voi määritellä, sillä kaikki moraalit eivät ole metaforista. Esimerkiksi jotkin peruskäsitykset kuten ”terveys on hyvää” tai ”on parempi olla huolehdittu kuin ei-huolehdittu” eivät ole metaforisia. Kuitenkin on hyvä muistaa, miten jopa huippuunsa kehitettyjen, inhimillistä moraalit koskevien hyvin abstraktienkin väittämien taustalla vaikuttavat perusmetaforat, jos niissä käsitellään oikeutta, oikeudenmukaisuutta, empatiaa, huolehtimista, vahvuutta ja suoraselkäisyyttä. Se, mitä tarkoitetaan moraalit metaforisuudella, tulee siitä, miten ymmärrämme kokemuksemme näiden käsitteellisten metaforien kautta. Me ihmiset järjeistämme kokemuksemme käsitteellisen metaforisen logiikan mukaan ja teemme päätöksiä perustavien metaforien perusteella. Ruumiinmetaforisen näkökulman mukaan perustaviin kokemuksiin palautettavissa olevat kokemukset moraalit ovat vakioisia kulttuurista ja ajanjaksosta toiseen. Se, miten jokainen metafora on kehittynyt tietyissä olosuhteissa ja puitteissa, vaihtelee kuitenkin kulttuurista toiseen. Esimerkiksi tasapainoa ja moraalit tasapainoa yleisesti ja maailmanlaajuisesti pidetään hyvänä asiana, mutta se mitä tasapainotetaan ja mitä tasapainon saavuttaminen tarkoittaa, voi paljonkin vaihdella kulttuurista toiseen. (Lakoff & Johnson, 1999, 325.)

Moraalisten käsitteiden ollessa sekä perustavia että tilanteisia, ovat ne tästä syystä kuitenkin suhteellisen vakaita, koska niiden kuvitteellinen luonne tekee mahdolliseksi soveltaa niitä mielekkäästi uusiin tilanteisiin (Lakoff & Johnson, 1999, 326).

Heikki: [--] tämä on vähä semmonen eettinen kysymys tämä metsästys kuitenkin, pohtii tyttäret ja pojat sitten mielessään ja osa niistä alkaa, varsin moni alkaa sitten tämän harrastuksen piiriin tulee mukaan, mutta se on niinku, mehän halutaan arvostaa sitä valinnanvapautta, eikä tyrkytetä vaan annetaan se tietoannos, et aivan mahdollisimman objektiivisesti, että mitä metsästys on tarvitaanko riistakantojen säätelyä ja tuleeko sieltä ruokaa ja voiko luonto paremmin, jos pidetään lajien välinen tasapaino. Että onko metsästyksestä hyötyä vai haittaa itse luonnolle ja näin pois päin, että sit jätetään se näitten nuorten, ne on fiksuja ihmisiä ja niillon paljo paremmat lähtötiedot kun ennen, niin, kyllä ne, me luotamme, että osaavat sitten harkita ja ne on, ovat sitten kiitollisia, jotka tulevat matkaan, hyviä, hyviä tälle harrastukselle ja ne jotka eivät tule, niin ne kuitenkin tietävät, että mitä se asia on, pystyvät sitä niinkun kiihkottomasti käsittelemään mielessään. Et se on, me on niinku tehty tämmönen, tämmönen se linja, linja, että se on minusta hienoa arvostaa sitten kukin miettii mielessään.

(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Edelliset esimerkit muotoilun kuluttamisen käyttäytymisestä pohjoisessa kontekstissa ja tiloissa havainnollistavat, miten kestävän kuluttamisen vastuu edellyttää asioiden tiedostamista omakohtaisiin tavoitteisiin suhteutettuna. Usein kestävän kuluttamisen

tavoitteista puhutaan hyvin abstraktilla tasolla ja irrallaan ihmisten arkielämästä, jolloin niiden toteuttamisesta tulee haasteellista. Monitulkintaisina, epämääräisinä ja yleismaailmallisina käsitteellistyksinä ne jäävät konkretisoitumatta arjessa. Jokaisen tuotteen ja siihen liitännäisten prosessien, ympäristöjen, tuotanto-olosuhteiden yms. verkostojen vaikutusten todentaminen ja mittaaminen yleismaailmallisesti, yhteisenä eettisesti kestäväksi mallina on paitsi valtava poliittis-taloudellinen tavoite, myös hankalasti käsitettävissä yksittäisen kuluttajan paikallisesta näkökulmasta.

Ei ole kovin todennäköistä, että moraaliset periaatteet kypsyisivät motivoimattomina pelkästä järkeilystä, ikäänkuin ne eivät millään tavalla määräytyisi tai olisi luonnehdittavissa suhteessa inhimillisiin tavoitteisiin, omaisuuteen, tavaroihin ja tarkoitukseen. ”Hyvä” täytyy pystyä määrittelemään ja sitä tulee pystyä ajattelemaan seurauksina, jotta siitä saa otteen. (Lakoff & Johnson, 1999, 332.)

Moraalinen vahvuus tarkoittaa sitä, että kykenee tekemään sen, mitä pitää moraalilaisena. Perustava moraalisen toiminnan olotila on tahdonvoima. (Lakoff & Johnson, 1999, 298.) Tämä ilmeni metaforisesti erityisen selkeästi aineistossa erityisesti niissä haastatteluissa, joissa ulkoilmaharrastaminen oli fyysisesti erityisen vaativaa. Tahdonvoima fyysisesti vaativana liikuntasuorituksena kuten *huipulle* kiipeämisenä ”sateen liukastamalla reitillä, vaikka hammasta purren” tiivistää metaforaan edelleen sisältyvän oletuksen moraalista ryhdikkydestä ja tasapainosta, jonka tavoitteen saavuttaminen vaatii. Aineistoa on rikastanut myös tutkittavien harrastusmatkoilta tallentamat kuvat ja videot. Poikkeuksetta niissä kaikissa on dokumentoitu vaelluksen tai kiipeilyreitit määränpää, joka on esimerkiksi tunturin tai kallion huippu alkeismetaphorien *onni on ylös, enemmän on ylös ja päämäärät ja tavoitteet ovat kohteita* mukaisesti. ”Huiputtaminen” on tässä tutkimuksessa kestävä muotoilun kuluttamisen eräänlainen käänteinen käsitteellistys ja logiikka siitä, miten kestävä kuluttaminen on vastuunpakoilun sijaan pitkäjänteistä, tahdonvoimaa ja sinnikkyyttä vaativaa työtä kestävien tulosten saavuttamiseksi. Ihmiset eivät kuitenkaan ole syntyneet vahvoiksi, vaan moraalinen vahvuus täytyy rakentaa fyysisen voiman tavoin: sen kehittäminen vaatii itseuria ja kieltäytymistä (Lakoff & Johnson, 1999, 300).

Luvun tavoitteena on ollut selittää, miten kestäväan kuluttamiseen liitettävä moraalinen ymmärrys on perustavalla tavalla sisäänrakennettuna inhimilliseen ruumiilliseen toimintaan ja toiminnan käsitteellistämiseen. Tällöin voidaan myös kiistää käsitykset inhimillisen kognitiivisen viattomuudesta suhteessa moraaliseen ymmärrykseen. Metaforinen moraalinen ajattelu on saatettavissa moraalisen reflektion piiriin. Ruumiinmetaforinen lähestymistapa on yksi väline muun muassa sen havaitsemiseen, milloin tukeudumme moraalisen laskennan, arvioinnin tai moraalisen vahvuuden -metaforiin ja mitä muotoja niistä käytämme. Tämän kaltainen moraalinen tietoisuus saattaa jokaisen vastuuseen ei vain omista moraalista päätöksistä ja niiden seurauksista, vaan myös auttaa havaitsemaan moraalisen päätöksenteon epäsuoria muotoja kautta eri kulttuuristen ilmiöiden. (Lakoff & Johnson, 1999, 333.)

## 9 POHJOISEN MUOTOILUN TEORIA

### 9.1 Pohjoisuus

Heikki: [--] havukka-ahon ajatukset, ne siniset ajatukset ovat parhaimmillaan kun siellä saa selvitellä ittensä kans ne asiat oikeaan järjestykseen [--]  
(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Edellisessä luvussa tulin päätelmään siitä, miten luonto on pohjoisen muotoilun kuluttamisen ja ulkoilmaharrastamisen kontekstissa ensisijainen moraalinen auktoriteetti, ei länsimaisen yhteiskunnan instituutiot kuten *modernin projektin* käsite, jonka Ingold (2019, 109) on esittänyt länsimaista historiaa keskeisimmin selittäneeksi tavoitteeksi jatkuvasta kehityksestä. Modernin projektin yleispätevä tavoite häivyttää aikaan ja paikkaan sidotut erityispiirteet, jolloin se rakentaa kuilua myös ihmisen ja luonnon välille (Ingold, 2019, 109).

Heikki: [--] että ei ole enää sellasta sisältöä ja rikkautta koko elämällä. Koska työelämä ei enää juuri sitä monellekaan anna. Että, niinku ennen saatto olla ylpee, ammattiylpeyttä ja saatto kokea tehneesä jotain, mutta nykyään kun isoissa ketjuissa tuolla ( ) ja pelko on, että millon, millon pannaan ulos kun saneerataan, niin, tämä metsästys on semmonen, joka kompensoi niitä pettymyksiä muussa elämässä, väittäisin kohta näin.  
(Miesmetsästäjien haastattelu, ryhmä I, Rovaniemi)

Pohjoisuus käsitteenä on sukua arktisuudelle (Luku 1). Erityisesti humanistissa tieteissä ja yhteiskuntatieteissä sitä suositaan vastakohtana luonnontieteiden ja ympäristötieteiden käyttämälle *Arktisen* käsitteelle, jolla viitataan geologisiin ja maantieteellisiin alueisiin ja elinympäristöihin. Arktisen alueita ja elinympäristöjä ei tällöin lähtökohtaisesti tarkastella inhimillisen sosiaalisen ja kulttuurisen elämän tai historian näkökulmasta. Arktisella viitataan maapallolla sen pintaan, jonka päälle voi rakentaa ja jota voi asuttaa sekä palloon, jonka tarjoamia resursseja voi käyttää ja sen maita ja meriä kulkea ja kartoittaa. (Ingold, 2019, 112.)

Antropologi Ingold (2019) määrittelee *pohjoisuuden* ytimeksi maahan juurtuneen asumisen ja olemisen käytännöt (engl. habitation). Maahan juurtunutta asumista ja ole-



mista pohjoisuuden ydinpiirteenä on hankala määritellä yhdellä lauseella, joten johdattelen tutkimukselle keskeiseen pohjoisuuden käsitteeseen vielä hieman Ingoldiin (2019) viitaten.

Pohjoisuuden (engl. Northness) käsitteen kautta Ingold (2019, 108) pyrkii lisäämään tietoisuutta ja ymmärrystä siitä, miten inhimillistä elämää väistämättä muovaavat ne olosuhteet ja mahdollisuudet, jotka kytkeytyvät kuhunkin asuinpaikkaan. Pohjoinen kaikkien muiden paikkojen tavoin on tähän lähtökohtaansa nähden ainutlaatuinen. Ingoldin (2019, 109) mukaan pohjoista ei tulisi ajatella maapallolla sijaitsevana alueena vaan eräänlaisena historiana. Historiana se poikkeaa siitä, mitä historialla yleensä ajatellaan, kun kerrotaan historiaa esimerkiksi idästä, lännestä tai etelästä. Pohjoisen historiaa ei voi lisätä jatkoksi muun maailman paikkojen historiankirjoituksiin, sillä pohjoisen omintakeinen historia on **pohjoisen historiaa** (engl. history *from* North). Tämä tarkoittaa elämää luovien voimien ja materian lisääntymiskykyistä perustaa tai maaperää, joka on historiaa jostakin elämän perustavasta lähtökohdasta. (Ingold, 2019, 108-109.)

Länsimaisen kehityssuuntautuneen modernin projektin ja historian (engl. history *of*) sekä pohjoisen elämälle perustavan **elämän jatkuvuuden projektin** lisäksi on olemassa idän ja etelän tarinat ja niiden perustalle rakentuvat nykyisyyden projektit. Idän historia länsimaisesta näkökulmasta katsottuna on itämaista, orientaalista historiaa, joka kertoo enemmän menneen ajan eksoottisesta ihmemaasta, suurista meitä edeltäneistä sivilisaatioista, jotka kuitenkin ovat kaatuneet omaan mahtavuuteensa raivaten tietä lännen tulemiselle ja sen modernille kehitykselle. Idän historia kertoo eksoottisten sivilisaatioiden noususta ja kaatumisesta (engl. history *about*). Neljänneksi jäljelle jää etelä, jonka historia on ihmisiä ilman historiaa. Etelän historia on tehty ihmisille valmiiksi heidän puolestaan. Länsimaisen kulttuurin ja kehityksen laajentuminen etelään on ollut hallinnoivaa ja omistavaa. Länsimaisen siirtokuntien myötä etelän luonnonrikkauudet ja muu vauraus on siirtynyt länsimaiseen omistukseen läntisen kehityksen tukemiseksi. Yhdysvaltojen imperialistisista pyrkimyksistä Latinalaiseen Amerikkaan ja Euroopan pyrkimyksiin hallinnoida Saharan eteläpuolista Afrikkaa, on ollut seurauksena taisteluita, jolloin etelän historia on ensisijaisesti ollut aina historiaa vastaan (engl. history *against*) koloniaalista ja postkoloniaalista sortoa. (Ingold, 2019, 110.)

Pohjoisen historia tai materiaallinen juurtuneisuus on edellisen tulkinnan mukaan helpompi ymmärtää toisin kuin vastakkainasetteluna suhteessa etelään. Vastakkainasetteluissa viitataan usein siihen, miten hyvinvointi ja vauraus keskittyvät pohjoiselle pallonpuoliskolle. (Ingold, 2019, 110.) Asuttamisen kautta toteutettavassa elämän jatkuvuuden projektissa pohjoisella ei esimerkiksi ole kiinnostusta monumenttien rakentamiseen tai pohjoisen historian taltioimiseksi ja säilyttämiseksi kerättäviksi kokoelmiksi. Sen sijaan pohjoisen historiallisuus on tässä ja nyt tapahtuvaa innostusta ja improvisointia sekä elintärkeiden voimien kierrättämistä. Suhteessa aikaan pohjoisuuden historiallisuus liikkuu nykyisessä. Nykyisyydestä käsin se vastaa kulloisiinkin olosuhteisiin kuitenkin yrittämättä ylittää niitä. Tällaisen historiallisen toimijuuden voima tulee ihmisistä ja eläimistä itsestään, eikä sitä käytetä heitä vastaan. (Ingold, 2019, 111.) Tästä kaikesta

on kyse, kun maata asutetaan niin sanotusti sisältäpäin (engl. *inhabitate*) eikä ulkoapäin (engl. *exhaboritate*) (Ingold, 2019, 113).

Ingold (2019, 111) viittaa myös maantieteilijä Hägerstrandin (1976) kuvauksiin määritellesään pohjoisen historiallisuutta:

”Jokaisella ihmisellä, eläimellä, kasvilla, kivellä tai millä tahansa muulla on oma tilallis-ajallinen kehityskaarensa tai elämänlinjansa”.

Näiden lukemattomien linjojen monimutkainen kietoutuminen toisiinsa on se kudelman, jota historia Hägerstrandin (1976) mukaan tekee. Usein tällä kudelmalla tarkoitetaan myös maata, jossa siis myös pohjoisen keskipisteessä oleva asumisen ja olemisen (engl. *habitation*) historiallisuus on kiinni:

”Asumisessa ja olemisessa elämät kutoutuvat maahan, eivät vain asetu sen päälle” (Ingold, 2019, 112).

Ingoldin pohjoisuuden määrittelyn käsitteitä ovat ympäristö, liike ja kertomukset. Näistä ensimmäistä, ympäristöä on jo tarkasteltu aiemmin. Siihen yhdistyy länsimaiselle ajattelulle tyypillinen ja kolonisaation myötä vakiintunut tapa tarkastella maata kaksiulotteisena tasona kartalla. Maan tarkastelu kaksitasoisena karttana on osittain häivyttänyt ihmisen taidon kokea maa omakohtaisesti, reliefimäisenä tai tekstiilin kaltaisena moniulotteisena sekoituksena metsää, varpuja, kiveä, kumpuja, upottavaa suota, virtaavaa vettä, lunta, jäätä, ihoa ja karvaa. Maan käsittäminen kartografisena pintana näyttäytyy entistä ”pintapuolisemmalla”, kun miljöön määrittely ulotetaan aina taivaan ja maan välisten rajojen näkemiseen ja kokemiseen. (Ingold, 2019, 113.)

Pohjoisen muotoilun teoria yhtyy käsitteisiin maan tarkastelusta kolmiulotteisesti ja moniaistisesti. Esimerkiksi leijalautailu ilmeni tutkimusaineistossa aluksi hyvin teknisenä lajina, mutta lähemmin asiaa tarkasteltaessa kyseessä olivat kuitenkin jokseenkin perustavanlaatuiset, yksinkertaiset tekniikat, joiden tavoitteena oli mahdollistaa harrastajansa mahdollisimman moniaistinen, jäänpinnan muotoja, valon vaikutusta, tuulen suuntaa ja nopeutta sekä horisontaalista havaitsemista tukeva reagointi luonnossa vauhdilla liikuttaessa. Eteen voi tulla nopeastikin jotain ennalta-arvaamatonta, johon on kyettävä reagoimaan.

Haastattelija: Mikä tämä on?

Oula: Joo, puomi, puomi toimii tota öö-

Niilo: Ohjauksen välineenä.

Oula: Niin, se toimii ohjauksen välineenä. Se toimii sun niinku ruorina ja rattina ja peräsimenä, semmosena. Siit lähtee siit puomin päästä niinku kaks semmosta lennätysnaru sinne leijaan ja ku sä pyörittelet, vedät oikeelle sitä puomia niin se kääntyy se leija oikealle ja jos sä käännät sitä vasemmalle, päinvastoin. Ja sitten sen puomin läpi tulee

semmonen ööö, itse asiassa nämä sivunarut menee sen leijan takaosaan ja sitten tään puomin läpi tulee, mistä äsken Kurre puhu niin se on se stigeluupista, mistä tulee siihen trapetsiin kiinni, sellanen lenkki ja se tulee piuhalla siitä, menee piuhat niinku sen leijan etupuolella. Nyt sä pystyt säätämään sen tehoo niinkun näinpäin, oot koko ajan niinko kytköksissä siihen leijaan mutta ko sä työnnät näin niinku pois päin itestäs se puomi menee eteenpäin, siinä on vähemmän tehoa ja sitten kun sä vedät sitä lähemmäs itteespäin puomia niin. Et siinä on niinku tällanen tehonsäätö. Mutta siin kehitty, pitää niinku osata ajaa sitä sekä yhdellä kädellä, molemmilla kädellä mut sitten kun sä kehityt siinä, ne on nykyajan leijat on semmosia et ne nousee itestään, aika tonne ylös ja ne pystyy tota niin, ne on tosi rauhallisia. Ei sun tartte välttämättä ees pitää siit niinku välillä kiinni, et sä voit jotain laseja putsata tai kaivaa puhelimen taskusta tai tälleen. Mut tää on ehkä vasta sitä osaamista, et jos sä alottelija oot niin silloin pitää olla ehtomasti molemmat kädet tai ainaki toinen siin leijassa. Haastattelija: Elikkä tää on taitolaji?

Oula: Kyllä joo. Siinä on niinku, yheksänkytviis prosenttia on täysin sitä leijan ohjaamista, et sä tiedät, missä kohtaa se leija on ja sä tunnet sen, et vaikka sä oisit kääntyneenä muuhun suuntaan niin sä tiedät, missä se vetää sua. Kohta se nykäsee sut johonki suuntaan jos et sä tee jotain jotain vastaliikettä tai jotain muuta.  
(Leijalautailijoiden haastattelu, miehet, Rovaniemi)

Pohjoista ympäristöä luonnehtii paitsi vuodenaikojen vaihteluun liittyvät valon määrän monet variaatiot, myös kylmän ja lämpimän äärimmäiset muodot, jotka kaikki ovat osaltaan tuottamassa erilaisia ajan ja tilanteen mukaan vaihtelevia kokemuksia ympäristöstä esimerkiksi siitä, missä maan ja taivaan raja milloinkin on. Inhimillisenä kokemuksena on helpompi ymmärtää säätä kuin ilmastoa. (Ingold, 2019, 114.) Perustavinta on kuitenkin yksinkertainen metafora tietämisestä näkemisenä ja koskettamisena, johon voidaan pohjoisen luonnon kontekstissa yhdistää monia muita aisteilla tietämisen eri muotoja.

Kerttu: mutta tuo Suomen käsivarsi niin se on niin iso tai alueena niin hieno et ja siinä on monia vaihtoehtoja ja (.) se on varmaan semmonen useiten käyty.

Petteri: Ja ite ku on mieltyny tommoseen avomaastoon ni (.) siihen että näkee, näkee kauas, näkee jopa monen päivän matkan yhdellä silmäyksellä (.) niin jotenkin siihen mieltyy, mut siel sieltä sitä löytyy (1) sitte samat hyvinki Ruottin puolella, löytyy vähä enempiki niitä vaihtoehtoja et Suomessa se Käsivarren alue (.) ihan kärki.  
(Hiihtovaeltajien haastattelu, sekaryhmä, Oulu)

Toinen pohjoisuuden omaleimaisuutta määrittelevä käsite, joka selkeästi eroaa länsimai-

sesta vastineestaan, on liike. Länsimaisessa ajattelussa liike on synonyymi kulkemiselle ja siirtymiselle, kun pohjoisuudessa se on asioiden joksikin tulemista (engl. *things become*). Asiat liikkuvat muuttuen kuten pilvi taivaalla tuulisena päivänä. Pilvi on rajoiltaan ja liikkeeltään epämääräinen ja sumuinen. Se muuttuu silmin nähden kaiken aikaa. Pohjoisuudessa asiat ovat tämän kaltaisessa liikkeessä ja sellaisena ne tunnetaan. Aurinko ja kuu esimerkiksi liikkuvat samoin kuin ihmisetkin ”elämän” linjallaan. Elämä on täten jatkuvaa sensorista hienosäätöä, kun jokainen ihminen, eläin ja kappale muokkaa omaa liikettään suhteessa muiden liikkeisiin. Tavoitteena ei ole suoraviivainen matka pisteestä A pisteeseen B. Tavoitteena on liikkua tilanteessa eläen ja tehdä päätöksiä jatkuvan moniaistisen havaitsemisen ja improvisaation perusteella. (Ingold, 2019, 115.)

Liikkeeseen kuuluu myös paikoillaan pysyminen. Ruumis ei välttämättä liiku juuri tietystä hetkestä, mutta huomiokyky on värähtelevässä liikkeessä suhteessa muihin kappaleisiin ja asioihin. Tyyneys on välitila liikkeen ja paikoillaan pysymisen välillä kuten olen luvussa 7 *Pohjoisen muotoilun teoreettiset käsitteet* monin tavoin pyrkinyt havainnollistamaan. Tyyneys on myös hitaasti liikkumista asioiden mukana, ei niitä vastaan. (Ingold, 2019, 116.)

Kolmas Ingoldin pohjoisuutta määrittävä avainkäsite on kertomus. Kertomusten avulla voidaan palata historiaan, sillä pohjoisen tarinat ovat ensisijaisesti kertomuksia. Kertomuksella ei tarkoiteta ainoastaan tapoja muistaa, vaan tapoja kantaa asioita mukana. Asioita ei siis laiteta nykyhetken taakse ja osaksi mennyttä länsimaisen historiakäsityksen mukaan. Tähän pohjoisen niin sanottuun kasvavaan ja kertyvään kertomukselliseen historiaan sisältyy sen omintakeinen tapa suhtautua toistoon ja yksitoikkoisuuteenkin osana muutosta. Muutoksen ja vakauden välillä ei pohjoisuudessa ole eroa. Siinä, missä länsimainen historia suhtautuu muutokseen innolla ja uusia ennennäkemättömiä tapahtumia kertoen, toistaa se pohjoisuuden näkökulmasta samaa upoten osaksi aikaa. Sama toistuu ja uusi tapahtuma toistaa taas uuden muutoksen. (Ingold, 2019, 117.)

Luovuus on muotoilun ja kulttuurintuotannon alan ydinkäsite. Siihen kiinnitytään ja sitä tutkitaan modernin kehitysprojektin näkökulmasta. Ingold päättää artikkelinsa päätelmään siitä, miten länsimaisuuden tavoin pohjoisuus on kaikkialla – tai ainakin se voisi olla kaikkialla, sillä onhan maahan juurtunut asuminen ja oleminen elämän edellytyksenä mahdollisuus kaikille maapallolla. Pohjoisen historiassa sille vain on perinteisesti annettu oma paikkansa ja oikeutuksensa. (Ingold, 2019, 117-118.) Tässä piilee pohjoisen muotoilun teorian luovuuden ydin. Se antaa luonnolle erityisyyden ja maalle arvon vuoro-vaikutuksellisenä toimijana hyvinvoinnin tavoitteen saavuttamisessa.

## 9.2 Muotoiluajattelu

Muotoilu on huippuunsa hiottua ammattikäytäntöä ja alan parhainta asiantuntijuutta

(Falin, 2011). Muotoilun kantavana voimana on muotoiluajattelu, joka Cross'n (2011, 3) mukaan on kognitiivisesta näkökulmasta tarkasteltuna perustava yleisinhimillinen kyky.

“Designing is a natural human ability. Other animals do not do it, and machines (so far) do not do it. We often overlook the fact that people are naturally very good at design.” (Cross, 2006, 125.)

Cross (2011, 1) on muotoiluajattelua käsittelevissä tutkimuksissaan pyrkinyt paljastamaan ja käsitteellistämään mysteerisenä ja mystifioitunakin pidettyä muotoilijan kognitiivista kykyä luovuuteen.

Redström (2017, 23) peräänkuuluttaa muotoilun omaa ”perustavaa” tutkimusta – erotukseksi soveltavasta tutkimuksesta, joka korostaisi muotoilun omia perustavia tekijöitä. Tässä tutkimuksessa tällaisena muotoilun perustavana tekijänä olen esittänyt ruumiinteoreettista ja -filosofista näkökulmaa materiaalisesti (ruumiillisesti) vahvemman muotoilutoimijan, muotoilun kuluttajan tai muotoilijan käsitteellistämiseksi niin, että materiaalsen tarkastelun kohteena eivät olisi pelkästään muotoilun tuotteet ja esineet *materiaalisina* entiteetteinä. Muotoiluajattelun mukaisesti kaikki inhimillisen elämän osa-alueet voivat olla ”muotoilun” kohteena. Ihminen muotoilun kuluttajana käsittää elämänsä tapahtumat suunnittelua vaativina tapahtumina ja prosesseina joko tietoisesti tai tiedostamatta. Ammattimuotoilijoiden etuna on, että he tekevät suunnittelua prosessista tietoisena ja projektoivat suunnittelun muotoilun menetelmiä hyödyntäen huippuunsa saakka. Tavallisilla ihmisillä nämä prosessit voivat myös olla tietoisuuden suunnittelun kohteena. Perustavalla tasolla niissä on samoja elementtejä kuin ammattimaisessa muotoilussa. Inhimillinen kognitio ja ruumiillinen ajattelu ovat ne perustyökalut, joita sekä muotoilijat että muotoilun kuluttajat käyttävät. Muotoilullisen ajattelun prosessi on aina läsnä inhimillisessä toiminnassa. Oleellista siinä on inhimillisen ruumiillisen toiminnan mukainen liike, liikkeen ja toiminnan vapaus, liikkumisen tilat ja niissä käsitellyn, moninaisen ”manipuloidun” materiaalin tuloksena syntyneet objektit, päämäärät tai tilat, joihin ruumiillinen inhimillinen päättely kulminoituu. Liike siis on perustava inhimillisen käsitteellistämisen mahdollistava tekijä.

Tuotteen ja ihmisen lisäksi kolmas materiaallinen toimija on tuotteen ja ihmisen liikkeen mahdollistama tila, tässä tapauksessa pohjoinen luonto. Ihminen ei pysty liikkumaan ”esineessä tai tuotteessa”. Hän pystyy ainoastaan liikkuttamaan ja manipuloidaan esineitä tilassa. Muotoilun teorian näkökulmasta myös tila on kyettävä selittämään tästä materiaalsen manipulaation näkökulmasta, jotta tutkimuksessa esille nousseet kategoriat ovat tunnistettavissa osaksi muotoilun teoriaa.

Klassisen sosiaali- ja yhteiskuntatieteen edustamien monitulkintaisten ja symbolisten käsitteiden voima ei tämän tutkimuksen ruumiinteoreettisen näkökulman mukaan ole yhtä vaikuttava kuin liikkeessä olevan materiaalin voima, jota myös ihmisen ruumiillisuus

edustaa. Materiaali on tällöin niin esineiden, tuotteiden ja luonnon materiaalia kuin ihmisen lihallista ja ruumiillista materiaalia. Tästä näkökulmasta ruumiillisten kokemusten ja asioiden metaforisen käsittämisen tutkimus ei sulje pois kulttuuristen käytäntöjen tutkimusta. Käytännössä tämä kuitenkin edellyttää erityisten kontekstien ja tilanteiden tarkastelua, sitä miten ihmisen tilan ja muun materiaalien liike, voiman käyttö, kohteiden ja taustojen hahmottuminen toteutuu.

Luvussa 7 olen kuvannut, miten ruumiillinen, metaforinen käsitteellistäminen tapahtuu ulkoilmaharrastamisen kontekstissa. Tässä suhteessa tutkimus edustaa muotoilun tutkimuksen valtavirran mukaista erityisen tutkimusta, sillä perustavaa siinä ovat vain tietyt edellä mainitut ruumiinmetaforiseen filosofiaan sisältyvät perusasiat kuten liikkeen, tilan, tapahtumien yleisen rakenteen ja alkeismetaforien mukaan toteutettu tarkastelu. Tässä tutkimuksessa olen tarkastellut aiemmin hyvin kulttuurisesti määriteltyä pohjoisuuden ja arktisuuden käsitettä muotoilujattelun näkökulmasta.

Pohjoisuus ei ole tutkimuksessani romanttinen käsite. Se on todellista ja arjessa koettua. Se on materiaalia ihmisen, tuotteen ja luonnon välisessä aktiivisessa toiminnassa. Ihmistä ja tämän tiedostavaa ruumiillisuutta voidaan ajatella eräänlaisena ruumiillisena käyttöliittymä pohjoiselle luonnolle. Pohjoisen luonnon materiaalisuus ja fyysinen voimallisuus ovat muotoilijan ruumiillisuuden kanssa kunnolla kosketuksiin päästyään tuottaneet tulokseksi pohjoista muotoilua kuten Alvar Aallon suunnitteleminen monien suomalaisten kaupunkien useat rakennukset ja poronsarven muotoisen asemakaavan Rovaniemellä voisi ajatella edustavan. Sillä ei ole merkitystä, missä Aalto on elämänsä asunut. Arktisen, pohjoisen tai suomalaisen luonnon voi nähdä olleen muotoilijoiden kanssa kosketuksissa useinkin, sillä suomalaiset muotoilijat ovat tunnetusti inspiroituneet pohjoisen luonnosta. Tämä näkyy heidän suunnittelemissaan tuotteissa ja arkkitehtuurissa.

Keskeistä pohjoisen muotoilun teoriassa on luonnon opettelu, jota voi jossain määrin verrata sosiaaliseen kanssakäymiseen ja vuorovaikutukseen. Vuorovaikutukseen luonnon kanssa tulee käyttää resursseja, erityisesti aikaa ja keskittyä tuntemaan ja ”kuuntelemaan” luontoa osana omaa toimintaa. Ulkoilmaharrastamisen sosiaalisuus näyttäytyy ruumiinteoreettisesta näkökulmasta paitsi materiaalisesti välittyneeltä, myös omalla tavalla yhteisöllisenä, mutta niin, että sosiaalisena toimijana mukana on myös luonto:

Haastattelija: Miten kuvailisitte metsästystä harrastuksena lyhyesti muutamalla sanalla?

Pekka: Se on (.) semmonen (.) tämmönen multi- monimuotoharrastus, siinä yhdistyy liikunta, urheilu, suunnistus, luonnon tutkiminen ja sitte tämä uskonnollisin (.) uskonnollinen hiljentyminen eli tämäntyyppinen - Kari: Ekologia.

Pekka: ekologia myöskin. Se että siihen liittyy se saaliin s- (.) tavoittelu ja saaliin saanti osalla ihmisistä, ni se on vaan semmonen niinkun lopputulos siitä metsästys (.) prosessista se ei oo ihan

Tutkittavat ovat tavoitelleet harrastamisesta saatavilla kokemuksilla ja elämyksillä myös mielikuvitukselle asetettua haastetta, mytologista olemista luonnonvoimien keskellä. Suomalaisen suhdetta luontoon voidaan Tarastin (1994) mukaan kuvailla jopa myyttiseksi. Myytti ei ensi sijassa viittaa ulkoiseen todellisuuteen, vaan muodostaa itseään heijastelevan sanoman. Mikä tahansa ilmiö voi tulla myyttisen tietoisuuden kohteeksi ja saada myyttisen sisällön. Myyttisyys ei ole objektiivinen ominaisuus, vaan sen määrää tietty suhtautuminen, myyttis-uskonnollinen tarkastelutapa. (Tarasti, 1994, 22-23.)

Tarasti (2004, 21) on musiikin semiootikkona maininnut toistuvasti ruumiillisuuden ja kehollisuuden keskeisyyden omissa teorioissaan, mutta empiirisesti hän ei ole tarttunut teoreettisiin käsitteisiinsä kuten eksistenssiin subjektin ruumiillisuutena ja ruumiillisen välittyneisyyden kautta kuten Lizardo (2012), joka ehdottaa aiheeseen tartuttavan symbolisen kulttuurin ulkopuolelta ja käytäntöteoreettisesta näkökulmasta. Vuonna 1987 ilmestyneessä väitöskirjassaan *Myth and Music* Tarasti (1994, 9) on hahmottanut taide-musiikin myyttis-esteettisenä strukturalistisena, lévi-straussilaisena transformaatiojärjestelmänä, joka voidaan jaotella neljän kategoriaan: sadunomaisuuteen, luonnonmyyttisyyteen, sankarimyyttisyyteen ja maagisuuteen.

Tämän tutkimuksen semioottisina, sisällöstä riippumattomina merkitysjärjestelminä ja mielenkiinnon kohteina olisivat voineet olla luonnonmyyttisyys ja sadunomaisuus, joista jälkimmäisellä Tarasti (1994, 22-25) viittaa myyttisiin suuruuksiin, jotka saduissa supistuvat ihmeellisyyksiksi, tunnelmallisen tarinan kerronnan efekteiksi sadunomaista ilmapiiriä luomaan. Sadunomaisuutta kuvailevia sanoja ovat sakraalisuus eli ihmisen uskontoon liittyvät tavat, balladimaisuus, fantastisuus, eksoottisuus ja usein myös primitivismi. Luonnonmyyttisyys asettaa luonnon ja kulttuurin usein vastakkain. Luonnonilmiöitä tarkastellaan niiden erityisen myyttisen merkitsevyyden kuten esteettisen elämyksen kannalta. (Tarasti, 1994.) Tarastin myyttien tutkimus on innoittanut tarkastelemaan myyttisinä pidettyjä käsityksiä pohjoisesta luonnosta teoreettisina ruumiinfilosofisina käsitteellistyksinä siitä, miten muotoilun kuluttajat käsittävät suhteensa luontoon todellisina, materiaalisina suhteina myyttisten ja romantisoitujen määriteltyjen tulkintojen sijaan.

Käsitys ruumiillisesta ajattelusta romantisoituna näkökulmana on osoitus valtavirran mukaisen länsimaisen rationaalisuutta ja objektiivisuutta peräänkuuluttavan tieteenkäsityksen kykenemättömyyttä selittää taiteen, muotoilun ja käsillä tekemisen voimaa. Hiljainen tieto voi olla sanallisesti äänetöntä ja havaitsematonta, mutta ruumiillisesti ja materiaalisesti tarkasteltuna se voi olla kenties liiankin monitulkintaista yhdessä väitöstutkimuksessa kokonaisvaltaisesti tarkasteltavaksi. Uuden aallon kognitio-tieteellinen tutkimus, joka ei enää erottele mieltä ja ruumista toisistaan, pystyy jossain määrin käsitteellistämään tämän hiljaisena pidetyn ruumiillisen tiedon myös tieteellisesti



ymmärrettävässä muodossa. Ihminen tavoittelee symbolisen maailman sekavuuden ja monitulkintaisuuden vastapainona luonnollisia, käsitettäviä ja käsin kosketeltavia pää-  
telmiä siitä, mistä on kysymys, kuten looginen päättely omasta ruumiillisuudesta ja luon-  
nosta elin- ja toimintaympäristönä osoittaa. Tavoitellessaan hyvinvointia ja tasapainoa  
ruumiillisesti kokonaisvaltaisesti, on muotoilun kuluttaja mielekkään tekemisen parissa.  
Hän kykenee tuntemaan olevansa vastuussa itsestään ja tekemisistään. Ruumiillisesti  
läsnäoleva toiminta elämän materiaalisissa prosesseissa jäsentyy mielekkäänä tuottaen  
tuloksena kestäväää suhdetta muuhun ympäristöön ja yhteiskuntaan.

Ulkoilmaharrastajien muotoilun kuluttamisen käsitys suomalaisesta karusta poh-  
joisesta luonnosta on paitsi hyvin konkreettinen ja todellinen, mutta myös nykyaikainen.  
Ulkoilmaliikkumisen vaatetukseen ja -varusteisiin on yhdistetty teknologiaa eri muodoissaan.  
Teknologian ei siis tarvitse olla ristiriidassa luonnon kanssa, kun sen kehittämistä ja sovelta-  
mista tehdään länsimaisen näkökulman rinnalla myös pohjoisesta näkökulmasta. Molemmat  
voivat olla mahdollisia yhtä aikaa ja samassa tilassa. Ihminen toimii itse luonnon käyttöliit-  
tymänä ja käyttäjänä, mikä voi tarkoittaa sitäkin, että hänen on oltava valmiina ”ottamaan  
osumaa”, mikäli kanssakäyminen luonnon materiaalisuuden ja voimien kanssa niin edellyttää.  
Kestävyys on materiaalista myös muotoilun kuluttajan ruumiillisuudessa.

Arktisessa muotoilussa onkin toistaiseksi keskitytty näiden luonnonvoimien kuten  
kylmän ja pimeän ”taltuttamiseen” muun muassa teknologisia ratkaisuja soveltamalla.  
Luonto on kuitenkin armoton vastustaja, sillä edelleenkin kylmä jähmettää teknologiaa ja  
laitteita, joita maailmanlaajuisesti tuodaan arktisiin sääolosuhteisiin testattavaksi. Tekno-  
logian kehittäminen pohjoisen muotoilun näkökulmasta toteutuu yhteiskehittämisessä,  
kun pohjoinen kaikissa muodoissaan otetaan mukaan muotoiluprosessiin. Luonto ei silloin  
ole muotoilun kohde tai resurssi, vaan toimija muiden joukossa. Lumi- ja jäärakentaminen  
on tästä hyvänä esimerkkinä, sillä veden eri olomuotojen kanssa työskentelevien muotoi-  
lijoiden ja rakentamisen ammattilaisten on huomioitava luonto dynaamisena osana muo-  
toiluprosessia. Lumi ja jää sulavat, kun kesä tekee tuloaan. Luntakaan ei ole aina saatavilla,  
vaikka kalenterin mukaan näin on.

Kunnioitus toista toimijaa kohtaan on ehtona myös luonnon kanssa työskenneltä-  
sessä kuten ihmisten välisessä kanssakäymisessäkin. Ei pidä suuttua, mikäli ei voita, sillä  
”luonnon kanssa ei kannata kilpailla”, kuten tutkittava totesi. Pohjoisen luontoa ei myös-  
kään tulisi kohdella epäkunnioittavasti, muistuttaa Ingold (2019). Tämä ei kuitenkaan  
tarkoita, että luontoa saisi vain paikaltaan ihaila. Sen kanssa saa ja pitää olla tekemisissä.  
Luonnon kanssa voi myös kilvoitella, mutta niin, että juuret eivät maasta pysyvästi irtoa.  
Vuorovaikutus luonnon kanssa ja sen opettelu ovat aikaa ja resursseja vaativaa työtä, kuten  
edelläkävijyyys tai puoliammattilaisuus millä tahansa alalla.

Muotoilu ja muotoilujattelu ovat taitoa, mutta toisaalta muotoilun käsitteellistä  
määrittelyä ei voida tehdä pelkästään muotoilun käytäntöinä (Falín, 2011). Muotoilun käy-  
tännön ollessa ruumiillista ja ruumiillisiin käytäntöihin sitoutunutta materiaalista tietämistä,



se ei sellaisenaan yllä sanalliseksi, käsitteelliseksi määritelmäksi muotoilusta. Parhaimmillaan siinä päästään kielitieteilijä Karihalmeen (1996) mukaan teosanoihin, joilla objektin tai muotoilun tuotteen kaltaista tutkimuksen tavoitetta ja kohdetta kuvaillaan ominaisuuksiensa kautta. Kysymyksellä millaista muotoilu on, saadaan Redströmin (2006) mukaan myös vastaukseksi pääasiassa tuotteita ja palveluja kuvaavia yksittäisiä adjektiiveja. Jotta käsitteellisellä tasolla ei jäätäisi ainoastaan muotoilun kohteiden kuten tuotteiden, palvelujen ja järjestelmien ominaisuuksien tason tarkasteluun, tarvitsee muotoilu käsitteellisesti vahvoja menetelmiä sen erityislaatuisuutta selittämään. Käsitteellistämistä ja teoretisointia on alalla vähemmässä määrin tehty (Redström, 2017), sillä muotoilulle ominainen länsimaisen kehitysprojektin mukainen dynaamisuus, uuden tuottamisen eetos ja jatkuva muutos ei tue vahvaa teoretisointia, mikä esimerkiksi klassisen Grounded Theory -menetelmän mukaisesti toteutettuna voi näyttäytyä muotoilun kentällä työläänä ja aikaa vievänä.

*Arktinen muotoilu* kohdistuu arktisissa luonnonoloissa selvitymisen ratkaisuihin alku-peräiskansoja kunnioittaen. *Pohjoinen muotoilu* on arktisen muotoilun käsitettä laajempi. Se on globaali asia, jonka voi asemoida omanlaiseksi muotoilun tutkimuksen lähestymistavaksi, sellaiseksi, joka on irrallaan esimerkiksi perinteisistä rooleista taidehistorian ja kulttuurin tutkimusten täydentäjänä. Pohjoisen muotoilun tutkimus voi keskittyä muotoilun tutkimuksen tavoin siihen, miten *muotoilijat* muotoilevat. Lisäksi sillä voidaan nähdä Tonkinwise (2014, 31) ehdotuksen mukaisesti suuntaamista tutkimusta ”jotain varten” (engl. *research for design*), kuten perinteisesti on tehtykin, mutta ei kuitenkaan nöyristelevästi pelkästään muotoilua varten. Muotoilun tutkimuksen tehtävänä on tuottaa uutta tietoa siitä, mitkä asiat kulloinkin asetetaan muotoilun kohteeksi. Nöyryys muotoilun tutkimuksen tuottamille ehdotuksille muotoilun kohteista tulisi säilyttää, vaikka tuloksena olisi nykyisen valtavirran vastaisia näkökulmia teknologiakeskeisestä kehityksestä ja digitaalisuudesta. Muotoilua varten tehtävä tutkimus voi sitoutua myös kauneuteen, luottamukseen ja jopa talousjärjestelmän uudelleen määrittelyyn. (Tonkinwise 2014, 30-31.)

Egosentrinen empatia on Lakoff ja Johnson'n (1999, 308) mukaan moraalisen empatian muoto, jolla on yritystä ja tapaa tavoitella muiden ihmisten kokemusta, mutta kuitenkin niin, että kokija säilyttää omat arvonsa. Käyttäjäsuauntuneeseen muotoiluun on sisäänrakennettuna tämänkaltainen egosentrisen empatian muoto. Näkökulma on laajennettavissa käsittämään koko muotoilun kenttää, joka ulottuu muotoilun kuluttamista laajemmaksi käsitykseksi empaattisesta muotoilusta osana muotoiluajattelua (vrt. Mattelmäki et al., 2014). Ingoldin (2019) huomioihin (Luku 9.1) viitaten pohjoisen muotoilun teoria ei kata pelkästään pohjoisen muotoilun kuluttamisen, vaan se pätee laajemmin muotoilutoimintaan ja sen arvopohjaan periaatteella:

”Pohjoinen ei lähde ihmisestä, mutta sen voi ihmiseen tuoda”.

Pohjoisen muotoilun ja muotoiluajattelun moraalinen koti on luonnossa. Toisinaan sillä

on tarkoitettu myös suomalaista muotoilua, mutta modernin projektin työntyessä yhä laajemmalle, on pohjoisesta ehkä tullut tullut jossain määrin menneen klassisen suomalaisen muotoilun tyysija. Luonto pohjoisen muotoilun moraalisen kotina välittää ihmiselle perustavanlaatuisia käsityksiä elämän perusasioista: perustavasta omistamisesta, liikkumisesta ja liikkeen vapaudesta sekä vapaudesta hyvään, kivuttomaan olotilaan, hyvinvointiin ja onnellisuuteen. Nämä ovat moraalikäsitystemme periaatteellisia kulmakiviä, jotka ovat ihmisen ruumiillisuudessa ja materiaalisuudessa syvään juurtuneita. Niihin perustuu inhimillinen ajattelukyky, josta pohjoinen muotoiluajattelu on yksi esimerkki.

## 10 LOPUKSI

### 10.1 Luotettavuus

Muotoilu ja muotoiluajattelu ovat taitoa, mutta toisaalta muotoilun käsitteellistä määrittelyä ei voida tehdä pelkästään muotoilun käytäntöinä (Falín, 2011). Muotoilun käytännön ollessa ruumiillista ja ruumiillisiin käytäntöihin sitoutunutta materiaalista tietämistä, se ei sellaisenaan yllä sanalliseksi, käsitteelliseksi määritelmäksi muotoilusta. Parhaimmillaan siinä päästään kielitieteilijä Karihalmeen (1996) mukaan teonsanoihin, joilla objektin tai muotoilun tuotteen kaltaista tutkimuksen tavoitetta ja kohdetta kuvaillaan ominaisuuksiensa kautta. Kysymyksellä millaista muotoilu on, saadaan Redströmin (2006) mukaan myös vastaukseksi pääasiassa tuotteita ja palveluja kuvaavia yksittäisiä adjektiiveja. Jotta käsitteellisellä tasolla ei jäätäisi ainoastaan muotoilun kohteiden kuten tuotteiden, palvelujen ja järjestelmien ominaisuuksien tason tarkasteluun, tarvitsee muotoilu käsitteellisesti vahvoja menetelmiä sen erityislaatuisuutta selittämään. Käsitteellistämistä ja teoretisointia on alalla vähemmässä määrin tehty (Redström, 2017), sillä muotoilulle ominainen länsimaisen kehitysprojektin mukainen dynaamisuus, uuden tuottamisen eetos ja jatkuva muutos ei tue vahvaa teoretisointia, mikä esimerkiksi klassisen Grounded Theory -menetelmän mukaisesti toteutettuna voi näyttäytyä muotoilun kentällä työläänä ja aikaa vievänä.

Glaserin näkemys GT-menetelmän mahdollisuudesta tuottaa tuloksena monitahoinen ja monimuuttujainen, mutta silti hillitty ja selitysvoimaltaan vahva teoria perustuu jatkuvaan vertailevaan analyysiin. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkija ei takerru laadullisille tutkimuksille usein asetettujen aikaan, paikkaan ja ihmisiin sidoksissa olevien kuvailevien analyysien tasolle, vaan keskittyy koodauksen ja muistiinpanojensa turvin jatkuvan vertailun menetelmin uuden käsitteellisen tiedon löytämiseen ja teorian tuottamiseen käsitteellistämisen tuloksena. Vertailun tavoitteena on selvittää, miten aineisto tukee esille nousevia käsitteellistyskäsitteitä. Se pakottaa tutkijan kohtaamaan aineistossa esiintyvät samankaltaisuudet, eroavaisuudet ja merkitysten yhdenmukaisuuden asteet niitä tuottavien indikaattorien välillä. (Holton & Walsh, 2017, 78.)

Systemaattisesti toteutettuna menetelmän lopputuloksena on teoria, jonka käsitteellinen validiteetti, pätevyys, on myös keskeinen laadun ja luotettavuuden arvioinnin kriteeri. Tutkimusaineiston hankinnan, dokumentoinnin ja käsittelyn näkökulmasta tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida luvussa 5 *Tutkimuksen toteutus*, esitettyjen kuvausten ja

tietojen pohjalta. Aineistossa esiintyneet noin 2000 yksittäistä tapahtumaa, haastattelukatkelmia tai sitaatiota on koodattu alussa avoimesti ja deskriptiivisesti. Ne ovat olleet tuottamassa pohjoisen muotoilun teorian kumulatiivisesti kasvavaa kertomusta. Tämä ei ole klassisen Grounded Theoryn tavoite, mutta pohjoiseen ajatteluun ja muotoiluajatteluun sisältyvänä asioiden mukana kantamisen käytäntönä se on tullut näkyville tässä Grounded Theory -menetelmän sovelluksessa pohjoisen muotoilun teorian tuottamiseksi. Näkemykseni on, että en ole voinut tuottaa täysin abstrahoitua teoreettista käsitteellistystä ilman pohjoisuuteen liittyvien omintakeisten substantiivisten sisältöjen esiin marssitusta läpi analyysiprosessin. Tällöin ne ovat toivottavasti selkeyttäneet myös lukijalle analyysiprosessin työntä liikettä kohti teoriaa – ominaisuus, joka on sisäänrakennettuna pohjoisen muotoilun teorian malliin.

Merkityksellisyys on yksi neljästä ankkuroidun teorian laatu- ja pätevyyttä arvioivista kriteereistä (Glaser, 1978, 4). Se on teoriaan sisäänrakennettuna, jolloin sillä tarkoitetaan aineistosta tutkijan etsimää ja löytämää merkityksellisyyttä. Sitä ei voi saavuttaa, mutta se voidaan hukata, mikäli liian helposti ja kyseenalaistamatta tukeudutaan jo olemassa oleviin teorioihin. (Glaser, 1978, 4.) Merkityksellisyys on rakennettu menetelmään myös sen yleisen tason tavoitteesta kuvata sosiaalisia ulottuvuuksia ja prosesseja. Pohjoisen muotoilun teoriassa tämä sosiaalisten ulottuvuuksien ja prosessien taso saadaan avautumaan tulevien tutkimusten kohteena. Pohjoisen muotoilun kuluttamisen sosiaalinen käyttäytymisen tarkempi selitys vielä taustalle ruumiillisen ihmisen ja materiaalsen luonnon välisen vuorovaikutuksen tarkastelun noustessa päärooliin. Teoreettiset välineet mahdollistivat nyt alustavasti kiinnittymisen tähän sosiaalisen kognition perustaan, joka kenties ruumiinrealistisen tutkimussuuntauksen näkökulmasta avautuu tulevaisuudessa uusina ja mielenkiintoisina muotoilun tutkimuksen kohteina.

Hyvä ankkuroitu teoria on myös mahdollisimman yksinkertainen. Mikäli se substantiivisen alueensa mukaisesti pitäisikin sisällään hyvin laajan repertuaarin inhimillistä, sosiaalista käyttäytymistä erilaisina deskriptiivisinä kuvauksina, on siinä teorian näkökulmasta kuitenkin vain vähän kategorioita, yleensä kahdesta neljään (2-4). Jokaisen kategorian sisäisiä määritteleviä ominaisuuksiakin olisi hyvä olla mahdollisimman vähän. (Glaser, 1992, 18.) Pohjoisen muotoilun kuluttamista sosiaalisena prosessina selittävät kategorisoinnit tässä tutkimuksessa käsittävät näin ollen **ruumiillisen muotoilun kuluttajan, joka toimii yksilöllisten ja sosiaalisten itsensä kehittämisen tavoitteiden näkökulmasta materiaalisesti välittyneesti**. Materiaalisella välittyneisyydellä tarkoitetaan muotoilun kuluttajan itsensä, muiden ihmisten, esineiden sekä luonnon materiaalisuutta. Tällöin muotoilun kuluttamisen käyttäytymistä ohjaa inhimilliselle toiminnalle luontainen **moraalinen tavoite kestävään kehitykseen** oman ja läheisten hyvinvoinnin turvaamiseksi. Samassa tilassa, tässä tapauksessa pohjoisen luonnossa toimiessaan eri materiaaliset toimijat vaikuttavat ja törmäävät toisiinsa. Tuloksena on materiaalisesti välittynyt vuorovaikutus. Tämän kaltaisiin selittäviin kategorisointeihin olen tässä aineistolähtöisessä analyysissä

päätynyt, ja tulkitsen pohjoisen muotoilun teorian toimivan näillä ehdoilla.

Toimivalla teorialla tarkoitetaan teorian kykyä selittää, mitä on tapahtunut, mitä tulee tapahtumaan ja miten sen avulla voidaan tulkita substantiivisella tai formaalilla alueella tapahtuvan. Toimivan teorian kategorioiden tulee olla sopivia paitsi käsitteellisesti, myös ”toimivia” ja käytännöllisiä niin, että ne ovat merkityksellisiä suhteessa tutkittavana olevan (substantiivisen) alueen toimintaan. (Glaser, 1978, 4-5.) Hyvän teorian tulisi olla käytännöllinen myös tasolla, jolla maallikko voi sen toimivuuden ymmärtää (Hämäläinen, 2014, 19). Tämä ei ole akateemisessa tutkimuksessa usein helppo tavoite täyttää, mutta olen luottavainen muotoilun tapaan ja käytäntöön kokeilla teoriaa käytännön tasolla. Näkisin pohjoisen muotoilun teoriassa olevan aineksia yksinkertaistettuun malliin. Mallin tavoitteena voisi olla jäsentää muotoilun kuluttamista sosiaalipsykologisena prosessina esimerkiksi kestävien hyvinvointipalvelujen muotoilussa.

Ankkuroidun teorian laatua ja luotettavuutta arvioidaan Glaserin (1978, 4) mukaan myös kolmella muulla kriteerillä, jotka ovat sopivuus, toimivuus ja muokattavuus (Hämäläinen, 2014, 19). Sopivuuden kriteeri tarkoittaa yksikertaisimmillaan sitä, että aineistosta tuotettu teoria on varmimmin totta, koska se perustuu aineistoon. Tilanteessa, jossa jonkin ulkoisen teorian pätevyyttä testataan aineistoon, voidaan päätyä tilanteeseen, missä aineisto on enemmän tai vähemmän pakotettu sopimaan valmiin teorian mukaisiin oletettuihin jäsenyksiin ja kategorisointeihin. Puhdas aineistolähtöinen analyysi ei todennäköisesti tuota tulokseksi samanlaista kategorisointia kuin teorialähtöinen analyysi. Valmiita teorioita ja käsitteellistyskäsitteitä voi soveltaa ankkuroidun teorian tuottamiseksi, kunhan muistaa arvioida olemassa olevien käsitteellistysten ja teorioiden (osien) sekä aineistosta muotoutumassa olevan teoretisoinnin välisen sopivuuden. Tässä apuvälineenä on teoreettinen sensitiivisyys, joka kehittyy intensiivisellä ja laajalla kirjallisuuden lukemisella. Analyysiprosessin edetessä kategoriat tulevat esiin ja muokkaantuvat jatkuvasti, minkä vuoksi myös niiden sopivuutta suhteessa aineistoon tulee arvioida koko prosessin ajan. Kategorioita tulee olla valmis myös muokkaamaan aineiston osoittamalla tavalla. (Glaser, 1978, 4.)

Tulkitsen analyysin kuluessa tekemäni koodiryhmien ja kategorioiden muokkauksen olevan osoitus menetelmän mukaisesta teoreettista herkkyydestä läpi koko prosessin. Tutkimuksen raportoinnissa olen yrittänyt myös johdattaa lukijan läpi eri vaiheiden. Lopullisen teorian näkökulmasta se ei olisi ehkä ollut aina tarpeellista näin yksityiskohtaisesti toteutettuna. Toisaalta, olen halunnut myös selvittää ja konkretisoida Grounded Theory -menetelmän usein taustalle jääviä vaiheita, jotka käsitteellisen herkkyyden kehittämisen näkökulmasta ovat usein ajallisesti vaativia ja raportoinnissa esittelemättä jääneitä vaiheita.

Edellä mainittujen periaatteiden mukaisesti olen pyrkinyt muodostamaan käsitteellisen, mutta mahdollisimman tiiviin teoria muotoilun kuluttamisesta sosiaalipsykologisena prosessina. Lopputuloksena esitän tällä muotoilun kuluttamisen mallilla olevan edellytykset kestävä kuluttamisen malliksi, teoriaksi pohjoisesta muotoilusta. Aineisto, jolla olen teoriaan päätenyt, on substantiaaliselta alueeltaan rajattu, jolloin ei ole mielekästä tavoitella

kattavaa ja yleistä mallia muotoilun kuluttamisesta muussa kuin pohjoisen kontekstissa. Klassisen GT-menetelmän menettelytapoja seuraamalla olen kuitenkin pyrkinyt säilyttämään ankkuroidun teoriani laadukkaana ja päteväenä. (Glaser, 1992, 18-19.) Tuloksena syntynyt *pohjoisen muotoilun teoria* on sopiva ja merkityksellinen, koska sen pääkäsitteet on otettu esiin muotoilun kuluttajille pohjoisen ulkoilmaharrastamisen kontekstissa tehdyistä haastatteluista. Näissä haastatteluissa tutkittavat pääsivät itse nostamaan keskusteluun heille tärkeitä ja merkityksellisiä asioita ja ongelmia, joita sitten ryhmähaastatteluissa käsiteltiin. Minulle tutkijana jäi tehtäväksi löytää aineistosta nämä keskeiset asiat ja käyttäjien näkökulmat, sekä pyrkiä niiden selittämiseen teoreettisen mallin ja käsitteiden avulla.

Vuosien ankkuroituihin teorioihin keskittyneen tutkimuksen aikana Glaserille (1978, 5) ja tämän oppilaille muodostui vahva käsitys myös neljänestä menetelmän laadun ja pätevyuden arviointiin tarvittavasta kriteeristä, muokattavuudesta. Yleisesti ottaen on totta, että perustavanlaatuiset sosiaaliset prosessit ovat ihmisten elämässä ja toiminnassa aina olemassa, mutta niiden variaatiot ja merkitykset ovat jatkuvan muutoksen alaisia. Uusi ja täydennetty aineisto osoittaa aina tarpeen teorian muokkaamiseen ja jatkokehitykseen, mikäli tutkija vain pysyy uskollisena aineistolle. (Glaser, 1978, 5.) Tältä osin olen myös luottavainen teorian jatkokehityssahdollisuuksista ja muokattavuudesta. Olen useissa eri yhteyksissä pohtinut kulttuuriteorioiden tuomaa lisäarvoa tutkimukseni hyvin ruumiinteoreettiseksi jääneelle teoriaperustalle. Kulttuurintutkimus sekä sosiaalisen kognition tutkimus ja peilineuroniteoriat ovat mielenkiintoisia avauksia näihin suuntiin.

Pohjoisen muotoilun teoriaa voidaan pitää toimivana, sillä analyysissä olen toteuttanut jatkuvan vertailun prosessia ja periaatetta niin kauan, kunnes saavutin minua tyydyttävän teoreettisen saturaation. Vertailu on jatkunut niin kauan, kunnes teorian pääkäsitteet ja niiden välillä vaikuttavat suhteet ovat kyenneet selittämään ja ratkaisemaan tutkimuksen päähuolenaiheen, pohjoisen muotoiluajattelun prosessin. Teorian laatua ja pätevyyttä kuvaa myös sen muokattavuus. Tuomalla lisäaineistoa myös muilta substantiivisilta alueilta kuin muotoilun kuluttamisesta ulkoilmaharrastamisen kontekstissa, muokkautuisi teoria väistämättä teoreettisesti sensitiivisen koodauksen jälkeen niin, että sillä olisi mahdollisuus selittää muotoilua ja sen kuluttamista myös yleisellä ja formaalilla tasolla.

## 10.2 Reflektointia

Noin kaksikymmentä vuotta aiemmin valmistunut matkailun sosiologinen julkaisuni (Varanka, 2001) *Lappi matkailun näyttämöllä* käsittelee Lapin matkailun vetovoimatekijöiden, saamelaiskulttuurin ja luonnon asemoimista goffmanilaiseen palvelukehykseen. Tuossa työssä matkailupalvelujen etualalla olevat saamelainen alkuperäiskulttuuri ja luonto asettuvat näyttämömetaforan mukaisesti sosiaalisen toiminnan kohteiksi. Tutkimuksellinen kiinnostukseni metaforisuuteen, luontoon ja kulttuurin tuotannon alueisiin

matkailuun ja sittemmin muotoiluun on säilynyt tavoitteena tarkastella niitä integroidusti, yhtenä pohjoisen muotoilun ilmiönä ja teoriana siitä.

Pohjoinen on käsite, joka täytyy ”tuntea”. Sille ei voi piirtää maantieteellisiä rajoja, vaikka empiirisesti pohjoinen onkin tutkimuksessa rajattu käsittämään Suomen rajojen sisäpuolista aluetta ja toimijoita. Pohjoista ei tule myöskään määritellä pohjoisen ja eteläisen Suomen välisenä erona, sillä pohjoisuus niin ruumiinteoreettisena kuin kulttuurisenakin käsitteenä tarkoittaa pohjoisen sisäistämistä minkä tahansa käytännön, taidon tai kulttuurin tavoin.

Arktisen muotoilun konteksti on pohjoinen. Pohjoisessa muotoilussa viehättää sen yksikertaisuus, jolla tarkoitan ennen kaikkea sen ymmärtämisen helppoutta. Luonnon ollessa kyseessä, helppous tulee maanläheisyydestä ja siihen materiaalisesti ja ruumiillisesti kiinnittyneestä toiminnasta. Pohjoinen muotoilu on myös kulttuurisensitiivistä. Kulttuurisensitiivisen käsitteellä viitataan ensisijaisesti alkuperäiskansojen kulttuureihin, ja alueen traditionaalisiin tapoihin elää ja olla läheisessä yhteydessä ja vuorovaikutuksessa luonnon, Arktisen elinympäristön kanssa. Pohjoisen muotoilun teorian mukaan läheinen yhteys luontoon on myös keskeinen osa nykypäivän pohjoista kulttuuria. Sen vahvistumista tulisi tukea enenevässä määrin. Muotoilulla on tässä tehtävässä keskeinen rooli.

Pohjoinen fyysisenä elementtinä korostaa niitä konventionaalisia käsityksiä siitä, mitä Arktinen ja pohjoinen ovat. Suomen mittakaavassa tämä tarkoittaa sijaintia Napapiirin tuntumassa karuissa ja kylmissä sääolosuhteissa sekä selviytymistä ja liikkumista näissä luonnonympäristöissä. Tämä on perustavaa, mutta tähän ei tarvitse jäädä. Pohjoinen kulttuurisena elementtinä kuvaa hyvin myös sitä, miten länsimainen kulttuuri on mentaalisenä tilana ja normatiivisena instituutiona vahvasti läsnä ja vienyt tilaa pohjoisen kulttuurilta ja mentaliteetilta.

Esitän, että ihmiset pohjoisessa luonnossa liikkueensa ja siellä vapaasti toimiessaan ovat eettisesti erityisen valvettuneita, koska heidän liikkumisensa tavoite on perustavalla tasolla kiinni hyvinvoinnin etsimisessä. Inhimillisenä luonnollisena tavoitteena on ympäristön laaja-alainen eksperientalistinen kokeminen esineiden ja objektien hallinnan kautta, terveytenä, empatiana ja sosiaalisuutena. Luonnontilassa ja -ympäristöissä käsitykset palautuvat konkreettisella tavalla niin sanotusti oikeisiin mittasuhteisiin. Ihmisen kognitiivisen käsittämisen näkökulmasta tämä tarve on olemassa. Nykyaikaisen ihmisen toiminnan käytäntöjä kuvaavat pitkälti monimutkaiset abstraktiot, jotka ovat raskaita ylläpidettäviä perustavalla tavalla toimivalle käsityskyvyllemme.

Symbolisella logiikalla on mahdollista päätyä virheelliseen kuvailuun inhimillisen logiikan ruumiillistuneista periaatteista, jolloin pitäydytään merkityksettömien symbolien manipuloinnissa. Tällöin sivuutetaan inhimillisen päättelyn muotojen ruumiillistunut luonne. Toisen polven kognitiotiede tarjoaa välineitä ja menetelmiä muodollisen ja ruumiillisuudesta irrallisen päättelyn logiikan vaihtoehdoksi. Kekseliäs päättely on ruumiillistunutta. (Lakoff & Johnson 1993, 545.) Tässä tutkimuksessa olen vasta hahmotellut



perusteita sille, miten käytäntökäänteeseen kokenut yhteiskuntatieteellinen tieteenala ja kulttuurintutkimus voisivat tuottaa merkittävää uutta tietoa yhdessä ruumiillisuuden käytäntöjä korostavan muotoilun tutkimusalan kanssa. Monissa tutkimuksissa kuitenkin edelleenkin pitäydytään perinteisissä kielen ja merkityksen näkökulmissa, sillä niiden mukaan teorian metaforisten perustusten löytäminen jotenkin heikentää teorian uskottavuutta (Lakoff and Johnson 1993, 542).

Lakoff'n ja Johnsonin (1999, 539) mukaan jokainen meistä kulkee läpi elämän varustettuna filosofisilla näkemyksillä sellaisista asioista kuten moraali, politiikka, tieto, ihmisluonto ja elämän merkitys. Suurin osa näistä näkökulmista tulee meille perittyinä kulttuurista, ilman että olisimme useinkaan tietoisia siitä, mitä nämä filosofiset näkökulmat ovat (Lakoff & Johnson 1993, 539). Muotoilun kuluttaminen voisi olla eräs tällaisista uuden aallon käytännön filosofioista kohti kestävästä elämäntapaa. Länsimaisen kehityksen eturintamaan asetettuna muotoilua on kuitenkin pitkälti syytetty päinvastaisesta, kuluttamista tukevasta tavoitteesta.

Tutkimuksellani olen halunnut tuoda esiin, miten ruumiillinen käsitteellistäminen ja käsittäminen eivät poissulje abstraktien sosiaalisen ja kulttuurisen tutkimuksen tapoja käsitteellistä ihmillisen elämän monimuotoisuutta. Kenties muotoilun yhtenä tehtävänä tulevaisuudessa onkin vahvistaa sosiaalitieteen ja kulttuurintutkimuksen tuottamisen käsitteellistysten konkretisointia, soveltaa ja palauttaa niiden tuottamaa uutta tietoa takaisin yhteiskunnan ja ihmisten käyttöön ymmärrettävässä, ”käsitettävässä” muodossa. Tutkimus voisi olla lähtökohtana myös pohjoisen muotoilun filosofiaksi, sillä Lakoff ja Johnson'n (1999, 542) mukaan filosofia on kaikelle ihmiselle ajattelulle luonteenomaista.

Toisin sanon, filosofisen mielikuvituksen, kuten vaikkapa muotoilun filosofian, ei tarvitse olla pakotettua, vaan se voi toimia metaforien tavoin keinoina, joiden avulla on mahdollista ymmärtää abstrakteja alueita. Metafora kuten mikään mukaan ruumiillinen rakenne ei ole filosofinen rasite. Sen sijaan, se on työväline asioiden ymmärtämiseen tavalla, joka on sidottu ruumiilliseen ja elettyyn kokemukseen. Voisi olla helpottavaa ajatella, että ei ole olemassa läpinäkyvää, ruumiillisuudesta irrallista päättelyä. (Lakoff & Johnson 1993, 543.) Näistä filosofisista peruslähtökohdista olen tuottanut uutta pohjoisen muotoilun teoriaa kognitiivisesti realistisesti ja empiriisesti edesvastuullisesti suhteessa niihin filosofisiin näkemyksiin, joilla on merkitystä elämäämme. Filosofia itsessään näyttäytyy tällöin hyvin erilaisena. Sen sijaan että se **olisi puhtaan järjen aktiviteetti, onkin se ruumiillisen järjen aktiviteetti** (Lakoff and Johnson 1993, 539).

Ihmisen perustava tarve liikkua tiloissa hahmottaen tilat ja niiden sisäiset asiat säiliöinä, on kaikista perustavin ruumiinmetaforinen ja -teoreettinen käsityksemme. Matkailu toimikoon edelleenkin esimerkkinä tästä. Tämän tutkimuksen näkökulmasta sen keskeisin vetovoimatekijä on liikuttaa ihmisiä tiloissa ja niistä toiseen, jolloin matkailijan käsitys maailmasta avartuu. Lisäksi tullaan tutkimuksen viimeistelyvaiheessa maailmanlaajuisesti vaikuttaneeseen kriisiin, COVID-19 -viruspandemiaan ja sen aiheuttamaan lähes



maailmanlaajuiseen matkustuskieltoon. Ruumiillisuuden peruseriaatteiden näkökulmasta ihmisten elämä mullistui täysin. Ratkaisuna ja pelastajana tilanteessa on toistaiseksi toiminut virtuaalinen ja digitaalinen todellisuus, jonka avulla on pystytty representoimaan visuaalisesti ja auditiivisesti ihmisille se konkretia, johon he eivät juuri tuolloin fyysisesti päässeet tarttumaan. Ratkaisu on väliaikaisesti toimiva. Ihmiset kykenivät virtuaalitodellisuuden avulla tukeutumaan Lakoff'n ja Johnson'n (1999), Noën (2004), Damasion (2011) sekä Gallese ja Cuccio'n (2015) tunnistamiin tietoisiin aivoihin, tekemisessä havaitsemiseen ja peilineuronien toimintaan. Materiaalisen liikkeen tunnistimina peilineuronit ovat auttaneet meitä tuntemaan itsemme ruumiillisiksi, materiaalisesti eläviksi ja vuorovaikutteisiksi entiteeteiksi. Tutkimuksen pohjalta voi pohtia, miten pysyvästi inhimillinen materiaali, fyysinen läsnäolo ja vuorovaikutus muun materiaali kuten luonnon on korvattavissa tietoisien aivojen heijasteilla käsin kosketeltavasta lihasta ja materiasta.

En ole ainoa kulttuurintutkija ja muiden ihmistieteiden edustaja, joka on huomionnut moniaistisuuden merkityksen inhimillisen kokemuksen ja sen tutkimuksen rikkautena. Tiedostava ruumis, ruumiillisuus ja aistiminen eivät rajoitu tässä tutkimuksessa esitettyyn. Perustavaa on myös muistaa, että aisteja on enemmän kuin mihin tutkimuksen valtavirta tällä hetkellä keskittyy. Vähiten mielenkiintoa saanut tuntoaisti on vain yksi esimerkki, johon muotoilun tutkimuksen mielenkiintoa voisi kohdistaa. Keskeisintä kuitenkin on, miten inhimillinen toiminta on perustavalla tasolla kestävää ja kehittyy materiaalisessa vuorovaikutuksessa ihmisen ja tämän toimintaympäristöjen välillä.

Olemme oppineet, että muotoilu on dynaamista, se on aikaan saavaa ja se on liikettä. Liike edustaa prosessia. Prosessi vaatii ruumiinmetaforisen teorian mukaan myös tilaa. Pohjoinen ja suomalainen muotoilu ovat nyt saaneet päätepisteensä tässä vaiheessa tutkimusta, osana teoriaa. Se miksi uudet muotoilun opiskelijat aina vuosi toisensa jälkeen innostuvat muotoilun opiskelusta, voi kenties johtua siitä, mitä olen tämän teorian puitteissa yrittänyt kertoa suomalaisesta ja pohjoisesta luontokontekstista ja sen vaikutuksesta ihmisen perustavanlaatuisen käsitykseen siitä, mistä tässä kaikessa on kyse: itsensä oppimisesta, luonnon oppimisesta, tasapainossa elämisestä ja lopulta luontaisesti kestävästä kehityksestä.

## LÄHTEET

- Adami, E. & Kress, G. (2010). The social semiotics of convergent mobile devices: New forms of composition and the transformation of habitus. Teoksessa G. Kress (toim.), *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. New York, Abingdon: Routledge, 184-197.
- Ahde-Deal, P. (2013). *Women and jewelry - A social approach to wearing and possessing jewelry*. Väitöskirja. Aalto University publication series, Doctoral dissertations 1/2013. Helsinki: Aalto University, School of Arts, Design and Architecture, Department of Design.
- Ahoniemi, P. (2003). Taidekokemuksesta omaksi vaatteeksi - vaateuksen suunnittelu-prosessi identiteetin rakentajana. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen & A. Raunio (toim.) *Vaatekirja* (toinen painos). Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos, 77-107.
- Alakärppä, I. (2014). *Teknologiasta käytäntöihin: Käytäntöteoreettinen malli hyvinvointiteknologian hyväksyttävyyden arviointiin*. Acta Electronica Universitatis Lapponiensis 137. Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Alapuro, R. (2006). Miten Bourdieu tuli Suomeen. Teoksessa S. Purhonen & J. P. Roos (toim.) *Bourdieu ja minä. Näkökulmia Pierre Bourdieun sosiologiaan*. Tampere: Vastapaino. 71-101.
- Anttila, P. (2005). *Ilmaisu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta*. Artefakta 16. Hamina: Akatiimi.
- Appadurai, A. (1986). *The social life of things. Commodities in cultural perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Battarbee, K. (2004). *Co-experience. Understanding user experiences in social interaction*. Väitöskirja. Publication series of the University of Art and Design Helsinki A 51. Helsinki: IUAH.
- Berger, P. L. & Luckmann, T. (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. (suom. V. Raiskila). Helsinki: Gaudeamus.

- Berry, C. J. (1994). *The idea of luxury. A conceptual and historical investigation*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction. A social critique of the judgement of taste*: (käänt. R. Nice). (9. painos). Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *Järjen käytännöllisyys. Toiminnan teorian lähtökohtia*. (käänt. M. Siimes). Tampere: Vastapaino.
- Campbell, C. (1990). *The romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. (Kolmas painos). Oxford: Blackwell.
- Casakin, H. P. (2007). Factors of metaphors in design problem-solving: Implications for design creativity. *International Journal of Design*, 1(2), 21-33.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory. A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Colley, A. (2017). *Extending mobile touchscreen interaction*. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Cross, N. (2006). *Designerly ways of knowing*. London: Springer.
- Cross, N. (2011). *Design thinking. Understanding how designers think and work*. London: Bloomsbury.
- Damasio, A. (2011). *Itse tulee mieleen. Tietoisten aivojen rakentaminen* [Self Comes to Mind. Constructing the Conscious Brain] (suom. K. Pietiläinen) Helsinki: Terra Cognita.
- Danziger, P. N. (2005). *Let them eat cake: Marketing luxury to the masses - as well as the classes*. Chicago, IL: Dearborn Trade Publishing.
- DiSalvo, C. & Gemperle, F. (2003). From seduction to fulfillment: The use of anthropomorphic form in design. In *Proceedings of the 2003 International Conference on Designing Pleasurable Products and Interfaces*, 67-72.
- Dormer, P. (1990). *The meanings of modern design. Towards the twenty-first century*. New York: Thames and Hudson.

- Dubois, B., Czellar, S. & Laurent, G. (2005). Consumer segments based on attitudes toward luxury: Empirical evidence from twenty countries. *Marketing Letters*, 16(2), 115-128.
- Dubois, B., Laurent, G., & Czellar, S. (2001). *Consumer rapport to luxury. analyzing complex and ambivalent attitudes*. Paris: Groupe HEC.
- Edelheim, J., & Ilola, H. (2017). Johdanto. Teoksessa J. Edelheim, & H. Ilola (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino, 11-14.
- Falin, P. (2005). *Luxury – its multiple aspects and as subject of design research*. *Designfacts. Design 2005*, 5-6. Haettu osoitteesta [www.tekes.fi/ohjelmat/muoto](http://www.tekes.fi/ohjelmat/muoto)
- Falin, P. (2011). *Praktinen diffuusio. Muotoilu asiantuntijuuden alueena ammatillisen identiteetin näkökulmasta*. Väitöskirja. Acta Electronica Universitatis Lapponiensis 70. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Fauconnier, G. & Turner, M. (1994). *Conceptual projection and middle spaces*. Tietojenkäsittelytieteen laitoksen kognitiotieteen teknisiä raportteja 9401. (Department of cognitive science technical report 9401). San Diego: Kalifornian yliopisto.
- Findeli, A. (1998). Will design ever become a science? Epistemological and methodological issues in design research, followed by a proposition. Teoksessa P. Korvenmaa & Y. Levanto (toim.) *No guru, no method? discussion on art and design research*. Helsinki: Research Institute, University of Art and Design Helsinki UIAH, 63-69.
- Florida, R. (2005). *Luovan luokan esiinmarssi. Miten se muuttaa työssäkäyntiä, vapaa-aikaa, yhteiskuntaa ja arkielämää* [The Rise of the Creative Class] (suom. J. Nousiainen, M. Mikkonen & S. Raudaskoski). Helsinki: Talentum.
- Frascara, J. (2002). People-centered design: Complexities and uncertainties. Teoksessa J. Frascara (toim.), *Design and the social sciences: Making connections* London: Taylor & Francis, 33-39.
- Gallese, V., & Cuccio, V. (2015). The paradigmatic body - embodied simulation, intersubjectivity, the bodily self, and language. Teoksessa T. Metzinger, & J. M. Windt (toim.), *Open MIND: 14(T)*. Frankfurt am Main: MIND Group, 1-22. Haettu osoitteesta <http://open-mind.net/papers>

- Gherardi, S. & Strati, A. (2012). Introduction. Teoksessa S. Gherardi & A. Strati (toim.), *Learning and knowing in practice-based studies*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd, ix-xiii.
- Glaser, B. G. (1978). *Advances in the methodology of grounded theory. Theoretical sensitivity*. University of California, San Francisco: The Sociology Press.
- Glaser, B. G. (1992). *Emergence vs forcing. Basics of grounded theory analysis*. (Toinen painos). Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Grady, J. (1997). *Foundations of meaning: Primary metaphors and primary scenes*. Väitöskirja. Berkeley: Kalifornian yliopisto.
- Gulari, M. N. (2015). Metaphors in design: How we think of design expertise. *Journal of Research Practice*, 11(2), 1-18.
- Habermas, J. (1976). Tieto ja intressi. Teoksessa R. Tuomela, I. Patoluoto & P. Löppönen (toim.) *Yhteiskuntatieteiden filosofiset perusteet: Osa 1*. (suom. P. Löppönen) Helsinki: Gaudeamus, 118–141.
- Hakkarainen, M. (2017). *Matkailutyön ehdot syrjäisessä kylässä*. Väitöskirja. Acta Universitatis Lapponiensis 357. Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Hautamäki, A. & Oksanen, K. (2012). *Suuntana innovaatiokeskittymä*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Heinänen, S. (2006). *Käsityö - taide - teollisuus. Näkemyksiä käsityöstä taideteollisuuteen 1900-luvun alun ammatti- ja aikakauslehdissä*. Väitöskirja. Jyväskylä Studies in Humanities 52. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.
- Heiskala, R. (2000). *Toiminta, tapa ja rakenne. Kohti konstruktionistista synteesiä yhteiskuntateoriassa*. Helsinki: Gaudeamus.
- Hennion, A. (2005). Musiikinrakastajat. Maku performanssina. [Music Lovers. Taste as Performance]. (suom. T.-K. Lehtonen). Teoksessa *Tiede & Edistys*, 26(3), 204-220.
- Hennion, A. (2007). Those things that hold us together: Taste and sociology. *Cultural Sociology*, 1(1), 96-114.

- Hildén, M. (2007). Rakastettu ja parjattu tuulipuku. Teoksessa M. Hildén (toim.) *Ryijyistä kyborgeihin. Tekstiili- ja vaatetusalan muotoilututkimusta luomassa*. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino, 64-85.
- Holton, J. A. & Walsh, I. (2017). *Classic grounded theory. Applications with qualitative & quantitative data*. Los Angeles: Sage.
- Honkanen, A. & Mustonen, P. (2005). Sosiodemografiset tekijät ja elämäntapa matkailukulutusta selittävinä tekijöinä: Kausaalinen analyysi. *Matkailututkimus*, 1, 3-25.
- Hägerstrand, T. (1976). Geography and the study of the interaction between nature and society. *Geoforum*, 7(5-6), 329-334.
- Hämäläinen, M. (2014). *Renaissance entrepreneurship: A grounded theory of entrepreneurial recycling*. Väitöskirja. Tuotantotalouden laitos, Aalto University. Publication Series 111. Helsinki: Aalto University.
- Ilmonen, K. (2007). *Johan on markkinat. Kulutuksen sosiologista tarkastelua*. Tampere: Vastapaino.
- Ingold, T. (2019). The north is everywhere. Teoksessa T. H. Eriksen, S. Valkonen & J. Valkonen (toim.) *Knowing from the indigenous north. 'Sami approaches to history, politics and belonging*. Oxon, New York: Routledge, 108-119.
- ISO (2019). *International Standard ISO 9241-210:2019: Ergonomics of human-system interaction. Part 210: Human-centred design for interactive systems*. ISO: Online Browsing Platform (OBP). Haettu osoitteesta <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-210:ed-2:v1:en>
- Joas, H. (1996). *The creativity of action* [Die Kreativität des Handelns] (käänt. J. Gaines & P. Keast). Cambridge, UK: Polity Press.
- Johnson, C. (1997). Metaphor vs. conflation in the acquisition of polysemy: The case of SEE. Teoksessa M.K. Hiraga, C. Sinha, & S. Wilcox. (toim.) *Cultural, typological and psychological issues in cognitive linguistics*. Current issues in linguistics theory 152. Amsterdam: John Benjamins.
- Jokela, T. (2010). *Navigoi oikein käytettävyyden vesillä: Opas käytettävyysohjattuun vuoro-vaikutussuunnitteluun*. Pello: Väylä-Yhtiöt.

- Jokela, T. (2011). ISO 9241-210 human-centred design for interactive systems. Mitä se on? Blogiteksti. Haettu osoitteesta <http://iso9241-210.blogspot.com/>
- Jokela, T. & Tahkokallio, P. (2015). Arctic design week: A forum and a catalyst. Teoksessa T. Jokela & G. Coutts (toim.) *Relate north art, heritage & identity*. Rovaniemi: Lapland University Press, 118-136.
- Järvinen, J. & Koskinen, I. (2001). *Industrial design as a culturally reflexive activity in manufacturing*. Helsinki: Publication series of the University of Art and Design Helsinki UIAH.
- Kaasinen, E. & Norros, L. (toim.) (2007). *Älykkäiden ympäristöjen suunnittelu. Kohti ekologista systeemiajattelua*. Helsinki: Teknologiateollisuus ry.
- Kalanti, T. (2009). *Ruumis ja rauta: Esseitä esineiden sosiaalisuudesta*. Väitöskirja. Helsingin yliopiston sosiologian laitoksen tutkimuksia 259. Helsinki: Helsingin yliopisto, sosiologian laitos.
- Karihalme, O. (1996). *Muotoilun teorianaston termistyminen*. Väitöskirja. Acta Wasaensia 51. Kielitiede 10. Vaasa: Vaasan yliopisto.
- Karjalainen, T. (2004). *Semantic transformation in design. Communicating strategic brand identity through product design*. Väitöskirja. Publication Series of the University of Art and Design Helsinki A 48. Helsinki: UIAH.
- Kasanen, E., Lukka, K., & Siitonen, A. (2006). Konstruktiivinen tutkimusote: Luonne, prosessi ja arviointi. Teoksessa K. Rolin, M. Kakkuri-Knuutila & E. Henttonen (toim.), *Soveltava yhteiskuntatiede ja filosofia*. Helsinki: Gaudeamus, 111-133.
- Katila, S. (2015). Käytäntö – Mitä se oikein tarkoittaa? Teoksessa K. Räsänen, E. Apajalahti, E. Houtbeckers, G. Kallio & A. Penttilä (toim.), *Kopista ulos – tutkijat käytäntöteoreettisen tajun jäljillä*. Aalto-yliopiston julkaisusarja KAUPPA + TALOUS 5/2015. Helsinki: Aalto yliopisto, 130-159.
- Keinonen, T. (toim.) (2000). *Miten käytettävyyys muotoillaan?* Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Kielikone MOT, Kotimaisten kielten tutkimuskeskus. (2020). *MOT kielitoimiston sanakirja 2.0* © Kotimaisten kielten tutkimuskeskus ja Kielikone Oy.

- Kilpinen, E. (2012). Human beings as creatures of habits. Teoksessa A. Warde & D. Southerton (toim.) *The habits of consumption*. Helsinki: Collegium Studies across Disciplines in the Humanities and Social Sciences 12, 45-69.
- Kilpinen, E. (2015). Habit, action, and knowledge, from the pragmatist perspective. Teoksessa U. Zackariasson (toim.) *Action, belief and inquiry: Pragmatist perspectives on science, society and religion*. Helsinki: Nordic Pragmatism Network, 166-186.
- Kilpinen, E., Kivinen, O., & Pihlström, S. (toim.) (2008). *Pragmatismi filosofiassa ja yhteiskuntatieteissä*. Helsinki: Gaudeamus.
- Kinnunen, V. (2017). *Tavarat tiellä: Sosiologinen tutkimus esinesuhteista muutossa*. Väitöskirja. Acta Universitatis Lapponiensis 362. Rovaniemi: Lapland University Press.
- Kivimäki, S. (2008, Kadonnutta luokkaa etsimässä). *Kulttuurintutkimus*, 25 (4), 3-18.
- Kolbe, L. (2015). *Yläluokka. Olemisen sietämätön vaikeus*. Helsinki: Kirjapaja.
- Korvenmaa, P. (2000). Design research and the wealth of nations. Reflections on the interaction of design research and national policies of research, innovation and industry. Teoksessa D. Durling & K. Friedman (toim.) *Doctoral education in design: Foundations for the future*. Staffordshire University Press, 447-452.
- Koskela, H. (2003). *Opiskelijoiden haasteellisuudesta ammattiopintoihin sitoutumisen substanssiteoriaan. Grounded theory -menetelmän soveltaminen ammattioppilaitoksen opettajien kuvauksiin opetettavistaan*. Kasvatustieteellisiä julkaisuja 8. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Koskennurmi-Sivonen, R. & Uotila, M. (2006). Käsityö ja muotoilu - tulevaisuuden luksusta! Teoksessa L. Kaukinen & M. Collanus (toim.), *Tekstejä ja kangastuksia. Puheenvuoroja käsityöstä ja sen tulevaisuudesta*. Hamina: Akatiimi, 207-224.
- Koskinen, I. (2003). Empathic Design in Methodic Terms. Teoksessa I. Koskinen, T. Mattemäki & K. Battarbee (toim.) *Empathic Design. User Experience in Product Design*. Edita: IT Press, pp. 59-65.
- Koskinen, I. & Hush, G. (2016). Utopian, molecular and sociological social design. *International Journal of Design*, 10(1), 65-71.



- Koskinen, I., Mattelmäki, T. & Battarbee, K. (toim.) (2003). *Empathic design. User experience in product design*. Edita: IT Press.
- Koskinen, I., Zimmerman, J., Binder, T., Redström, J. & Wensveen, S. (2011). *Design research through practice. From the lab, field, and showroom*. Amsterdam: Morgan Kaufmann. Haettu osoitteesta [www.mkp.com](http://www.mkp.com)
- Kotler, P. (1988). *Marketing management* (6. painos). Englewood Cliffs: Prentice Hall.
- Kotro, T. (2005). *Hobbyist knowing in product development. Desirable objects and passion for sports in suunto corporation*. Väitöskirja. Helsinki: University of Art and Design.
- Kovesi, C. (2015). What is luxury?: The rebirth of a concept in the early modern world. *Luxury*, 2(1), 25-40.
- Kress, G. (2010). *Multimodality. A social semiotic approach to contemporary communication*. New York, Abingdon: Routledge.
- Kuniavsky, M. (2003). *Observing the user experience: A practitioner's guide to user research*. San Francisco, CA: Morgan Kaufmann.
- Kurvinen, E., Koskinen, I. & Battarbee, K. (2008). Prototyping social interaction. *Design Issues*, 24(3), 46-57.
- Kuutti, K. (2005) Defining an object of design by the means of the cultural-historical activity theory. Teoksessa *Proceedings of the EAD06, the 6th European Academy of Design Conference, University of Arts Bremen, Germany*.
- Kylkilähti, E., Sihvonen, J. & Uusitalo, O. (2019). Pääkirjoitus. kuluttaja yksilönä ja osana yhteisöjä. *Kulutustutkimus. Nyt*, 13(2), 4-5. Haettu osoitteesta <https://journal.fi/kulutustutkimus/article/view/89070/48415>
- Kälviäinen, M. (1996). *Esteettisiä käyttötuotteita ja henkisiä materiaaliteoksia. Hyvän tuotteen ammatillinen määrittely taidekäsityössä 1980-luvun suomessa*. Väitöskirja. Kuopio: Kuopion käsi- ja taideteollisuusakatemia.
- Kälviäinen, M. (2014). Muotoiluajattelua vai muotoilutoimintaa? Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Muotoiluajattelu*. Helsinki: Teknologiateollisuus, 28-46.

- Lahti, H. & Seitamaa-Hakkarainen, P. (2014). Näkökulmia kehittämistutkimukseen käsityötieteessä. Teoksessa S. Karppinen, A. Kouhia & E. Syrjäläinen (toim.) *Kättä pidempää. Otteita käsityön tutkimuksesta ja käsitteellistämisestä*. Kotitalous- ja käsityötieteiden julkaisuja. Helsinki: Helsingin yliopisto, opettajankoulutuslaitos, 89-101.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1980). *Metaphors we live by*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Lakoff, G. & Johnson, M. (1999). *Philosophy in the flesh: The embodied mind and its challenge to western thought*. New York: Basic Books.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social. An introduction to actor-network theory*. New York: Oxford University Press.
- Latour, B. (2009). A cautious prometheus? A few steps toward a philosophy of design (with special attention to peter sloterdijk). Teoksessa F. Hackne, J. Glynne & V. Minto (toim.) *Proceedings of the 2008 annual international conference of the design history society*, Falmouth, 3-6 September 2008. Florida: Universal Publishers, 1-13. Haettu osoitteesta <http://www.bruno-latour.fr/sites/default/files/112-DESIGN-CORN-WALL-GB.pdf>
- Leadbeater, C. & Miller, P. (2004). *The pro-am revolution. How enthusiasts are changing our society and economy*. London: Demos. Haettu osoitteesta <http://www.demos.co.uk/files/proamrevolutionfinal.pdf>
- Lehtomaa, M. (2005). Fenomenologinen kokemuksen tutkimus: Haastattelu, analyysi ja ymmärtäminen. Teoksessa J. Perttula & T. Latomaa (toim.) *Kokemuksen tutkimus. Merkitys - tulkinta - ymmärtäminen*. Helsinki: Dialogia Oy, 163-194.
- Lehtonen, T. (2008). *Aineellinen yhteisö*. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Lehtonen, T. (2013). Rautaisannos ruumiillista ja materiaalista sosiologiaa. *Sosiologia*, 50(3), 289-290.
- Lizardo, O. (2012). Embodied culture as procedure: Rethinking the link between personal and objective culture. Teoksessa A. Warde & D. Southerton (toim.) *The habits of consumption*. Helsinki: The Helsinki Collegium for Advanced Studies, 70-86.
- Locke, K. (2001). *Grounded theory in management research*. London: Sage.

- Ludvigsen, M. (2006). Designing for social use in public places – a conceptual framework of social interaction. Paper presented at the *DPPI-Conference Proceedings. 24-27th October 2005. Technische Universiteit Eindhoven, the Netherlands*. Technische Universiteit Eindhoven, the Netherlands, 11-21.
- Macnaghten, P., & Urry, J. (2001). Bodies in the woods. Teoksessa B. Turner S., & P. Macnaghten (toim.), *Bodies of nature*. London: SAGE, 166-182.
- McLuhan, M., 1964. *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Malaska, P. (1994). *Kestävä kehitys. Raportti määritelmää pohtineen työryhmän keskusteluista 18. huhtikuuta 1994*. Helsinki: Ympäristöministeriö.
- Margolin, V. (1998). Design studies: Proposal for a new doctorate. Teoksessa S. Heller (toim.) *The education of a graphic designer*. New York: Allworth Press, 163-170.
- Markuksela, V. (2013). *Aisti kuin kala. Etnografia vetouistelun veljeskunnan kilpailukäytännöstä*. Väitöskirja. Acta Universitatis Lapponiensis 249. Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Mattelmäki, T. & Battarbee, K. (toim.) (2000). *Elämykset muotoilun lähtökohtana*. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Mattelmäki, T., Vaajakallio, K. & Koskinen, I. (2014). What happened to empathic design? *Design Issues*, 30(1), 67-77.
- Mattila, H., Talvenmaa, P., & Mäkinen, M. (2006). WearCare – usability of intelligent materials in workwear. Teoksessa H. Mattila (toim.) *Intelligent textiles and clothing*. Cambridge: Woodhead Publishing, 359-368. Haettu osoitteesta <http://www.tex.tuiasi.ro/biblioteca/carti/CARTI/Textile/Intelligent%20Textiles%20and%20Choting/Intelligent%20Textiles%20and%20Choting.pdf>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.
- Miettinen, S. (2007). *Designing the creative tourism experience. A service design process with namibian craftspeople*. Väitöskirja. Publication series of the University of Art and Design Helsinki A 81. Helsinki: UIAH.

- Miettinen, S. (2014). Nyt on muotoiluajattelun aika. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Muotoiluajattelu*. Helsinki: Teknologiateollisuus, 9-16.
- Miettinen, S., & Valtonen, A. (2012a). Foreword. Teoksessa S. Miettinen, & A. Valtonen (toim.) *Service design with theory. Discussions on change, value and methods* (3. painos). Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Miettinen, S., & Valtonen, A. (toim.). (2012b). *Service design with theory. Discussions on change, value and methods* (3. painos). Rovaniemi: Lapin yliopistopaino.
- Miller, D. (1987). *Material culture and mass consumption*. Oxford: Blackwell.
- Miller, D. (1998). Why some things matter. Teoksessa D. Miller (toim.) *Material cultures. Why some things matter*. Chicago: Taylor & Francis e-Library, 3-21.
- Moore, C. M. & Birtwistle, G. (2004). The Burberry business model: Creating an international luxury fashion brand. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 32(8), 412-422.
- Mustonen, P. (2006). *Postmodern tourism - alternative approaches*. Väitöskirja. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A 2. Turku: Turun kauppakorkeakoulu.
- Mäkelä, M., & Routarinne, S. (toim.) (2006). *The art of research. Research practices in art and design*. Helsinki: Publication series of the University of Art and Design Helsinki A 73, Helsinki: UIAH.
- Määttänen, P. (2008). Pragmatismien näkökulma taiteen tutkimiseen. Teoksessa E. Kilpinen, O. Kivinen & S. Pihlström (toim.) *Pragmatismi filosofiassa ja yhteiskuntatieteissä*. Helsinki: Gaudeamus, 231-256.
- Narayanan, S. (1997). *Embodiment in language understanding: Sensory-motor representations for metaphoric reasoning about event descriptions*. Väitöskirja. Tietojenkäsittelytieteen osasto. Berkeley: Kalifornian yliopisto.
- Nikander, P. (2010). Laadullisten aineistojen litterointi, kääntäminen ja validiteetti. Teoksessa J. Ruusuvoori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 432-445.
- Noë, A. (2004). *Action in perception*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.

- Norros, L., Kuutti, K., Rämä, P. & Alakärppä, I. (2007). Ekologisen suunnittelukonseptin kehittäminen. Teoksessa E. Kaasinen & L. Norros (toim.) *Älykkäiden ympäristöjen suunnittelu. Kohti ekologista systeemiajattelua*. Helsinki: Teknologiateollisuus ry, 52-94.
- Nowotny, H. (2010). Foreword. Teoksessa M. Biggs, & H. Karlsson (toim.) *The Routledge companion to research in the arts*. London: Routledge, v-xxii.
- Nuutinen, A. (2014). *Edelläkävijät – hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa*. Väitöskirja. Taideteollisen korkeakoulun julkaisusarja A53. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Nyrhinen, J., Wilska, T. & Leppälä, M. (2011). *Tulevaisuuden kuluttaja. Erika 2020 -hankkeen aineistonkuvaus ja tutkimusraportti 370*. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulu.
- Otto, T. & Smith, R. C. (2013). Design anthropology: A distinct style of knowing. Teoksessa W. Gunn, T. Otto & R. C. Smith (toim.) *Design anthropology. Theory and practice*. London, New Delhi, New York, Sydney: Bloomsbury, 1-29.
- Papanek, V. (1984). *Design for the real world*. New York: NY: Van Nostrand Reinhold.
- Parviainen, J. (2011). The standardization process of movement in the fitness industry: The experience design of Les Mills choreographies. *European Journal of Cultural Studies*, 14(5), 526-541.
- Pöysä, J. (2010). Asemointinäkökulma haastattelujen kerronnallisuuden tarkastelussa. Teoksessa J. Ruusuvaari, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 153-179.
- Rantala, O. (2011). *Metsä matkailukäytössä. Etnografinen tutkimus luonnossa opastamisesta*. Väitöskirja. Acta Universitatis Lapponiensis 217. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Rantanen, J., Karinsalo, T., Mäkinen, M., Talvenmaa, P., Tasanen, M., Vanhala, J., ... & Reho, A (2000). Smart clothing for the arctic environment. *Proceedings of the 4th International Symposium on Wearable Computers*. Atlanta, IEEE, 15-23. Haettu osoitteesta <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.86.6402&rep=rep1&type=pdf>
- Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: A development in culturalist

theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243-263.

Redström, J. (2006). Towards user design? On the shift from object to user as the subject of design. *Design Studies*, 27(2), 123-139.

Redström, J. (2017). *Making design theory*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press.

Reinmoeller, P. (2002). Emergence of pleasure: Communities of interest and new luxury products. Teoksessa W. Green S. & W. Jordan Patrick (toim.) *Pleasure with products: Beyond usability*. London: Taylor & Francis, 125-134.

Rohweder, L. (2008). Kestävän kehityksen tulkinnallisia ongelmakohtia. Teoksessa L. Rohweder & A. Virtanen (toim.) *Kohti kestäväää kehitystä - pedagoginen lähestymistapa*. Helsinki: Opetusministeriön julkaisuja 3, 24-30. Haettu osoitteesta <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79112/opm03.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Roos, J. P. (1985). Tekopyhät intellektuellit. Teoksessa K. Rahkonen (toim.) *J.P. Roos - elämäntapaa etsimässä*. Helsinki: Tutkijaliitto, 149-155.

Roos, J. P. (2006). Pierre ja minä. Teoksessa S. Purhonen & J. P. Roos (toim.) *Bourdieu ja minä. Näkökulmia Pierre Bourdieun sosiologiaan*. Tampere: Vastapaino. 71-101.

Ruusuvuori, J., Nikander, P. & Hyvärinen, M. (2010). Litterointimerkit. Teoksessa J. Ruusuvuori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 460-461.

Rytilahti, P. (2008). Social value of old and new luxury. *Design Connections - Knowledge, Value and Involvement through Design*. Työpapereita. Helsinki: UIAH, 46-53.

Rytilahti, P., Falin, P., Uotila, M. & Aula, P. (2007). Uutta luksusta etsimässä. Teoksessa M. Hildén (toim.) *Ryijyistä kyborgeihin. tekstiili- ja vaatesalan muotoilututkimusta luomassa*. Rovaniemi: Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja B7, 114-130. haettu osoitteesta <http://www.ulpland.fi/?depid=2218>;

Rytilahti, P., Miettinen, S. & Vuontisjärvi, H. (2015). The theoretical landscape of service design. Teoksessa A. Marcus (toim.) *Design, user experience, and usability: Design discourse: 4<sup>th</sup> international conference; DUXU*. Switzerland: Springer International Publishing, 86-97.

- Rytilahti, P. & Narbrough, M. (2007). Some insights to sustainable design and innovation in the Arctic. Teoksessa P. Kankaanpää, S. Ovaskainen, L. Pekkala & M. Tennberg (toim.) *Knowledge and Power in the Arctic*, Arctic Centre Reports 48. Rovaniemi: Lapin Yliopisto, Arktinen keskus, 75-80.
- Rytilahti, P., Ronsti, S., Jylkäs, T., Alhonsuo, M., Vuontisjärvi, H., & Laivamaa, L. (2016). Making service design in digital business. Konferenssijulkaisussa P. Lloyd & E. Bohemia (toim.) *DRS2016: Design + Research + Society - Future-Focused Thinking*, Volume 8, Brighton, UK. 3069-3082. Haettu osoitteesta <http://www.drs2016.org/proceedings>
- Ryynänen, T. (2009a). *Lektio. Median muotoilema. Muotoilun mediajulkisuus suomalaisessa talouslehdissä*. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Ryynänen, T. (2009b). *Median muotoilema: Muotoilun mediajulkisuus suomalaisessa talouslehdissä*. Väitöskirja. Helsingin yliopisto, Taloustieteen laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Sanders, E. B. N. (2002). From user-centered to participatory design approaches. Teoksessa J. Frascara (toim.) *Design and the social sciences.making connections*. London: Taylor & Francis, 1-18.
- Sanders, E. B. N. (2006). Design research in 2006. *Design Research Quarterly*, 1(1), 1-8.
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J. (2008). Co-creation and new landscapes of design. *CoDesign*, 4(1), 5-18.
- Sanders, E. B. N. & Stappers, P.J. (2014). Probes, toolkits and prototypes: Three approaches to making in codesign. *CoDesign: International Journal of CoCreation in Design and the Arts*, 10(1), 5-14.
- Sarpila, O. & Haanpää, L. (2010). ”Rikas mies jos oisin”. luksustuotteet osana suomalaisten vapaavalintaista kulutusta koskevia haaveita. Teoksessa M. Lammi, L. Peura-Kapanen & P. Timonen (toim.) *Kulutuksen määrät ja tyylit talouden muutoksissa. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirjoja 6*. Tampere: Kuluttajatutkimuskeskus, 42-57.
- Selänniemi, T. (1996). *Matka ikuiseen kesään. Kulttuuriantropologinen näkökulma suomalaisten etelänmatkailuun*. Helsinki: Suomen kirjallisuuden seura.



- Silverstein, M. J. & Fiske, N. (2005). *Trading up. Why consumers want new luxury goods - and how companies create them.* (Uudistettu painos). New York: Penguin Group.
- Simula, M. (2012). *Luonnossa liikkumisen kulttuuriset representaatiot. Diskursssianalyysi suomalaisten luonnossa liikkumista käsittelevistä haastatteluista.* Väitöstutkimus. Studies in sport, physical education and health (182). Jyväskylä: Jyväskylän Yliopistokirjasto.
- Slater, D. (1997). *Consumer, Culture and Modernity* . (1. painos). Malden, MA: Blackwell.
- Stickdorn, M., & Schneider, J. (toim.) (2011). *This is service design thinking.* New Jersey: Wiley.
- Strati, A. (2012). Knowing in practice: Aesthetic understanding and tacit knowledge. Teoksessa S. Gherardi & A. Strati (toim.) *Learning and knowing in practice-based studies.* Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing Ltd, 16-38.
- Suomen Akatemia. (2004). *Suomen akatemian teollinen muotoilu -tutkimusohjelman hankkeet.* Helsinki: Suomen Akatemia. Haettu osoitteesta <https://www.aka.fi/globalassets/32akatemiaohjelmat/vanhat-ohjelmat/teollinen-muotoilu--ohjelman-hankkeet.pdf>
- Suomen Akatemia. (2006). *Suomen akatemian tutkimusohjelma kestävä tuotanto ja tuotteet KETJU 2006–2010.* Helsinki: Suomen Akatemia. Haettu osoitteesta <https://www.aka.fi/globalassets/awanhat/documents/tiedostot/ketju/ketju-esite-suomi.pdf>
- Sweetser, E. (1990). *From etymology to pragmatics: Metaphorical and cultural aspects of semantic structure.* Cambridge: Cambridge University press.
- Swidler, A. 1986. Culture in action: Symbols and strategies. *American sociological review* 51, 273–286.
- Swidler, A. 2001. *Talk of love: How culture matters.* Chicago: University of Chicago Press.
- Talvenmaa, P. & Meinander, H. (2007). Possibilities of inorganic phase change materials to regulate body temperatures in hot and cold environment. Teoksessa M. Lahlou ym. (toim.) *1<sup>st</sup> International Conference-Intelligent Textiles and Mass Customisation, ITMC-2007.* Marocco: Casablanca, 331-340.
- Tarasti, E. (1994). *Myytti ja musiikki. Semioottinen tutkimus myytin estetiikasta.* Helsinki: Gaudeamus.



- Tarasti, E. (2004). *Arvot ja merkit. Johdatus eksistentiaalisemiotiikkaan*. Helsinki: Gaudeamus.
- TENK. (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. *Tutkimuseettisen Neuvottelukunnan Ohje*, (3). Haettu osoitteesta [https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden\\_eettisen\\_ennakoarvioinnin\\_ohje\\_2019.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf)
- Tilastokeskus. (2018). *Tilastokoulu: Väestötiheys eri maissa*. Haettu osoitteesta [https://tilastokoulu.stat.fi/verkkokoulu\\_v2.xql?course\\_id=tkoulu\\_vaesto&lesson\\_id=13&page\\_type=sisalto&subject\\_id=8](https://tilastokoulu.stat.fi/verkkokoulu_v2.xql?course_id=tkoulu_vaesto&lesson_id=13&page_type=sisalto&subject_id=8)
- Tonkinwise, C. (2014). Design Studies—What is it good for? *Design and Culture*, 6(1), 5-43.
- Tungate, M. (2009). *Luxury world: The past, present and future of luxury brands*. London: Kogan Page.
- Tuomela, R. (2002). *The philosophy of social practices. A collective acceptance view*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Tuulentie, S. (2019). Immigrants in northern nature – environmental biographies through photo elicitation. *Matkailututkimus, Finnish Journal of Tourism Research*, 15(2), 51-57.
- Uotila, M., Mattila, H., & Hänninen, O. (2006). Methods and models for intelligent garment design. Teoksessa H. Mattila (toim.) *Intelligent textiles and clothing*. Cambridge: Woodhead Publishing, 5-16. Haettu osoitteesta <http://www.tex.tuiasi.ro/biblioteca/carti/CARTI/Textile/Intelligent%20Textiles%20and%20Choting/Intelligent%20Textiles%20and%20Choting.pdf>
- Uotila, M. (1992). *Arki & image: - tutkimus elokuvapuvun semiotiikasta*. Lisensiaattitutkielma. Helsinki: Helsingin yliopiston tekstiilityönopettajan koulutuslinja.
- Uotila, M. (1994). *Pukeutumisen kuva. Fenomenologis-eksistentiaalinen lähestyminen pukeutumiskuvien tekemiseen ja tulkintaan*. Väitöskirja. Helsingin yliopisto: Käsi-työnopettajien koulutuslinja.
- Uotila, M. (2003). Vaatetus filosofiana, tuotesuunnittelu- ja tutkimusalana. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen & A. Raunio (toim.) *Vaatekirja*. (Toinen painos). Helsinki:

Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos, 17-30.

- Uotila, M., Falin, P., Aula, P. & Varanka, P. (2005). Designing luxury: Understanding the hidden values and pleasure factors of luxury and high level design products. Paper presented at the *International Symposium on Fashion Marketing and Management Research*, London College of Fashion, UK.
- Uotila, M., Mattila, H. & Hänninen, O. (2006). Intelligent textiles and clothing - a part of our intelligent ambience. Teoksessa H. Mattila (toim.) *Intelligent textiles and clothing*. Cambridge: Woodhead Publishing, 5-18.
- Uotila, M., & Ryttilahti, P. (2008) Ethically sound innovations. The phenomenology and taste of the outdoor elite. Paper presented at the *Changing the Change. Design, Visions, Proposals and Tools*, Politecnico di Milano, Politecnico di Torino, Turin, Italy, 1549-1806. Haettu osoitteesta <http://www.allemandi.com/university/ctc.pdf>
- Vaajakallio, K. (2012). *Design games as a tool, a mindset and a structure*. Väitöskirja. Aalto University publication series, Doctoral dissertations 87/2012. Helsinki: Aalto University, School of Arts, Design and Architecture.
- Valkonen, J. (2011). Aineettoman palvelutuotannon materiaalisuus: Tutkimus kaupallisen luontomatkaailun palvelutyöstä. *Työelämän Tutkimus*, 2(9), 105-119.
- Valtonen, Anna. (2007). *Redefining industrial design - changes in the design practice in Finland*. Väitöskirja. Helsinki: UIAH.
- Valtonen, Anu. (2005). Ryhmäkeskustelut - millainen metodi? Teoksessa J. Ruusuvuori & L. Tiittula (toim.) *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino, 223-241.
- Varanka, P. (2001). *Lappi matkailun näyttämöllä: Saamelaiskulttuuri ja luonto matkailun kulisseinä*. Lapin yliopiston yhteiskuntatieteellisiä julkaisuja B. Tutkimusraportteja ja selvityksiä, Rovaniemi: Lapin yliopisto.
- Veblen, T. (1998). *The theory of the leisure class*. Amherst, NY: Prometheus Books.
- Veijola, S. (2004). Pelaajan ruumis. sekapeli modaalisenä sopimuksena. Teoksessa E. Jokinen, M. Kaskisaari & M. Husso (toim.) *Ruumis töihin. Käsité ja käytäntö*. Tampere: Vastapaino, 99-124.

- Veijola, S., Valtonen, A., Valkonen, J., Tuulentie, S., Rantala, O., Hakkarainen, M., & Haanpää, M. (2008). *Töissä tunturissa: Tutkijatulkintoja elämäkerta-aineistosta*. Teoksessa J. Valkonen, & S. Veijola (toim.) *Töissä tunturissa. Ajatuksia ja kirjoituksia matkailutyöstä*. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus, 20-68.
- Veivo, H., & Huttunen, T. (1999). *Semiotikka. merkeistä mieleen ja kulttuuriin*. Helsinki: Edita.
- Vihma, S. (1998). Ways of interpreting design. Teoksessa P. Korvenmaa, Y. Levanto & P. Strandman (toim.) *No guru, no method?* Helsinki: University of Art and Design, 7-13.
- Vihma, S. (toim.). (2010). *Design semiotics in use*. Helsinki: Aalto Yliopisto, School of Art and Design, Publication Series A 100.
- Venäläinen, J. (2015). *Yhteisen talous. Tutkimus jälkiteollisen kapitalismin kulttuurisesta sommittumasta*. Väitöskirja. Publications of the University of Eastern Finland N:o 72. Dissertations in Education, Humanities, and Theology. Joensuu: Itä-Suomen Yliopisto.
- von Hippel, E. (2005). *Democratizing innovation*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press. Haettu osoitteesta <http://web.mit.edu/evhippel/www/democ1.htm>
- WDO, World Design Organization (2020). Definition of Industrial design. Haettu osoitteesta <https://wdo.org/about/definition/>
- Wenger, E. (1998). *Communities of practice. Learning, meaning, and identity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wierzbza, L. (2015). What is luxury? Curating connections between the hand-crafted and global industry. *Luxury*, 2(1), 9-24.
- Wilksa, T. (2002). Me - A consumer? Consumption, identities and lifestyles in today's Finland. *Acta Sociologica*, 45(3), 195-210.
- Ylä-Kotola, M. (2001). Design-tutkimuksen haaste: Uusmedian semiotiikan alkuaskeleet. Teoksessa S. Inkinen & M. Ylä-Kotola (toim.) *Semiosis - merkkien virtaa*. Taiteiden tiedekunnan julkaisu C 24. Rovaniemi: Lapin yliopisto, 137-145.

## LIITTEET

LIITE 1. Haastatteluteemat ja kysymykset/ Luksus

LIITE 2. Haastatteluteemat ja kysymykset/ Ekologisuus

LIITE 3. Luksusaineiston koodiryhmät koodeineen ja tunnuslukuineen

LIITE 4. Ekologisuusaineiston koodiryhmät koodeineen ja tunnuslukuineen

## Haastatteluteemat ja kysymykset/ Luksus

### YLEISIÄ JA TAUSTAKYSYMYKSIÄ LAJISTA (GOLF, PURJEHDUS, METSÄSTYS)

1. Esittelykierros. Esittele lyhyesti itsesi: Nimi, ikä ja kauanko olet harrastanut lajia?
2. Mikä sai teidät lajin pariin? Miten innostuitte golfista/ purjehtimisesta/ metsästyksestä?
3. Minkälainen käsitys teillä oli lajista ennen kuin aloititte harrastuksen? Oliko käsitys erilainen kuin mikä on tämän hetkinen kokemus?
4. Miten te kuvailisitte lajia (golf, purjehdus, metsästys) harrastuksena lyhyesti ihan muutamalla sanalla?
5. Keiden kanssa harrastatte lajia? Perheenjäsenten, ystävien tms.?
6. Kuinka suuren osan vapaa-ajasta harrastus vie? Harrastatteko muita lajeja?
7. Mikä on mielestänne lajin (golf, purjehdus, metsästys) idea, mikä vetää aina uudelleen lajin pariin?
8. Luuletteko, että laji säilyy teillä elinikäisenä harrastuksena?

### HARRASTUSYMPÄRISTÖ

9. Onko harrastuksellenne jokin tietty suorituspaikka, joka on tärkeä? Esimerkiksi golfissa kotikenttä, pelaatteko vain kotikentällä vai kierrättekö vieraskenttiä Suomessa tai ulkomailla?
10. Minkälaisia ovat hyvät lajin harrastuskohteet? Pidättekö erityisiä harrastuslomia tai käyttekö harrastusta varten matkoilla?
11. Kerro parhaasta harrastusmatkasta tai muusta erityisesti mieleen jääneestä harrastuskokemuksesta?
12. Mikä on harrastamisessa keskeinen tavoite (esim. golfissa, onko tavoitteena mahdollisimman hyvä tulos kentällä?)

### HARRASTUKSEN SOSIAALISUUS

13. Kuinka tärkeänä harrastuksen kannalta pidätte harrastusseuraa ja muita palvelut harrastuksen ympärillä?
14. Osallistutteko aktiivisesti seuran toimintaan? Miten olette mukana?
15. Seuraatteko laji televisioista tai käyttekö lajiin liittyvissä tapahtumissa kuten kilpailuissa? Kilpailletteko itse?
16. Millaiset ihmiset mielestänne harrastavat lajia? Voiko yleistää?
17. Voiko lajianne mielestänne pitää ylellisyyslajina tai esimerkiksi ylemmän luokan harrastuksena? Miellättekö lajiin liittyvät varusteet ylellisyystuotteiksi?

## **HARRASTUSVARUSTEET**

18. Onko teillä omat varusteet? Mitä ne ovat? Miten uusitte varusteita?
19. Miten suhtautuminen varusteisiin ja harrastuspukeutumiseen on muuttunut harrastamisen edetessä?
20. Millä perusteella hankitte varusteet ja mistä ne hankitte? Mitä mielestänne tulisi ottaa huomioon, kun hankkii varusteita lajia varten?
21. Mistä hankitte harrastusvarusteet? Paikallisista liikkeistä, matkoilta?
22. Oletteko tyytyväisiä tämän hetkisiin varusteisiinne?

## **KOKEMUKSET YLELLISYYS TUOTTEISTA JA -PALVELUISTA**

23. Kutsussa pyysimme teitä ottamaan mukaan jonkin ylellisyyteen liittyvän tuotteen, pakkauksen tai esineen. Voisimme nyt katsoa mitä olette ottaneet mukaan ja voisitte kertoa, miksi päädyitte tuomaan juuri kyseisen esineen.
24. Entäpä sitten palveluista? Millaisia ylellisyydeksi kokemiasi palveluja käytätte? Millaiset palvelut tuottavat sinulle iloa, nautintoa?
25. Kuvaile jotakin henkilökohtaista ylellisyyskokemustasi? Tai tuotetta, palvelua tai hetkeä, jonka olet kokenut ylellisenä
26. Millaisista palveluista haaveillette?
27. Mitkä tapahtumat tai elämäntilanteet olet kokenut ylellisiksi?
28. Mistä tunnistaa luksustuotteen tai -palvelun? Tai palvelun tai tuotteen, jossa on sinulle henkilökohtaisesti sitä ylellisyyttä? Mitä tällaiselta tuotteelta edellytetään?

## **DESIGN, MAINONTA JA KULUTUS**

29. Eroaako ylellisyystuote niin sanotusta perustuotteesta tai markettituotteesta? Miten?
30. Millainen merkitys on hinnalla, kun puhutaan ylellisyystuotteista tai -palveluista?
31. Millaiset materiaalit ovat ylellisiä? Miltä ylellinen tuote tuntuu? Voitte nimetä materiaaleja tai kertoa kokemuksia. Onko materiaalin painolla merkitystä?
32. Mikä merkitys on tuotteen muotoilulla, designilla ja tuotteen muotoilijalla tai suunnittelijalla ostopäätökseenne?
33. Miten luksustuotteita myyvä liike poikkeaa muista liikkeistä ja myymälöistä?
34. Mikä merkitys on tuotepakkauksilla? Muistatteko jonkin tuotteen, pakkauksen tai kassin, joka olisi erityisesti jäänyt mieleen?
35. Miten tuotteiden mainokset vaikuttavat ostopäätöksiinne?
36. Milloin ja millaisissa tilanteissa käytätte ylellisyystuotteiksi kokemianne asioita?
37. Mitä ylellisyystuotteiden tai -palvelujen ostaminen ja käyttäminen merkitsee sinulle naisena/miehenä?
38. Miten ylellisyydeksi kokemanne tuotteet kotiutuvat? Missä ne sijaitsevat

- kotona, esimerkiksi muotoilun tuotteista huonekalut tai muut esineet?
39. Mikä merkitys tuotteen iällä ja historialla on? Esimerkiksi tuotteiden antiikkisuus?
  40. Miten kiinnitättekö huomiota toisten ihmisten käyttämiin ylellisyystuotteisiin? Esimerkiksi herättääkö niissä jokin huomiota? Miten ylellisyystuotteita käyttäviin ihmisiin mielestänne suhtaudutaan

#### **LOPUKSI**

41. Palataan vielä lopuksi asioihin, jotka teille on ylellisyyttä elämässä ylipäättänsä. Voisitteko kertoa omin sanoin, mikä teille, sinulle on ylellisyyttä omassa elämässä? Mikä saa aikaan ylellisyyden tunteen? Miten sitä voisitte kuvailla?
42. Minkä koette vielä elämässänne tavoittelemisen arvoiseksi?
43. Lopuksi sana on vapaa, olisiko teillä jotain mitä emme osanneet kysyä tai mikä jäi mietityttämään?

Haastatteluteemat ja kysymykset/ Ekologisuus

**Teema 1: Kerro harrastuksen merkityksestä/Miksi tämä on teidän laji?**

**Kerro, miten olet päätenyt harrastuksen pariin:**

1. Miten ja miksi "ajauduitte" harrastuksen pariin?
2. Mikä motivoi?
3. Minkälaisia kokemuksia harrastuksen parista haetaan?

**Teema 2: Harrastus ja sen vaatimat varusteet/vaatteet:**

4. Kuvaile harrastustasi muutamalla sanalla?
5. Mihin kiinnitätte huomiota varusteita/vaatteita hankkiessanne - turvallisuus, ulkonäkö, kestävyys, persoonallisuus, joku muu? Mistä varusteet hankitaan?
6. Miten usein varusteita/vaatteita vaihdetaan uusiin ja mistä syystä, eli onko laji välineurheilua? Minkälaista merkitystä on varusteiden ulkonäöllä?
7. Miten varusteet valitaan ja kuinka monta erilaista kanoottia/leijaa/ pyörää tms. on oltava? Miten varusteet eroavat toisistaan?
8. Minkälaisia vaatimuksia laji asettaa varusteiden/vaatteiden materiaaleille?
9. Mitä vaatimuksia harrastusympäristö - sää, ilmasto, vuodenaika - asettaa varusteille/vaatteille?
10. Miten hyvin vaatteet suojaavat kylmältä/kosteudelta/tuulelta?
11. Mitä omia ratkaisuja kylmä/kostea/tuulinen harrastusympäristö on tuottanut?
12. Haittaavatko varusteet/vaatteet luontevaa liikkumista? Esim. käsineet ja niiden toimivuus?
13. Miten hankalaa varustetta on hallita?
14. Miten varusteet pakataan?
15. Mikä puomin tehtävä on ja pitääkö siitä pitää koko ajan kiinni?
16. Minkälaisia vaaratilanteita voi tulla eteen? Voivatko varusteet/vaatteet aiheuttaa erityisiä vaaratilanteita?
17. Minkälaisia asioita aloittelijan on huomioitava ja mikä aloittelijalle on haasteellisinta?
18. Suojavarusteet ja niiden tärkeimmät ominaisuudet?
19. Suojavarusteiden materiaaleille asetettavat vaatimukset?
20. Mitkä ruumiinosat vaativat erityisesti suojavarusteita ja miksi?
21. Minkälaista huoltoa varusteet/vaatteet vaativat? Kuka huoltaa? Minkälaista muutosta toivoisitte varusteiden/vaatteiden huoltoon?
22. Tuunataanko varusteita? Miten? Porukalla?
23. Minkälaisia omia ratkaisuja käytätte varusteissa/vaatteissa niiden käytettävyyden lisäämiseksi/helpottamiseksi?



24. Oletteko ollut yhteydessä välinevalmistajiin? Miksi? Mihin yhteydenotto on johtanut? (esim. räätälöityjen/henk.kohtaisten varusteiden valmistaminen)
25. Missä varusteita säilytetään? Mitä ongelmia on varusteiden säilyttämisessä?
26. Mitä tuotesuunnittelussa ei osata huomioida eli mikä varusteissa yleensä pettää? Mitä tekijöitä pitäisi ottaa paremmin huomioon tuotteiden suunnittelussa? Miten valmistajat pystyisivät tekemään parempia tuotteita?
27. Mitä mieltä olette tämän hetkisistä varusteistanne/vaatteistanne?
28. Pidätkö harrastustanne ja siihen liittyviä varusteita kalliina?

### **Teema 3: Harrastusympäristö**

29. Minkälainen on hyvä harrastusympäristö? Entä huono?
30. Minkälaiset olosuhteet – sää, ympäristö, vuodenaika – ovat ihanteellisia?
31. Minkälaiset olosuhteet – sää, ympäristö, vuodenaika – ovat haasteellisia?

### **Teema 4: Lajin harrastajat ja ryhmätoiminta**

32. Minkälaiset ihmiset kiinnostuvat lajista ja miksi? Mitä muuta he harrastavat ja mikä heitä yhdistää? Mitä harrastatte kesällä?
33. Miten usein harrastatte lajia ja minkälaisella porukalla? Miten harrastusryhmä on muotoutunut? Mikä ryhmän merkitys on?
34. Minkälaista seuratoimintaa harrastuksen ympärillä on ja mikä seuratoiminnan merkitys on?
35. Mistä harrastukseen liittyvistä asioista yleensä puhutaan?
36. Onko harrastuksen ympärille muodostunut erilaisia "koulukuntia" ja miten ne eroavat toisistaan varusteiden ja motiivien suhteen?
37. Käyttekö harrastamassa yksin? Miksi, miksi ei?
38. Minkä tasoisia harrastajia katsotte olevanne?
39. Miten seuraatte harrastustanne ja sen kehittymistä? Videoitteko tekemisiänne ja mitä merkitystä videokuvauksella on?
40. Miten löydätte aikaa harrastukselle?
41. Mikä merkitys on harrastajan iällä tai sukupuolella? Entä sukupuolella?
42. Miten harrastuksen parissa saadut kokemukset vaikuttavat muuhun elämään? Jaksaminen työelämässä, perhe ym.?
43. Tukeeko joku taho harrastamista rahallisesti tai muuten (perhe, muut harrastajakaverit, työnantaja)?

### **Teema 5: Harrastuksen ekologisuus**

44. Mitä mieltä olette yleensä harrastuksen ja varusteiden ekologisuudesta?
45. Mitä merkitystä varusteiden valmistusmateriaalien ekologisuudella on esim. ostopäätöstä tehtäessä?
46. Minkälainen on varusteiden/vaatteiden käyttöikä ja elinkaari?
47. Miten varusteita/vaatteita huolletaan ja mitä niille tehdään, kun ne kun ne menevät rikki?

48. Voisiko varusteiden/vaatteiden käyttöikä olla pitempi ja mitä se edellyttäisi esimerkiksi materiaaleilta?
49. Mihin varusteet lopulta päätyvät?

#### **Teema 6: Extreme**

50. Mikä motivoi lähtemään useamman päivän reissulle? Miksi niitä tehdään?
51. Miten tällaiselle reissulle valmistaudutaan? Miten porukka valikoituu?
52. Miten tavarat pakataan? Pakataanko tavaroita paljon muovipusseihin? Miksi muovipusseja käytetään? Käytetäänkö ruokailussa kertakäyttöastioita? Mihin jätteet laitetaan reissun aikana?
53. Mikä pitkällä reissulla on parasta/pahinta? Paras/pelottavin kokemus?
54. Mitä hyvä kokemus edellyttää varusteilta ja olosuhteilta? Mistä huono kokemus yleensä koostuu?

#### **Teema 7: Palaute haastattelusta?**

## Luksusaineiston koodiryhmät koodeineen ja tunnuslukuineen

Koodiryhmä	Koodi	Sitaatioiden määrä
<b>HARRASTAMISEN</b>	ammattisanastoa ja -kieltä	16
<b>MERKITYKSET</b>	elinikäinen harrastus	101
21 KOODIA	elämäntapa/elämäntyyli	35
	harrastamiseen terve suhtautuminen	8
Tähän koodiryhmään	harrastuksen aloittaminen	76
olen koonnut ne	harrastuksen hienous, 'suola'	38
luksus-aineistosta	harrastuksen määrittelemine	102
tuotetut koodit,	harrastuksen oppiminen/osaaminen	93
jotka selittävät	harrastuksessa eläimet	12
harrastamista	harrastuksessa tietotekniikka/teknologia	28
tutkittavien itsensä	harrastus kilpailuna	64
kertomana.	harrastus televisiossa	12
	harrastuskauteen valmistautuminen	13
	harrastuskulttuuri (konteksti)	19
	itse tekeminen/kilpailu itsensä kanssa/ itsensä toteuttaminen	65
	kontrolloitavuus	32
	liikunta harrastuksena	32
	maallikkokäsitykset harrastuksesta	16
	matkapurjehdus	29
	päiväpurjehdus	4
	salilla käyminen harrastuksena	3
	<b>YHTEENSÄ 21 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>798</b>

<b>LUONTO HARRASTUS- YMPÄRISTÖNÄ JA VARUSTEET</b>		
16 KOODIA	harrastamisen esteet	47
	harrastamisen maantieteellinen ympäristö	81
	kotikenttä	15
	liikunta harrastuksena	32
	maaseutu-kaupunki	11
Tähän koodiryhmään olen koonnut ne luksus-aineistossa tuotetut koodit, jotka selittävät harrastamisen fyysisiä, materiaalisia ympäristöjä sekä muita harrastamisen materiaalisia edellytyksiä ja esteitä.	meri/vesistö	26
	oma vene	47
	omilla vanhemmilla on ollut purjevene yms.	6
	päiväpurjehdus	4
	salilla käyminen harrastuksena	3
	sää/vuodenaika	68
	turvallisuus/terveys/(ekologia)	65
	varusteet yleensä	136
	veneen/riistaeläimen koko	12
	välineen tekniset ominaisuudet	66
	välineet luotettavia kavereita	15
	<b>YHTEENSÄ 16 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>634</b>

<b>YLELLISYYS IMMATERIAALISINA ARVOINA JA TUNTEINA</b>		
18 KOODIA	arvot/kunnioittaminen/tavoitteet	105
	elämys, kokemus, tunne	72
	elämän peruskysymys	5
	itse tekeminen/kilpailu itsensä kanssa/ itsensä toteuttaminen	65
Tähän koodiryhmään olen koonnut ne luksus-aineiston koodit, jotka selittävät ylellisyyttä immateriaalisina arvoina ja tunteina.	itsetunto	10
	koti/asuminen/perhe	77
	liikunta harrastuksena	32
	maaseutu-kaupunki	11
	nyt vs. ennen/uutuus	64
	perinteet	11
	pyhä	10
	ruoka	44
	tiedonjano, asiantuntijuus	5
	turvallisuus/terveys/ekologia	65
	vauhti	4
	veneen/riistaeläimen koko	12
	'vitsit, koomiset jutut, ironia'	19
	ymmärtää, seurata, kuunnella, katella	11
	<b>YHTEENSÄ 18 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>621</b>

<b>LUKSUS JA MUOTOILU</b>	design/designer	58
31 KOODIA	elämys, kokemus, tunne	72
	käsillä tekeminen harrastuksena	6
Tähän koodiryhmään	laatu/antiikki/aitous	73
olen koonnut luksus-	luksukseen sijoittaminen/arvo säilyy	23
aineistossa luksusta	luksuksen käyttöarvo	90
määrittelevät ja	luksuksen turhuus/ esteettinen arvo	116
näitä määrittelyjä	luksuksen täydellisyys	43
selittävät koodit.	luksus muiden käyttämänä	44
Suurin osa koodeista	luksus työssä/työnä	8
on nimetty jo	luksuselementti	93
lähtökohtaisesti	luksuskäsityö	18
empiirisen aineiston	luksusmateriaali	69
mukaisesti	luksuspalvelut	63
luksusetuliitteellä.	luksusta oma harrastus	71
	luksusta vapaa-aika	39
	luksustuotteet muut	88
	maan kulttuuri, ihmiset, kieli	36
	matkapurjehdus	29
	miehistö	25
	moottoriveneily	6
	muoti/tuotemerkki/brändi/pakkaus	102
	muut harrastukset	47
	mökkeily/vapaa-ajan asuminen	25
	nautinnollisuus/mukavuus/mielihyvä	143
	oma vene	47
	omilla vanhemmilla on ollut purjeverene yms.	6
	palvelut	52
	rahallinen satsaus	150
	status	77
	yksilöllisyys, erikoisuus	41
	<b>YHTEENSÄ 31 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>1809</b>

<b>SOSIAALISUUS</b>	ei-harrastavat ystävät/perhe	16
16 KOODIA	harrastajat porukkana	70
	harrastava perhe	54
Tähän koodiryhmään olen koonnut	harrastavat ystävät	43
luksus-aineistossa	harrastuksen aloittaminen	76
sosiaalisuutta	koti/asuminen/perhe	77
selittävät koodit.	loma, matkustaminen	71
	perinteet	11
	romantiikka, rakkaus	10
	rooli	12
	seuratoiminta, klubit	52
	sosiaalisuus tiedostettuna	68
	sukupuolisidonnaista	105
	'tarkat ne säännöt', rituaalit, normit,	34
	yhteisö	
	vapaa-aika/ajankäyttö harrastukseen nähden	84
	'vitsit, koomiset jutut, ironia'	19
	<b>YHTEENSÄ 16 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>802</b>

<b>VAPAA-AIKA</b>	arjesta irtautuminen/rauhottuminen/	45
<b>VASTAAN TYÖ</b>	stressin poisto	
12 KOODIA	elinikäinen harrastus	35
	elämän harrastus - elämän reissu	7
Tähän koodiryhmään olen koonnut ne	harrastus kilpailuna	64
luksus-aineiston	harrastus työnä	29
koodit, jotka	luksus työssä/työnä	8
selittävät työn ja	luksusta vapaa-aika	39
vapaa-ajan välisiä	muut harrastukset	47
ominaisuuksia ja	mökkeily/vapaa-ajan asuminen	25
suhteita.	työelämässä olo ja siitä poistuminen	22
	vapaa-aika/ajankäyttö harrastukseen nähden	84
	vapaa-aika/ajankäyttö yleisesti	32
	<b>YHTEENSÄ 12 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>437</b>

<b>YLLÄTTÄVÄT KOODIT</b>	kuningaskertomus	20
7 KOODIA	Lappi	10
	luonnon opettelu	43
Tähän koodiryhmään	luontoelementti	80
olen koonnut ne	saalistus- tai pyyntivietti	37
luksus-aineiston	seikkailu	7
koodit, jotka	selviytyminen	42
eivät sellaisenaan	<b>YHTEENSÄ 7 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>235</b>
sopineet toisiinsa		
ryhmiin ja yllättäviä		
ko. tutkimuksen		
empiirisen aineiston		
näkökulmasta.		

<b>USEISSA KOODIRYHMISSÄ</b>	elinikäinen harrastus	35
<b>OLEVAT KOODIT</b>	harrastus kilpailuna	64
17 KOODIA	kontrolloitavuus	32
	koti/asuminen/perhe	77
Tähän koodiryhmään	kotikenttä	15
olen koonnut ne	liikunta harrastuksena	32
luksus-aineiston	loma, matkustaminen	71
koodit, jotka	luksus työssä/työnä	8
ovat useassa	luksusta vapaa-aika	39
koodiryhmässä.	maaseutu-kaupunki	11
	matkapurjehdus	29
	muut harrastukset	47
	mökkeily/vapaa-ajan asuminen	25
	päiväpurjehdus	4
	salilla käyminen harrastuksena	3
	turvallisuus/terveys/ekologia	65
	vapaa-aika/ajankäyttö harrastukseen nähden	84
	<b>YHTEENSÄ 17 KOODIA → SITAATIOITA:</b>	<b>641</b>

Ekologisuusaineiston koodiryhmät koodeineen ja tunnuslukuineen

Koodiryhmä	Koodi	Sitaatioiden määrä
<b>EKOLOGISUUS</b>	ekologisuus harrastuksessa	34
<b>MUOTOILUSSA</b>	huippuvaruste, ergonomia ja ulkonäkö	27
12 KOODIA	luonnossa LIIKKUMISEN suunnittelu	58
	muotoilun kuluttaminen	46
Tähän koodiryhmään	saalistus- tai pyyntivietti	37
olen sijoittanut ne	sääolosuhteiden haastavuus konkretisoituna	28
aineistoissa tuotetut	suomalainen muotoilu	18
avoimet koodit,	terveys, turvallisuus ja ekologisuus	84
joissa määritellään	välineen käytettävyys	116
ekologista muotoilua,	välineen korjaus, kierrätys, huolto ja	46
materiaaleja,	yhteisesti ylläpidetty arvo	
esineitä, tuotteita ja	välineen tekniset ominaisuudet	89
palveluja.	varusteiden kehittäminen	44
	<b>YHTEENSÄ 12 KOODIA à SITAATIOITA:</b>	<b>627</b>
<b>VAPAA EDELLÄKÄVIJYYS</b>	ammattisanastoa ja -kieltä	24
18 KOODIA	edelläkävijyys asuinpaikka	43
	edelläkävijyys pääoma	38
Tähän koodiryhmään	edelläkävijyys, connoisseurs	33
olen koonnut ne	elämän harrastus, perusta, reissu	15
aineistoissa tuotetut	elämäntapa ja elämäntyyli	108
avoimet koodit,	harrastamisen sosiaalisuus itsensä kehittämisenä	96
jotka määrittelevät	harrastamisen yksilöllisyys itsensä kehittämisenä	75
harrastamista	harrastus Pro-amien työtä	40
aktiivisena toimintana	kuningaskertomus	21
ja tämän toiminnan	lajit yhdistyvät	15
luonnetta.	luonnossa LIIKKUMISEN suunnittelu	58
	motivaatio ja uuden oppiminen harrastaessa	23
	puoliammattilaisuus, harrastus kilpailuna	68
	selviytyminen, seikkailu, taito ja tahto	64
	tietämisen ruumiillinen luonne	41
	välineen korjaus, kierrätys, huolto ja	46
	yhteisesti ylläpidetty arvo	
	vapaus (valita)	15
	<b>YHTEENSÄ 18 KOODIA à SITAATIOITA:</b>	<b>823</b>



<b>LUONTO JA KULTTUURI</b>	AIKA resurssina harrastukseen nähden	84
12 KOODIA	Lappi	12
	luonnossa LIIKKUMISEN suunnittelu	58
Tähän koodiryhmään	luonto harrastamisen TILANA	92
olen koonnut ne	luonto vastaan kulttuuri	18
aineistoissa tuotetut	Pohjoinen konteksti	24
avoimet koodit, joissa	pyhät perinteet ja rituaalit AJASSA	64
selitetään luontoa	saalistus- tai pyyntivietti	37
harrastamisen tilana.	selviytyminen, seikkailu, taito ja tahto	64
	terveys, turvallisuus ja ekologisuus	84
	työ vastaan vapaa-aika	47
	yhteiskunnallinen pääoma	59
	<b>YHTEENSÄ 12 KOODIA à SITAATIOITA:</b>	<b>643</b>





