



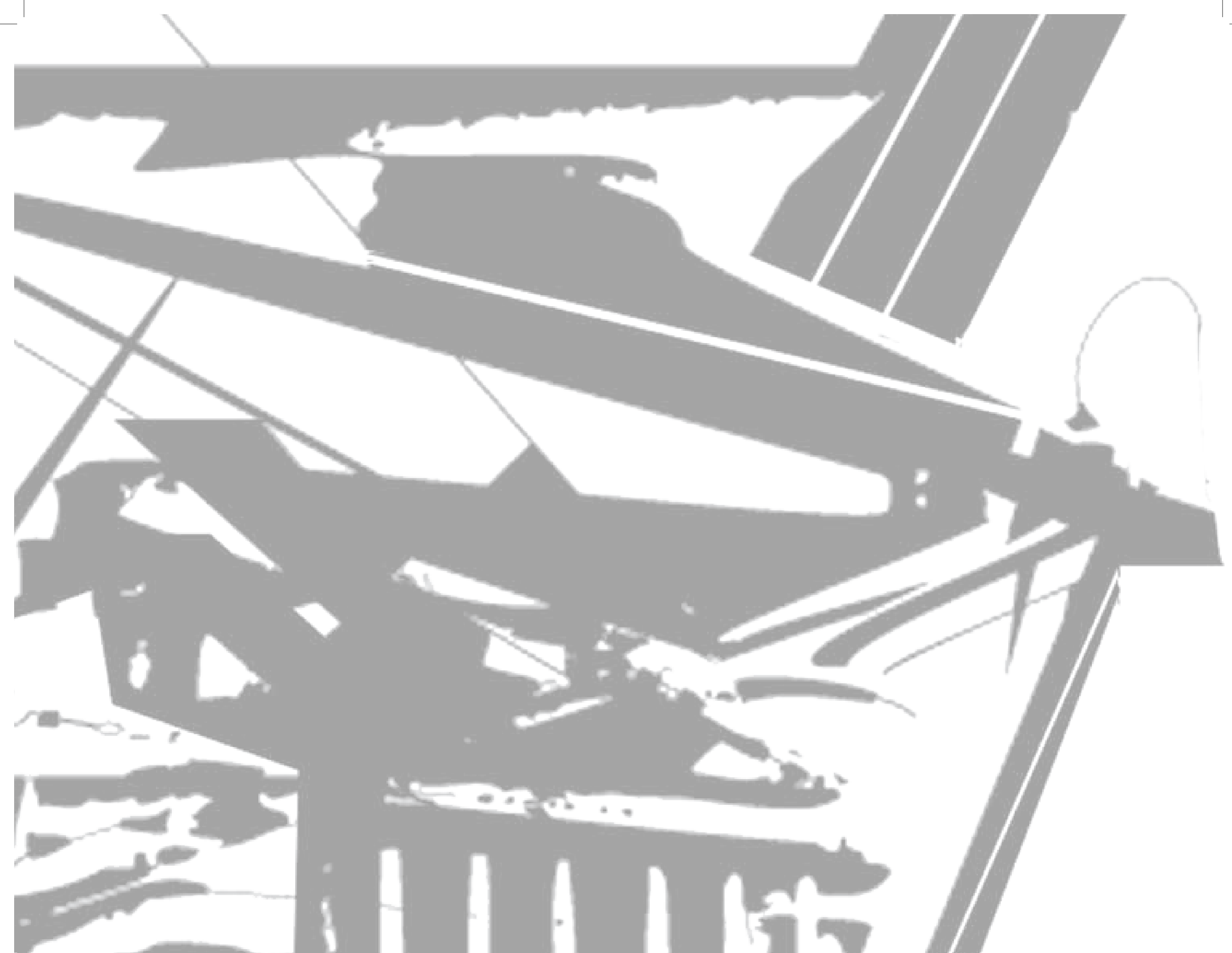


**MMM**

Matka-aiheinen design-kaupallinen Naisten Vaatemallisto syksy/talvi 2008-2009

Maria Maattola  
Lahden Ammattikorkeakoulu  
Muotoiluinstituutti  
Muoti- ja vaatesuunnittelu  
Kevät 2008







## Tiivistelmä

Opinnäytetyöni nimi MMM, maa maa kuvaa tutkimukseni ja mallistoni inspiraationlähteitä, lähtöä ja matkustamista. Tarkoitukseni on ollut tuottaa kaupunkien välittämien mielikuvien avulla design kaupallinen, pienteollinen mallisto.

Olen kerännyt valokuvaamalla työlleni neljä erilaista teemaa. Olen käyttänyt tutkimusmateriaaleina kaupunkien kuvia kollaasimaisina pilkahduksina, unohtanut kliseisyyden ja keskittynyt tutkimaan kohteiden välittämiä mielikuvia, värien, materiaalien, pintastruktuurien ja muotojen avulla. Lopputuloksen on tarkoitus olla värikäs ja mausteikas kokonaisuus. Ideana ollut tuottaa monipuolinen mallisto yhdistämällä neljän hyvinkin erilaisen kaupungin ominaisuudet sulavasti yhteen. Naistenvaatemalliston sesonkina on syksy/talvi 2008-2009.

Kaupunkien ohelle olen tuonut matkustamiseen ja lähtöön liittyvää tutkimusmateriaalia sekä tutkinut stereotyyppien muodostumista ja ihmisten erilaisia tapoja muodostaa mielikuvia eri kohteista.

Oman pohdiskeluni ohelle olen tehnyt kvalitatiivisen haastattelun liittyen ihmisten käsityksiin ja näkemyksiin kaupungeista ja paikoista. Design kaupalliselle mallistolle olen luonut hypoteettisen yrityksen, jolle on suunniteltu lentokentällä toimivat liiketilat.

### Avainsanat

- matkustus
- mielikuvat
- kansainvälinen
- lentokentille markkinointi
- designkaupallisuus

## Abstract

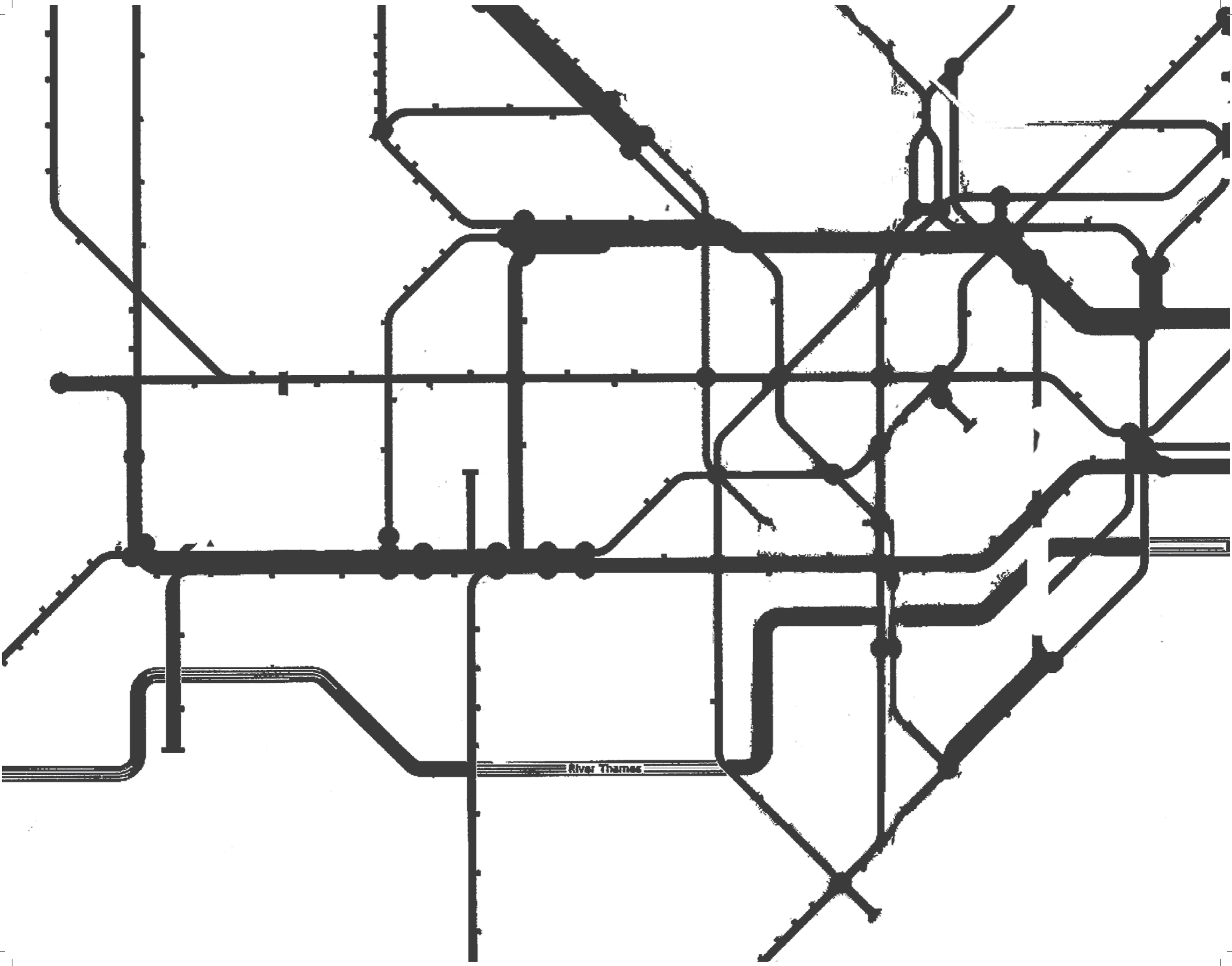
The label MMM of my final project is based on my exploring and inspirations of leaving abroad and travelling. The meaning has been to develop a small design industrial collection.

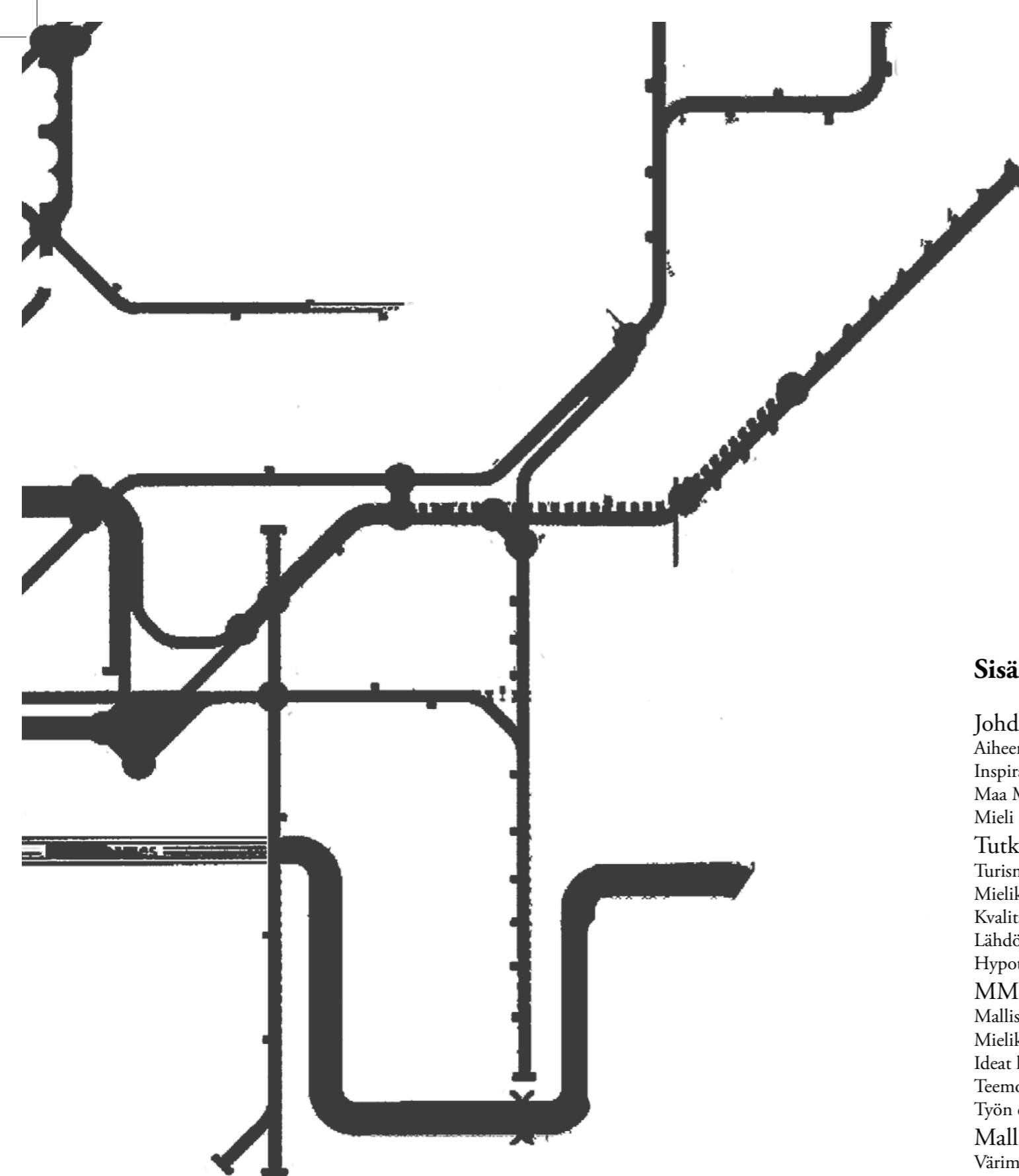
I have collected four different themes for my work. I have taken photographs of cities and made collages by using photos as twinkles, left clichés and concentrated to explore images of destinations based on colors, materials, structures and shapes. The result is purposed to be colorful and spicy entirety. The idea has been to bring up comprehensive collection by combining features of four different cities fluently together. The season for women-clothing-collection is autumn/winter 2008/2009.

Beside to four themes, I have explored peoples different images of places and stereotypes based on results research-material. For the empirical part of the study I have made a qualitative interview. There is also created a hypothetical shop concept with interior plan for international airports.

### Keywords

- travelling
- association
- international
- airport marketing
- design commercialism





## Sisällysluettelo

Johdanto	8-9
Aiheen esittely ja lähtökohdat	
Inspiraation lähteinä matkustamiseen ja kaupunkiin liittyvät mielikuvat ja valokuvat	
Maa Maa -Matka neljän kaupungin halki	
Mieli kuvissa, kuvat mielessä	
Tutkimus	10
Turismin virta ennakkokäsitysten laineissa ja matkustamisen merkittävyys	
Mielikuvien synty, eletyn ja koetun ympäristön fenomenologiaa	
Kvalitatiivinen tutkimus	
Lähdön merkityksiä	
Hypoteettinen, kansainvälisillä lentokentillä toimiva pienteollinen yritys	
MMM Mallisto	22
Malliston suunnittelu ja tavoitteet	
Mielikuvien pohjalta toteutettu mallisto	
Ideat kuvista tuotteeksi	
Teemojen jaottelu neljäksi kaupungiksi	
Työn eteneminen, materiaalivalinnat, värit ja painokuosit	
Malliston esittely	40
Värimaailma ja printit	
Materiaalit	
Valokuvat	80
Oma arviointi	88
Lähteet	88
Liitteet	90

## JOHDANTO

### Aiheen esittely ja lähtökohdat

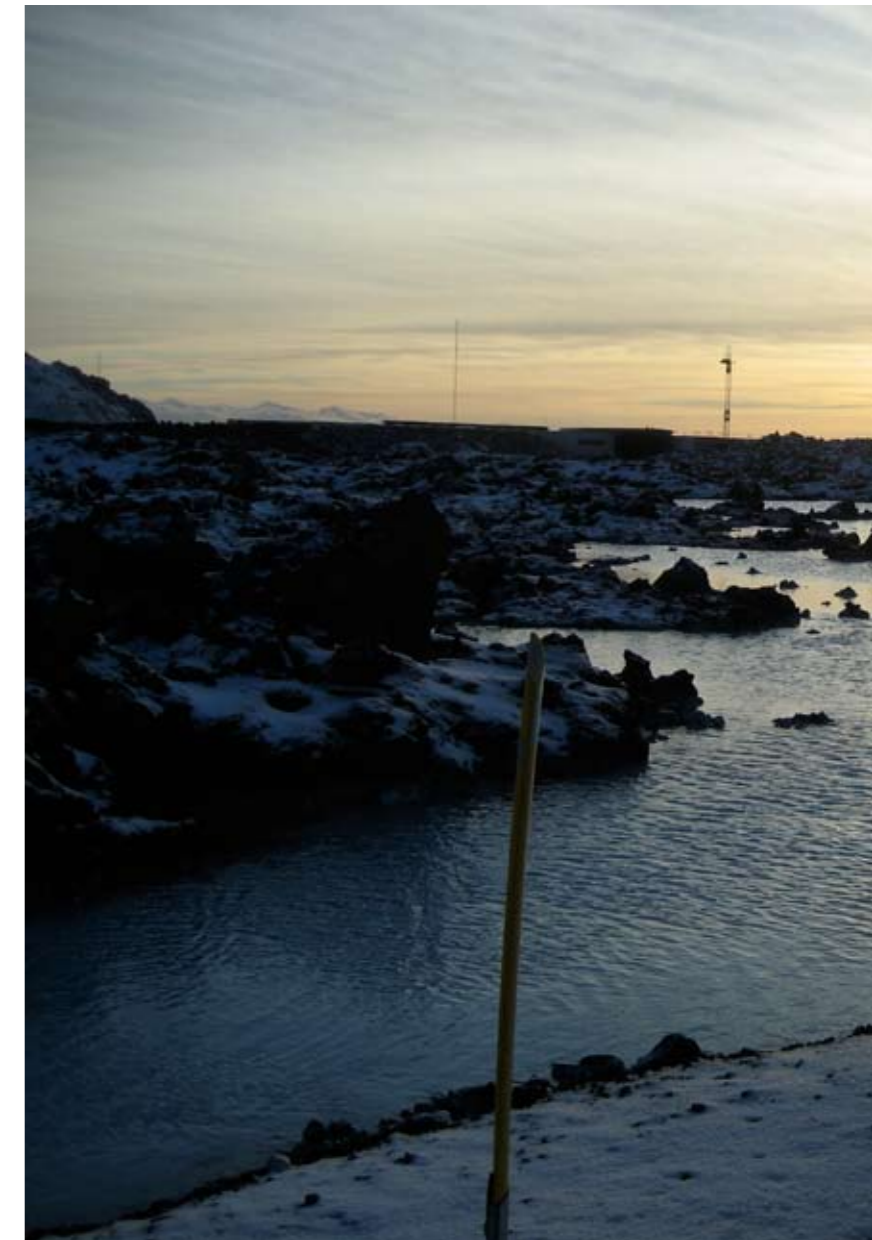
Olen toteuttanut matka-aiheisen, design - kaupallisen malliston MMM, jota voitaisiin myydä oman yrityksen lisäksi kansainvälisillä lentokentillä, ns. näyttelymallistona josta voisi poimia itselle tärkeiden kaupunkien tuotteita asuste ja vaatemuodossa. Inspiraation lähteinä ovat toimineet oma henkilökohtainen intohimo ja kiinnostus matkustamista, maita ja eri kulttuureja kohtaan. Ideana on ollut tuoda mallistoon ennalta-arvaamattomalla tavalla kaupunkien välittämä henki ja tuulahdus lentokenttien ja rautatieasemien viestimästä, selittämättömästä vapauden ja lähdön tunteesta. Työllä on subjektiiviset lähtökohdat. Malliston muotokieli on syntynyt materiaaleista ja struktuureista. Työn metodina olen käyttänyt intuitiivista ja prosessuaalista työskentelytapaa. Lähtökohdana on ollut halu perustaa oma, toimiva ja ajankohtainen yritys joka saisi kansainvälisen kiinnostuksen. Kohderyhmänä on 25-40-vuotias boheemi kaupunkilaisnainen, joka rakastaa matkustamista, arvostaa laatua ja käsityöperinteitä. Olen suunnitellut ohessa hypoteettisen pienteollisen yrityksen, jossa itse voisoin toimia yrittäjänä.

### Inspiraation lähteinä matkustaminen ja kaupunkiin liitettävät mielikuvat

Opinnäytteeni lähtökohdina ovat toimineet matkustaminen ja kiinnostus ihmisten erilaisiin tapoihin muodostaa mielikuvia asioista ja kohteista joista heillä ei ole kokemusta entuudestaan. Matkaan liittyy olennaisesti vahvoja tunteita, odotuksia ja pelkoja. Matkan varrelta poimitut kokemukset saattavat muuttaa ennakkokäsityksiä jopa radikaalisti, vaikka kohdekaupunki olisi ollut henkilölle jo entuudestaan tuttu. Läheisimmiksi inspiraationlähteiksi ja kiinnostavimmiksi tutkimusmateriaaleiksi olen valinnut itseäni eniten lähellä olevat maat, Suomen ja Islannin. Suomen, siksi että se on kotimaani, Islannin, koska vietin siellä vaihto-oppilasvuoteni. Islannista minulla oli vahvat ennakkoluulot ja mielikuvat ennen lähtöäni, vaikkakin ollut maahan entuudestaan tutustunut. Kuvat ennen kokemuksiani ovat muistissani edelleen, ja ne muuttuivat totaalisesti matkakokemukseni jälkeen.

### Maa Maa -Matka neljän kaupungin halki

Tutkimustyöni perustuu neljään valitsemaani euroopan kaupunkiin, Helsinkiin, Lontooseen, Tukholmaan ja Reykjavíkiin. Olennaista valinnoissani oli saada esiin neljän melko lähekkäisen, mutta kuitenkin hyvin toisistaan eroavaisten kaupunkien erot ja yhtäläisyydet. Portfolion olen jakanut kahteen osaan, lähtö- ja paluu osioihin. Sen runkona toimii matka näiden neljän kaupungin halki. Jokaisesta kaupungista olen kerännyt omien mielikuvieni perusteella, oman mielenkiinnon kohteiden mukaan itseäni eniten kiinnostavia asioita. Olen kulkenut kuvitteellisen reitin valitsemieni neljän kaupungin läpi, tutkien niiden luomia tunnelmia, värejä ja muotoja. Matkan varrelta on mukaan tullut omien alkuperäisten mielikuvieni vastapainoksi haastattelemieni henkilöiden mielipiteitä kahdesta tutkimastani kaupungista.



## Mieli kuvissa, kuvat mielessä

Olen teettänyt kvalitatiivisen tutkimuksen hajanaisesti valituille ihmisille Suomesta ja Islannista ja samalla pohtinut kohdevalintoihin ja matkaan liittyvien ennakkoluulojen, odotusten ja mielikuvien muodostumista. Olen tuonut stereotyyppien ja turismin vastapainoksi uniikin malliston rinnalle. Miten mielikuvat ja fiktio saadaan mainosten avulla faktoiksi tai kuulostamaan todelta? Malliston asukokonaisuusryhmät olen jakanut valitsemiini kaupunkien mukaan. Oman kyselytutkimustulosten tukena olen käyttänyt aihetta tukevaa kirjallista materiaalia.





## Tutkimus research

### Turismin virta ennakkokäsitysten laineissa ja matkustamisen merkittävyys

Urryn 2002:2 mukaan turismi on yksi nyky-yhteiskunnan tärkeimmistä vapaa-ajan toimintamuodoista. Se perustuu liikkumiseen tilassa ja erityisen ajanjakson viettämiseen uudessa paikassa. Turismin kuvaillaan olevan arjesta ja työelämästä irrallista toimintaa, jota toteutetaan niille valituissa paikoissa, jotka tarjoavat elämyksiä, yllätyksiä ja vastakohtia normaaliin arkielämään. Paikan valinnan perusteina voi Urryn (2002:12) mukaan olla uniikin kohteen näkeminen. Islannissa jäätiköt tai geysir lähteet, Suomessa esim. Temppeliaukion kirkko tai Eduskuntatalo. Urryn (1990) mielestä turismi on sekä kulttuurinen että taloudellinen ilmiö.

WTO 2000 tilastojen mukaan turismin kasvu on ollut huikkea kuluneen vuosisadan aikana. Tilastoissa vuonna 1950 arviolta 25 miljoonaa ihmistä matkusti kansainvälisesti ja vuonna 2000 lähes 700 miljoonaa. WTO:n mukaan vuonna 2010 matkailijoiden määrän ennustetaan nousevan jo yli miljardiin.

Matkustaminen yhdistetään nyky-yhteiskunnassa Urryn 2000 mielestä arvostuksen ja henkilön statuksen merkiksi: "jos ihminen ei matkusta, hän saattaa menettää arvostustaan". "Turisteilla on yleisesti myös hyvin erilaiset kiinnostuksen kohteet ja taustatiedot. Yleensä lomalta kuitenkin halutaan päinvastaisia kokemuksia jokapäiväiseen elämään nähden. "Ennakkokäsitykset vaikuttavat ihmisten mielipiteisiin siitä, minne he haluavat matkustaa - stereotyyppioilla on siis valtaa. Tuntematonta paikkaa voidaan tuskin koskaan lähestyä niin, etteikö siihen liitettäisi jonkinlaisia odotuksia. Voidaan ajatella, että uuteen paikkaan tullessaan ihminen on jo usein tiedostamattaan valinnut sen perspektiivin, josta hän aikoo tarkastella kyseistä kohdetta. "(Tani 1999, 2000) Ennakkokäsitykset ohjaavat turistin katseen suuntaa. Niiden katsotaan vaikuttavan siihen, millä tavalla kohdetta tarkastellaan, mutta samalla myös siihen millaisia kohteita valitaan katsottaviksi. Oletukset muuttuvat odotuksiksi joka taas vaikuttaa asenteeseen, jolla paikkaa lähdetään tutkimaan.

### Mielikuvien synty, eletyn ja koetun ympäristön fenomenologiaa

"Kun johonkin paikkaa liitetään toistuvasti samoja mielikuvia, syntyy stereotyyppioita, yleistettyjä käsityksiä paikan luonteesta. Stereotyyppiat elävät ihmisten puheissa niin sanottuina yleisinä mielipiteinä, joiden alkuperästä ei yleensä tiedetä. Turistien ennakkokäsitysten taustalla ovat usein asiayhteydestä irrallaan opitut faktat, mutta myös median ja markkinoinnin värjäämät kuvaukset sekä muiden ihmisten puheet. Paikoista opitut mielikuvat eivät aina perustu paikan kokemukseen. Anne-Mari Forssin mukaan kommunikaatioteknologia on tuonut yksilön aikaisemmin kaukaisempien ja tuntemattomien paikkojen läheisyyteen. Mielikuvat vieraasta paikasta saattavat siis syntyä sattumanvaraisesti. Koottu kuva muodostetaan (Tanin 1999, 2000) mukaan omien mielipiteiden ja irrallisista liitteistä kerätyn tiedon perusteella. "Ollessamme television kautta etäläsnä paikassa, emme koe paikkaa, vaan valmista mielikuvaa siitä, ja me muodostamme mielikuvamme tämän tarjotun näkemyksen, ei itse paikan pohjalta" Anne-Mari Forss toteaa. Asiayhteydestä ja todenmukaisuudesta ei täten aina olla varmoja, mutta asioista puhutaan kuin ne olisivat faktoja. Median luomat mielikuvat ovat tahtomattakin mielessä paikkaa kokiessa. Se on havaittavissa selvinä odotuksina matkalle lähtiessä. Forssin mukaan odotukset ohjaavat katseen tiettyihin ominaisuuksiin ja sulkee toisia katseen ulkopuolelle. Matkanjärjestäjien ja mainostoimistojen työtä on luoda kohteista mielenkiintoisia ja päämääränä on täyttää asiakkaan odotuksia vastaava kuva ainakin matkan myymiseen asti. Toiveiden ja unelmien täyttämiseen saatetaan usein myös käyttää epäasiallisia mainonnan keinoja myynnin edistämiseksi mielessä. Kohteesta saatetaan antaa kuvien ja esitteiden perusteella jopa liiankin kaunisteltu kuva, vaikka todellisuus paikanpäällä olisi jotain aivan muuta. Anne-Mari Forssin tutkimuksesta selviää että paikka ja mielikuva ovat paikkakokemuksessa

erottamattomia toisistaan fenomenologisesta näkökulmasta. Forss siteeraa Anne Stenrosin tutkimusta jonka mukaan paikalla on kolme ilmenemismuotoa: fyysinen ympäristö, sen herättämät muistot ja mielikuvat sekä paikan yksilöllinen ja yleinen merkityskonteksti. Forss kyseenalaistaa paikan fyysisten ominaisuuksien olemista ainoana mielikuvien herättäjinä. Hän korostaa ettei pelkillä havaittavilla aineellisilla muodoilla, mittasuhteilla ja pinnoilla ole riittävästi tulkinnallisia ulottuvuuksia fyysisiksi ominaisuuksiksi. Forssin mukaan mielikuvien muodostamiseen vaikuttaa fyysisen ympäristön lisäksi tulkinnalliset elementit. Paikan sosiaalisen ulottuvuuden ja tunnelman hän osoittaa myös vaikuttavan osana mielikuvien muodostamiseen.

Tutkimuksessa on listattuna kanadalaisen teoreetikko Edward Relphin sovelluksia eri mielikuvatyypeistä. Ne on jaoteltu kolmeen osaan yksilön henkilökohtainen mielikuva, edellisistä muodostuva ryhmän tai yhteisön mielikuva ja massakulttuurin tarjoama mielikuva paikasta. Relph kuvailee yhteisön mielikuvan olevan henkilökohtainen, mutta jaettu kieleen, symboleihin ja kokemuksiin. Massakulttuurin luoma mielikuva perustuu hänen mukaansa eri ryhmien mielikuvaan paikasta pienimmän yhteisen nimittäjän mukaan ja aliarvioiden yksilöllistä kokemusta. Hän kuvaa paikalla olevan monta eri identiteettiä yhdellekin ihmiselle. Forssin mukaan mielikuvatyypien välille ei voi vetää selkeitä rajoja, mutta jako eri ryhmiin tuo esille ettei mielikuvamme paikoista ole aina omia luomuksiamme, vaan kokonaisen kulttuurin tuote muodostuu ihmisestä ja hänen havainnoinnistaan ja toisinaan massakulttuurista. Forss toteaa: “Jokaisella meillä on oma henkilökohtainen mielikuvamme tietystä paikasta, koska jokainen kokee saman paikan eri tavalla henkilöhistoriamme, mieltymyksiemme ja arvostuksiemme, elämäntilanteemme, huomiointikykyämme, paikankokemis-olo-suhteiden ja sen tiedon mukaan, joka meillä on paikasta”. Forss siteeraa Michael Houghin päätelmiä, joissa jopa paikan nimellä on merkitys mielikuvuihin. Hän viittaa paikan nimen olevan tärkeä paikallisille asukkaille ja heidän omille mielikuville kotipaikastaan. Myös ulkopuolisille paikan nimi on tärkeä elementti jos siinä on viittauksia paikan olosuhteisiin. Tästä mainitsisin loistavana esimerkkinä Islannin, Iceland=Jäämaa, jonka nimen aikoinaan sen ensimmäiset asukkaat keksivät sekoittaa Grönlannin kanssa keskenään vähentääkseen ulkopuolisten kiinnostusta matkata Islantiin. Niimpä hyvin kylmän, ja jäisen maan nimeksi tuli vihreä maa, Grönlanti, ja golf virran ansiosta ajoittain kovinkin leuto Islanti sai Jäämaa nimensä. Juuri Islannin kantaessa kylmyyteen liittyvää nimeänsä, on turistien ajatuksissa arktisiin olosuhteisiin liitettävät mielikuvat. Tämä on havaittavissa jo lentokentällä paikallisten vastaanottaessa vieraita. Paikallisten pukeutuessa mekkoon ja kesäsandaaleihin, ulkomaalainen saapuu vaelluskengissä suojautuneena alusvaatekerrastolla ja icedopper kuoripuvulla. Islannissa turisti on helppo havaita jo kaukaa suuresta rinkasta, villavyyhtikaulaliinoista ja jäähakuista, jopa lämpötilan ollessa plus asteiden puolella. Tämä johtuu kuitenkin vain ihmisten jo etukäteen luomista oletuksista paikan suhteen. Vietin vaihto-oppilaana viime vuoden Islannissa. Ennen matkaani jo paikan nimi aiheutti hämmennyksen tunnetta, sillä minulla ei ollut minkäänlaisia omia kokemuksia kohdemaasta. Ainoana tienviittana minulla oli matkassani kuulopuheet ja kasa matkaoppaita joista olin luonut jonkinlaisia oletuksia jo etukäteen maan suhteen. Näin jälkempäin ajateltuna en osannut oikeastaan edes käsittää Islannin olemassaoloa tuohon aikaan.

Kuumat lähteet ja jäätiköt olivat omassa kategoriassani ykkössijalla, ottaen huomioon että ajattelin toisinaan taivattavani koulumatkanikin islannin hevosella. Suomeen paluuni jälkeen en osannut enää asettua kotimaahani kuten aikaisemmin. Kokemukseni maasta olivat olleet kuin sadusta. Torfi H. Tuliniuksen mukaan Islanti on oma saarensa ja oma maailmansa. Alati muuttuva kuten muukin Eurooppa, mutta kuitenkin itsensä kaltainen, kiittämätön, antelias, eristäytynyt, avoin, vahva ja hauras. Kaikkien muiden maiden tavoin siis täynnä vastakohtaisuuksia.

“Islantilaiset ovat samojen haasteiden edessä kuin muut maailman kansat: miten säilyttää menneisyys, kohdata nykyaika ja valmistautua tulevaisuutta varten. Islannin kansa, joka ei ole ollut mahtava eikä rikas, joka on asunut kaukana keskeisiltä liikenneväyliltä, suojattuna sodalta, koska sen asuinsijat eivät ole houkutteleet vieraita valtoja, on saanut tilaisuuden viljellä omia erityispiirteitään samalla,

kun se on sopeutunut vähitellen nykyaikaan”. Islantilaisten sanotaan kerta kerran olevan maailman onnellisinta kansaa. Hyvään onneen vaikuttaa tietenkin saaren syrjäinen sijainti. He ovat välttyneet historian rajuimmilta konflikteilta. Usein Islannin olemassaolo unohdetaan jopa kartoista. Toisin kuin hyvin samanlaisen kulttuurin omaavassa Suomessa, jonka historia taas on ollut konfliktien täyteinen sotiemme aikana. Suomi on joutunut taistelemaan itsenäisyytensä puolesta satojen historiankirjan sivujen verran. Ruotsin vallan alaisuudesta Neuvosto-Venäjän alaisuuteen. Itsenäisyyden julistamisen jälkeen Suomi joutui sisällissodan pyörteistä myöhemmin maailmansotien, talvi- ja jatko- ja Lapin sotien pyörteisiin. Karusta historiastaan ja selviytymistarinoiden täyteisestä pohjastaan huolimatta Suomesta alettiin kokoamaan hyvinvointivaltiota. Nykypäivänä, yli 90 vuoden jälkeen itsenäistymisestä kuulen edelleen ulkomailla keskustelua, jossa Suomea ei osata paikallistaa tai vanhoillisten käsitysten mukaan sekä historiansa puolesta se saatetaan liittää edelleenkin Neuvostoliiton tai jopa Ruotsin yhteyteen. Kiinnostuin ihmisten oletuksista ja tein kvalitatiivisen haastattelun suomalaisille Islannista ja islantilaisille Suomesta. Tärkeimpänä ominaisuutena pidin sitä että kohdemaata ei ollut ennestään vastaajille tuttu. Siksi valitsinkin vastaajista vain sellaiset, jotka eivät ennestään ole vierailleet kohdemaassa. Kyselytutkimuksen johdannossa kerroin kyselyn olevan tärkeä osa empiiristä osiota, jonka tulisin suorittamaan kyselylomakkeen vastausten perusteella. Painotin vastaamisen olevan täysin vapaaehtoista, sekä vastausten käsittelemisen luottamuksellista.





## Kvalitatiivinen tutkimus

Valmistin toisiaan vastaavat kysymykset suomalaisille ja islantilaisille. Omien kokemusteni perusteella annoin valmiita ilmaisuvaihtoehtoja vastaamaan molempien maiden kuvauksia. Käsittelem kysymyksen jälkeen suomalaisten ja sen jälkeen islantilaisten vastauksia. Molemmissa kyselyihin vastanneista 50% oli miehiä ja 50% naisia. Suomen vastauksissa puolet vastaajista oli alle 30-vuotiaita, ja puolet yli neljänkymmenen ikävuoden. Islantilaisista 75% oli ikähaarukassa 22-29 vuotta, ja 25% yli kuudenkymmenen. Suomen vastaajien syntymäpaikka ja tämänhetkinen asuinpaikka oli Etelä-Suomi. 75% kyselyyn vastanneista islantilaisista määritteli syntymäpaikakseen Reykjavíkin ja yksi vastaaja Selfossin. Jokaisen vastaajan tämänhetkinen asuinpaikka on kuitenkin Reykjavík tai sen lähiympäristö.

### Kysymys 1:

“Oletko vierailut Islannissa?” ja vastaavasti islantilaisille: “Oletko vierailut Suomessa?”

Tämän kysymyksen vastausten perusteella valitsin tutkimukseeni ainoastaan niiden henkilöiden vastaukset, jotka eivät olleet aiemmin vierailleet kohdemaassa.

### Kysymys 2:

“Mitä mielikuvia Islanti ensimmäisenä sinussa herättää?”

75% vastaajista tuli ensimmäisenä mieleen maan tuliperäisyys. Myös 75% vastaajista mainitsi jään ja jäätiköt. Yhteenvetona vastauksista Islanti kuvailtiin salaperäiseksi, erikoiseksi, eksoottiseksi ja eristäytyneeksi saarivaltioksi. Jokaisessa vastauksessa oli viittaus Islannin luontoon, 50% vastaajista käytti ilmaisua karuus, ja puolet viittasivat kuumiin lähteisiin. Kuten odotinkin, Islannin talouden ollessa viime aikoina kovassa median pyörityksessä, oli 50% vastaajista maininnut kalleudesta ja Islannin korkeasta elintasosta. 50% myös piti maantieteellistä sijaintia kaukaisena. Vain yksi vastaajista mainitsi Reykjavíkin. Yksi vastaajista listasi odotuksieni mukaisesti yksittäisiä mieleen tulevia asioita, kuten islanninponit, villapaidat, viikingit. 50% vastaajista mainitsi kalastuksen ja sillin.

“Mitä mielikuvia Suomi ensimmäisenä sinussa herättää?”

50% vastaajista mainitsi ensimmäisenä suomalaisen, modernin designin. Yksi vastaajista painotti design kuvan tulevan enemmän arkkitehtuurista ja tilasuunnittelusta kuin tekstiili- ja muotisuunnittelusta. 50% mainitsi järvet osana Suomi kuvaa, vain 25% mainitsi kylmyyden, mutta yhden vastaajan kohdalla Suomea verrattiin odotukseni mukaan Islantiin. Suomen ja Islannin sijaitessa samalla leveyspiirillä, sekä molempien ollessa pohjoismaita, yhdyin yhden vastaajan kanssa samaan väitteeseen. Omien kokemusten ja Islannissa paikalliselle tekemäni haastattelun mukaan suomalaisilla ja islantilaisilla on hyvin samankaltainen kulttuuri. Molemmissa maissa on neljä eri vuodenaikaa, suomalaisia usein verrattaessa melankolisiksi, on islantilaisissa havaittavissa täysin samoja piirteitä. Molemmat maat ovat hyvinvointivaltioita, ja molemmissa maissa yhteneväisyyden muodostaa työnteko ja sisukkuus. 25% vastaajista mainitsi puut ja erikoisen kielen. Silmään pistävänä asiana huomasin vain yhden vastaajista maininneen saunan. Nuori miespuolinen vastaaja mainitsi omien kiinnostuksenkohteiden mukaisesti lisäksi talviurheilun ja rallin.

### Kysymys 3:

”Alle viivaa seuraavista ilmauksista viisi sellaista, jotka mielestäsi eniten kuvaavat Islantia”

Kylmyys	Kuumien lähteiden maa	Maahiset	
Korkeakulttuuri	Jääkarhut		
Iglut	Pingviinit	Kalatalous	Hevoset
Nuuk			
Eskimot	Reykjavík	Puuttomuus	
Trenditietoisuus	Björk		
Kallis			

Annoin omien mielikuvieni perusteella valmiita vaihtoehtoja, ja tutkimuksien mukaisesti helposti toisiinsa sekoitettuja viittauksia. Kuten odotettua, 75% vastaajista valitsi ensimmäisenä ilmauksena kylmyyden. Arvelisin Islannin sijainnin ja lähietäisyyden Grönlannin kanssa sekä nimen viitteellisyyden olleen osasyynä tähän valintaan. Jokainen vastaaja on kuitenkin osannut valita Reykjavíkin ja Grönlannin pääkaupungin väliltä oikein. Yhteneväistä vastauksissa on myös jokaisella vastaajalla kuumien lähteiden mainitseminen. 50% vastaajista on huomionnut Islannin karuun luontoon vahvasti liittyvän puuttomuuden. Puolet vastaajista mainitsee myös kalatalouden. Vain yksi vastaaja mainitsee korkeakulttuurin ja 50% on valinnut ilmaisun Björk.

Arvelisin tähän vaikuttavan Islannin nuoren kulttuurin sekä sen, ettei Islannilla ole samanlaista vahvaa design historian juuria kuten Suomella. Median kautta suosituksi tullut artisti Björk osataan kuitenkin listata osaksi Islantia. Uskoisin osasyynä tietämättömyyteen olevan mainonnan suuntaamisen, sillä monet islantilaiset artistit ovat huomattavasti tunnetumpia esimerkiksi Pohjois-Amerikassa ja Japanissa kuin Euroopassa. Lisäksi ajattelisin Islannin kansan haluavan pienestä koostaan johtuen säilyttää asemansa juuri salaperäisenä, muusta maailmasta edes hiukan eriytyneenä omana ylpeänä valtionaan, kieltäytymällä valtamedioista. Ehkäpä juuri tästä syystä Islannista tulevat artistit ja muusikot viehättävät sellaisia ihmisiä, jotka ovat aidosti kiinnostuneita ja valmiita tekemään töitä saadakseen tietoa pienemmistä indie genreen suunnatuista commercial väyliä välttelevistä kokoonpanoista.

Islantilaisille esitin saman kysymyksen Suomeen liitettävillä kuvauksilla:

”Alle viivaa seuraavista ilmauksista viisi sellaista, jotka mielestäsi eniten kuvaavat Islantia”

Harmaa	Rauta	Lappi	Helsinki	Nokia
Korkeakulttuuri	Eurooppa	Tukholma	Neuvostoliitto	
Neljä vuodenaikaa				
Alvar Aalto	Jean Sibelius	Tasavalta		
itsenäisyys	Kuningas ulospäin	suuntautuneisuus		

Päinvastoin oletuksistani, jopa 75% islantilaisista kuvaili suomalaisia ulospäinsuuntautuneiksi. Laitoin vaihtoehdon ensisijaisesti sen vuoksi että olin varma ettei sitä vaihtoehtoa valittaisi. 75% vastaajista yhdisti Suomeen oletetusti Helsingin, ja puolet valitsi Lapin. Nuori miespuolinen vastaaja, joka aiemmin oli huomionnut Suomen ja Islannin samankaltaisiksi liitti yhdessä vanhemman naispuolisen vastaajan kanssa Suomeen neljä vuodenaikaa. 50% vastaajista liitti Suomeen Nokian, ja vain neljännes piti Suomea korkeakulttuurin maana. Puolet yhdisti Alvar Aallon, mikä johtuu varmasti Aallon Reykjavíkiin suunnittelemista teoksista ja rakennuksista. Vain 25% liitti Suomen osaksi Eurooppaa, ja sama prosentuaalinen määrä kiinnitti huomion Suomen itsenäisyyteen. Yksi mainitsi Sibeliuksen, ja mikä huomiotaherättävintä ja tutkimukseni päätavoitteita vastaavin asia oli liitettävyyden edelleen Neuvostoliiton alaisuuteen. Tämä osoittaa mielestäni kuinka vanhoillisia käsityksiä Suomesta on liikkeellä edelleenkin. Islantilaisten kanssa käymissä keskusteluissa tuli esille etteivät he ole aiemmin edes osanneet paikallistaa Suomea osana Eurooppaa. Suomi on ollut



hämärän peitossa jossain Venäjän, Viron ja Ruotsin välimaastossa. Kesän lopulla Islannissa asuessani aloin huomaamaan moneen kertaan televisiomainoksia ja lehtiartikkeleita Suomesta ja erityisesti Helsingistä. Syksyn myötä Helsingistä tehtiin trendi, ja jopa eräissä paikallisissa päivälehdessä artikkelissa Helsinkiä mainostettiin Euroopan coolestimmaksi, aina ajantasalla olevaksi trenditietoisten menopaikaksi.

Kysymys 4:

”Onko Islanti mielestäsi varteenotettava matkailukohde? Jos kyllä, niin miksi? Ja jos ei, niin perustele vastauksesi.”

Kaikki vastaajat valitsivat Islannin varteenotettavaksi vaihtoehdoksi juuri tarjoamiensa luontoelämyksien, eksoottisuutensa, erikoisuutensa ja viehättävän kulttuurinsa perusteella. Tunteettomuuden ja kahden vastaajan mainitsemien kuumien lähteiden ja Vatnajökull-jäätikön kokemisen vuoksi Islanti valittiin matkailuvaltiksi. Erikoisuus ja luonnon yllyys sekä mukavat ihmiset oli perusteena 25% vastaajista. Islantilaisia pidetään hyvin ylpeänä kansana. Koin islantilaisiin tutustumisen olevan itselleni aluksi vaikeaa, mutta heidän ajattelutapoihinsa tutustumisen ja kulttuuriin sisällepääsyn jälkeen tutustuminen oli helpompaa. Ylpeänä kansana islantilaiset odottavat heistä otettavan ensiksi selvää, kunnes he viitsivät aukaista ulkoista kylmää kuortansa ulkomaailmalle. Tutustumisen jälkeen heistä saa kuitenkin elinikäisiä ystäviä.

”Onko Suomi mielestäsi varteenotettava matkailukohde? Jos kyllä, niin miksi? Ja jos ei, niin perustele vastauksesi.”

Kaikki vastaajat pitävät Suomea erittäin varteenotettavana matkailukohteena. Hyvin yhteneväine mielipide heillä on ihmisistä, he pitävät suomalaisia ja heidän tapansa ajatella hyvin kiinnostavana. 75% vastaajista on ystäviä Suomessa, vanhemmalla naispuolisella vastaajalla aviomiehen suku on kotoisin Suomesta. Suomen design ja luonnon kauneus on myös tärkeä elementti valinnan kannalta.

Kysymys 5:

”Mihin edellä olevat käsityksesi ja oletuksesi perustuvat?” Yhteneväisyys jokaisella vastaajalla, sekä suomalaisilla että islantilaisilla on että heidän käsityksensä perustuvat eri dokumenteista, mediasta, kuulopuheista ja koulussa opitusta yleistiedosta muodostettuun mielikuvaan.

Kysymys 6:

”Kuinka paljon media (lehdet, televisio, elokuvat, matkatoimistojen ilmoittelu ym.) ovat vaikuttaneet käsityksiisi Islannista ja sen kulttuurista?” Tähän kysymykseen tuli vastauksia jo edellisestä kysymyksestä. Median katsottiin olevan hyvin vaikuttava elementti. Dokumentit ja median antaman kuvan katsottiin muokkaavan mielikuvaa maasta suurestikin. Median kautta tunnetuksi tullut Björk mainittiin merkitykselliseksi vaikuttajaksi. Hänen erikoinen musiikkinsa on ollut osana Islannin omaperäisen kuvan muodostamisessa.

”Kuinka paljon media (lehdet, televisio, elokuvat, matkatoimistojen ilmoittelu ym.) ovat vaikuttaneet käsityksiisi Suomesta ja sen kulttuurista?” Islannin vastaajista 50% toteaa median olleen vaikuttajana käsityksiin vahvasti, juuri esimerkiksi designtuotteiden mainostamisen kautta. Myös kuulopuheet ovat vahvasti esillä tämän puolen vastaajien kommentteissa. Yllättävänä pidin 50% vastaajien kommentteja median vaikutuksen vähäisyydestä. Median kuvailtiin olevan vain pieni mutta positiivinen vaikutuskanava mielikuvien lumiseen Suomesta.

Kysymys 7:

”Herättääkö islantilainen muoti sinussa mielikuvia, jos, niin millaisia?”

25% vastaajista ei ollut minkäänlaista käsitystä islantilaisesta muodista. 75% vastaajista oli jonkinlaisia oletuksia, mutta ei varsinaista vahvaa mielikuvaa. Mielikuvien perusteella islantilaisista muotia perusteltiin omaperäiseksi, ennakkoluulottomaksi. Yhdelle vastaajista nousi mielikuvia modernisti ja persoonallisesti pukeutuvista ihmisistä. Sen kuvailtiin olevan sekoitus omasta kansantaiteesta ja kansainvälisistä trendeistä. Yksi vastaajista nosti esille vuoden 2001 Oscar gaalasta mieleenjääneen Björkin joutsenasun. Suurta polemiikka amerikkalaisissa konservatiivisissa tabloideissa aiheuttanut puku sai aikan keskustelua mikä on kyseiseen juhlaan sopivaa ja mikä ei. Alkujaan asu oli kuitenkin vitsi.

”Herättääkö suomalainen muoti sinussa mielikuvia, jos, niin millaisia?”

75% vastanneista mainitsee Marimekon. 25% Vuokon. 25-vuotias naispuolinen vastaaja myönsi olevansa ”ei niin

vaikuttunut” Marimekosta. En itsekään ole ylpeä Marimekon ulkomaille antamastaan kuvasta. Islannissa asuessani ihmettelin monesti nuorten keskuudessa käymääni keskustelua josta tuli ilmi Marimekon epäsuosittavuus. Kävin pääkadulla sijaitsevassa liikkeessä, ja petyin pahemman kerran. Mallisto oli erittäin vanhaa, uusien suunnittelijoiden malleista ei ollut tietoaakaan ja ikkunaa koristivat Unikko kuosit. Suomen muodista mainittiin kuitenkin sen tuoreus, laatu ja erilaisuus.

Kysymys 8:

”Mitä värejä, muotoja ja materiaaleja sinulle ensimmäisenä tulee mieleen Islannista?”

Väreistä valkoinen mainittiin 75% vastauksista. 50% mainitsi punaisen sinisen ja vihreän värin. Myös hiekka ja ruskean sävyt mainittiin yksittäisissä vastauksissa. Värejä kuvailtiin seuraavasti: ”Luulisin valkoisen kuvaavan jäätä ja lunta, punaisen tulivuoria ja vulkaanisuutta. Sininen on varmaan taivaan ja meren väri. Islanninhevosista ja maaperästä mieleen tulee ruskea”. Vihreä väri kuvattiin puuttomilla vihreillä niityillä. Muodoista 75% vastaajista mainitsi pyöreiden. Sen mainittiin tulevan kuumien lähteiden muodoista. Lakeus, puuttomuus ja tasainen maaperä mainittiin vastakohtana vuorten jyrkkyydelle. Jäätikön rosoisuus, nummet, geysirit ja meren äärettömyys olivat mielikuvien lähteinä muodoista puhuttaessa. Arkkitehtuurista mainittiin ei tyyppillinen, vanhanaikainen rakennustyyli vastakohtana Pohjoismaiselle suorakulmaiselle rakennustyyliin. Materiaaleista villa mainittiin 75% vastauksista. Muut luonnon elementit kuten vesi, jää, kallio, laavakivi ja tuli oli esillä vastauksissa.

”Mitä värejä, muotoja ja materiaaleja sinulle ensimmäisenä tulee mieleen Suomesta?”

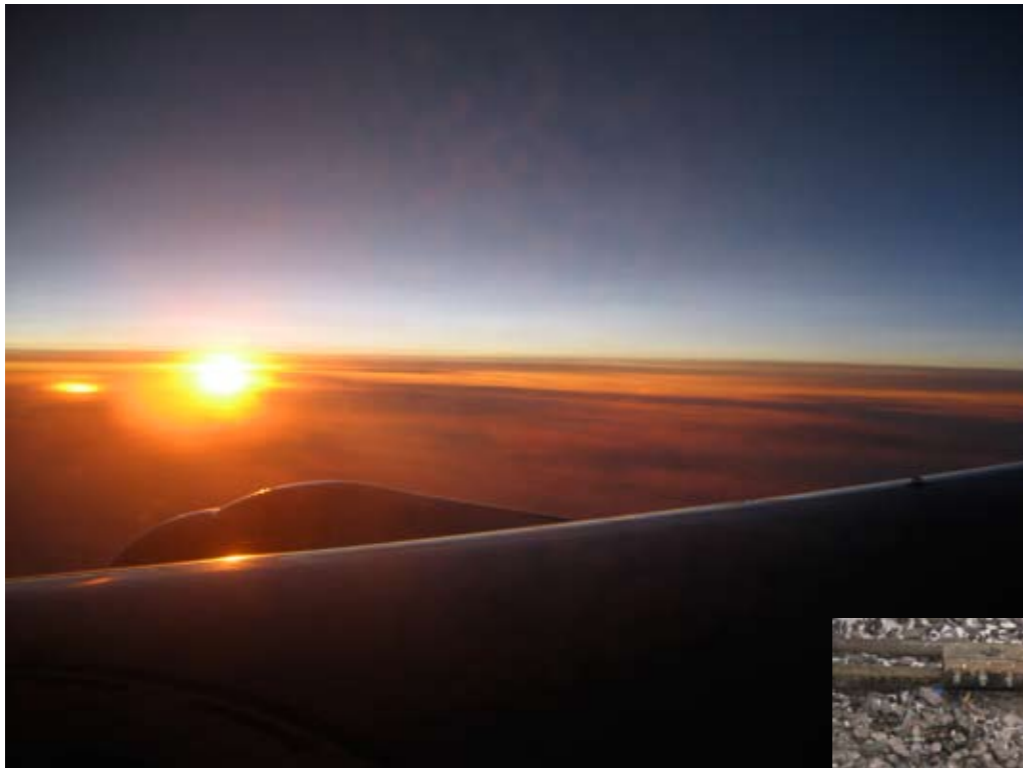
Mikä yllättävintä, valkoinen väri mainittiin vain yhdessä vastauksessa. 75% vastauksista oli mainittuna kuitenkin sininen. Sinisen värin katsottiin tulevan Iittala brändistä. 50% mainitsi punaisen ja keltaisen ja vihreän värin. Värejä verrattiin jopa sateenkaareen. Harmaa väri mainittiin vain yhdessä vastauksessa. Materiaaleista graniitti kivi, metalli, lumi ja vesi tulivat vahvasti esille. Teräväkulmaisuus mainittiin muodoista ensimmäisenä.

## Lähdön merkityksiä

Lähtö yhdistetään vapauden tuntemukseen. Matkustettaessa maailmankuva laajenee, mielihyvän tunne alkaa jo matkaa suunniteltaessa, varsinkin jos kyseessä on arjesta irrottautumiseen liittyvä lomamatka. Usein puhutaan matkakuumeesta, selittämättömästä hyvänolon ja jännityksen sekaisesta tunteesta joka tuottaa mielihyvää ja tyydytystä. Lähtöön

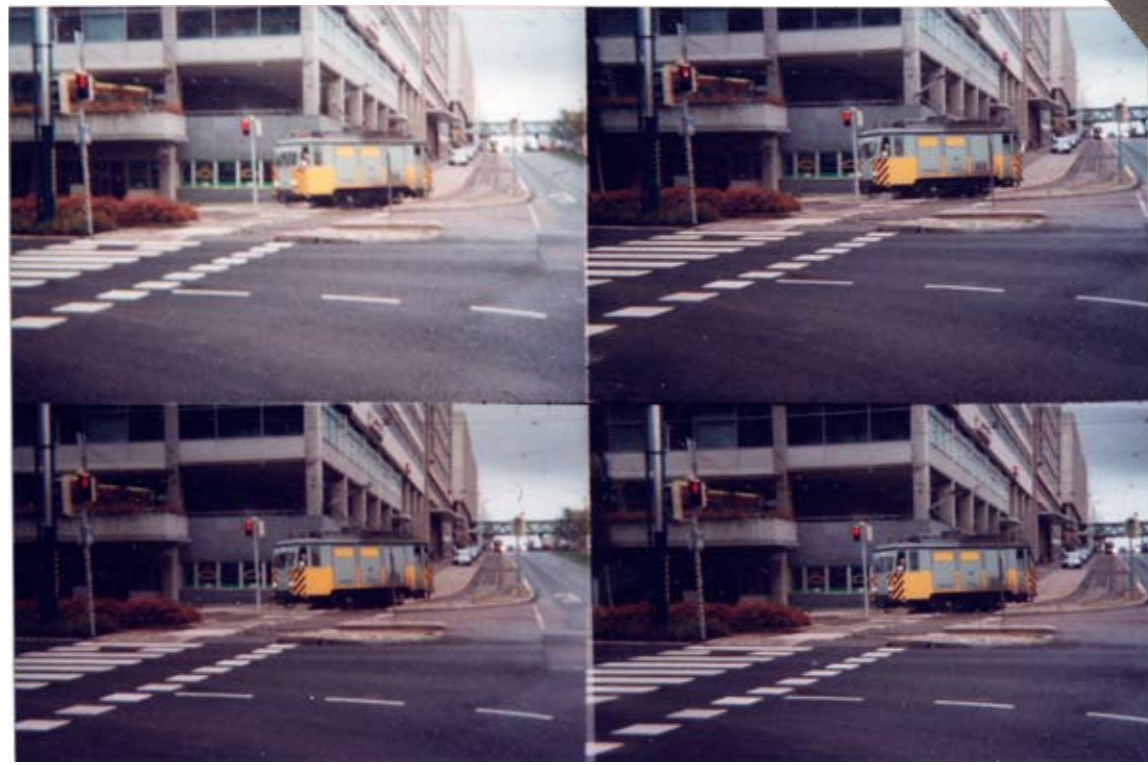
liitetään odotuksia, ja taustalla vallitsee usein myös matkan epäonnistumisen pelkoa. Lähdön intohimosta ja poispääsyn tunteesta kirjoittaa myös Tahar Ben Jelloun, teoksessaan lähtö. Kirjan fiktiivisellä päähenkilö, Azelilla on sanoinkuvaamaton tunne lähteä, ylittää rajat ja matkustaa ilman sen kummempaa päämäärää maansa vastustuksesta huolimatta. Häntä kehoitetaan jäämään kotimaahansa ja hänen sanotaan tulevan kaipaamaan kotimaataan, kulttuuria ja uskontoa ulkomaille pääsyn jälkeen. Voimakkaasta lähdön viehättävyydestä huolimatta hän jättää kotimaansa, ja lähtee. Lentokentän lähtöselvitys tuottaa itselleni usein ylimääräistä painetta mahdollisten ylikilo maksujen ja kiristyneiden valvontamenetelmien seurauksena. Pelkästään kireän näköiset järjestysmiehet aiheuttavat epämiellyttäviä tuntemuksia, vaikka mitään epäilyn aiheita ei olekaan. Selvitysten ja passintarkastuksen jälkeen tunnelma koetaan usein helpottuneeksi, hermot laitetaan lepäämään, loma alkaa, ja on aikaa keskittyä myymälöiden tarjontaan. Vapaudentunne ja positiivinen jännityksen tunne on omalla kohdallani huipussaan saavuttaessa Tuusulan jälkeen aukenevalle Helsinki-Vantaan rajalle jossa punakeltaiset, pallonmuotoiset lentoliikennemerkit näyttävät suuntaa että jotain hyvää on tiedossa. Lähdön aiheuttama positiivisen jännityksen tunteen viehäytys ja ennenkaikkea Helsinki-Vantaan lentokentän ilmapiiri toivat inspraation design kaupallisesta lentokentillä toimivasta putiikista.







It's Scandinavian







## Hypoteettinen, kansainvälisillä lentokentillä toimiva pienteollinen yritys

Lentokenttien tuliaismyymälät ovat turvoksissa käsittämättömän mauttomia, ”krääsä” esineitä kliseisistä nähtävyyksistä. Tämä oli yksi niistä epäkohdista johon halusin ottaa kantaa ja tuoda rinnalle laadukkaan ja kliseettömän vastineen, kaupunkimallisto-putiikin. Ideana on ollut halu perustaa tulevaisuudessa design-kaupallinen pienteollinen yritys jonka mallistoa myytäisiin oman putiikin lisäksi kansainvälisillä lentokentillä. Mallisto lähtisi liikkeelle aluksi neljän eri kaupungin voimalla, mutta laajentuisi vähitellen poimien muita euroopan kaupunkeja mukaan. MMM-labelilla kulkevan malliston taustalla on matkustus, mutta asut ja asusteet ovat enemmänkin uniikkeja, design putiikki tuotteita jo laadukkuutensa ja muotoilunsa puolesta. Ajatuksena olisi laajentaa kokoelma kansainvälisille lentokentille, josta matkustajat voisivat poimia itselleen tärkeiden kaupunkien ja kotikaupunkien inspiroimia tuotteita ns. tuliaisosto periaatteella. Myymälä olisi toteutettu väriensä ja inspiraatio-kollaasikuvien pohjalta tunnelma nurkkauksiksi. Pääasiassa tilan värit ja tunnelma olisi vaatteiden pehmeitä linjoja vasten karu ja minimalistinen, eli vastakohta värikylläiselle mallistolle. Tilan karuus perustuu kaupunkien ulkomuotoon ja Islannin karuun luontoon. Tähän mennessä olen teettänyt tilasta suunnitelmat, joita olisi mahdollista hyödyntää sekä suuressa että pienessä koossa.















## Malliston suunnittelu ja tavoitteet

Malliston inspiraatiot ja ideat tulivat eteeni kuin itsestäänselvyyksinä. Halusin yhdistää itselleni kaksi tärkeintä elementtiä, vaatesuunnittelun ja matkustamisen. Aihemaailma oli selvillä kesän lopulla, ja aloitin kokonaisuuden suunnittelun. Syyskuun alussa olin saanut järjestelyä kokonaisuuden matkan muotoon, mutta tuohon aikaan kaupunkien lukumäärä oli viisi. Lontoon, Tukholman, Helsingin ja Reykjavíkin lisäksi olin valinnut Oslon. Harkittuani kaupunkien lukumäärää, huomasin Oslon olleen vähiten tärkeä ns. täytekaupunki kulkiessani matkaa. Kaupungit vähenivät siis neljään. Lopullisiin kaupunkiin päätyminen jälkeen aloitin lähdemateriaalien kartoittamisen.

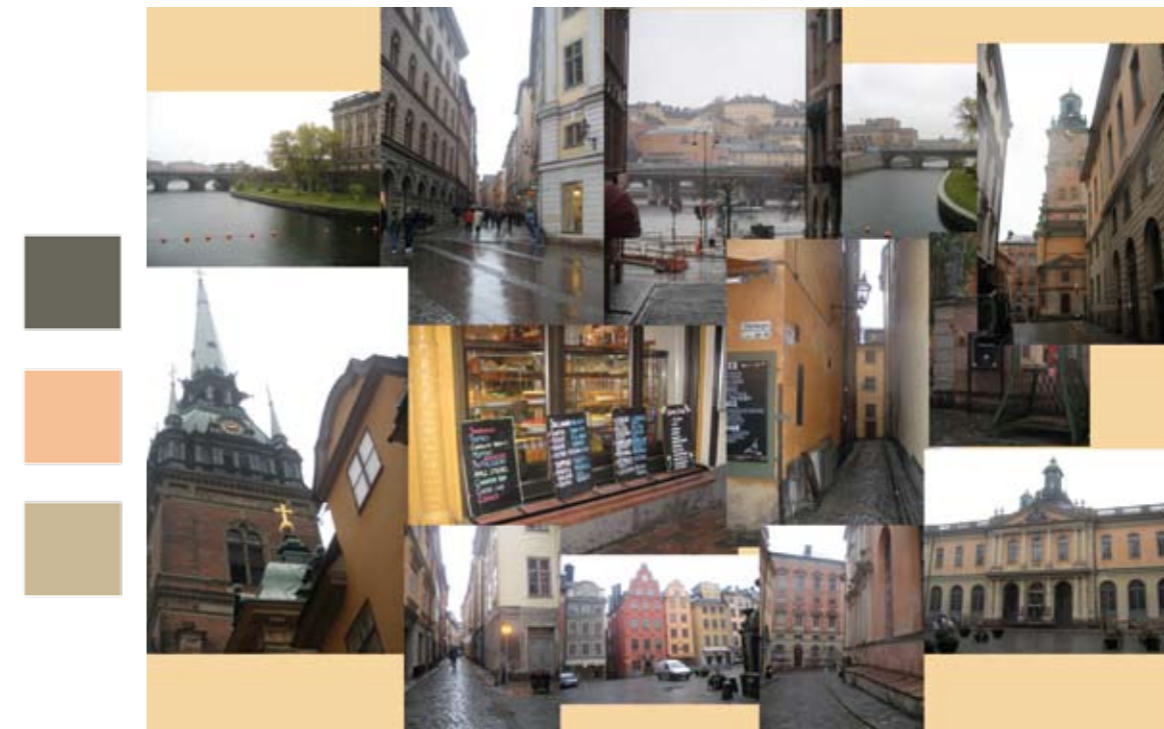




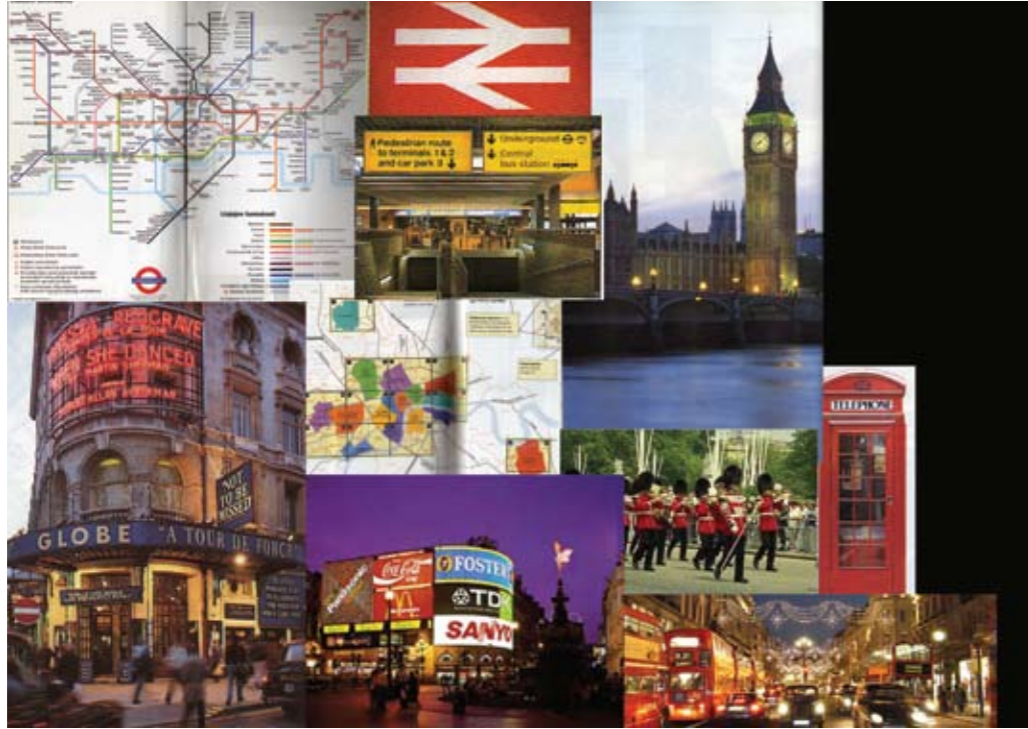


## Mielikuvien pohjalta toteutettu mallisto

Mallisto ja sen myötä portfolio on jaettu neljään osaan. Kaksi ensimmäistä osaa ovat matkan lähtö-  
osia, Helsinki ja Tukholma. Portfolion toinen osa on matkalta paluu osa, Lontoo ja Reykjavík.  
Malliston osat koostuvat eri kaupunkien luomista tunnelmista. Niissä on käytetty printtiväreinä  
ja yksityiskohtina kullekin kaupungille mielestäni tyypillisistä piirteistä koottuja ominaisuuksia.  
Helsingin graafisuus, Tukholman orgaanisuus, Lontoon hektinen elämäntyyli ja Reykjavíkin  
henkeäsalpaava luonto näkyvät materiaalien struktuurivaihteluissa, muotokielessä ja väreissä.  
Helsingin ominaisuudet tulevat kaupungin karuudesta, kylmistä materiaaleista, metallista ja kivistä.  
Suomen kylmyys, pimeys ja melankolia ovat tehneet ihmisistä helposti suojaan hakeutuvia, siksi  
tästä malliston osasta on syntynyt juuri näitä ominaisuuksia täyttävä osuus materiaalivalinnoilla ja  
väreillä. Karuus ja vastakohtat näkyvät materiaalien, esimerkiksi villan ja organzan yhdisteltävyydessä.  
Idea tulee suomalaisten halusta muodostaa ympärilleen suoja turvaksi muulta maailmalta.  
Tukholma naapurikaupunkina on hyvinkin erilainen, ja mallistossa se toistuu vapautuneempana  
ja eläväisempänä. Muodot syntyvät liikkeestä, epäsymmetria ja huolettomuus näkyy harkitussa  
vauhdissa. Lontoo on malliston järjestäytynein ja rytmitetty kaupunki. Sen jatkuva liike, yöelämä,  
vilkas liikenne ja organisoituneisuus on antanut tilaa materiaalien muokkaukselle ja printeille. Mm.  
metroliikenne toi inspiraation korin pohjamaiseen pinnan muokkaukseen ja painokuoseille. Lontoo  
on malliston vahva-värisin ja naisellisin kokonaisuus. Reykjavík-osuus on syntynyt maanpinnan  
rosoisuudesta ja vaihtelevuudesta, Reykjavíkin kartasta, sekä ympäristölle ominaisista luonnon  
materiaaleista. Malliston materiaaleihin olen hakenut vastakkaisia ominaisuuksia, matta- ja kiiltäviä  
pintoja, rosoisuutta täydentää eleeeton tasainen pinta. Muotokieli on epäsymmetrinen ja vaihteleva  
kuten pinnanmuodot ja Islannin ilmastokin. Kaupungin moninaisuus näkyy vaatteiden volyymissa.  
Koko malliston taustaa tukee idea matkustamisen luomasta vapaudesta ja samalla ajatus kaupunkien  
eri elementtien liittämistä toisiinsa. Mikään ei siis estä asujen yhdisteltävyyttä toisiinsa mix-match  
tyylillä.







## Ideat kuvista tuotteeksi

Lähdin kokoamaan kollaasimaisia yhteenvedoja valitsemistani kaupungeista ottamieni valokuvien ja omien mielikuvieni perusteella. Puhuttaessa kaupunkien tunnelmasta, liitetään asiayhteyteen jo opittuja käsityksiä ja stereotyyppioita. ”Ulkopuolisille saatetaan välittää totuttuja käsityksiä siitä, millaista kaupungissa on. Omassa arkielämässä ei välttämättä huomata mielikuvien valtaa, mutta esimerkiksi puhuttaessa eri kaupunginosista omia näkemyksiä perustellaan usein tukeutuen paikkojen maineeseen ”(Tani 2000).

Suomi-kuva ja Helsinki tunnelma olivat aluksi mielestäni helpoin luoda, mutta maassa asuessaan ei tule kiinnittäneeksi huomiota sellaisiin seikkoihin, joihin ulkopuolisen silmä taas saattaa kiinnittyä automaattisesti.

Lähdin keräämään kuvamateriaalia kesällä 2007. Halusin poimia kaupungin ympäristöstä itseäni kiinnostavia kohteita. Kuvasin sekaisin sekä nähtävyyksiä että kaupungin arkielämää. Ajatuksena oli yhdistää nämä kaksi osaa yhdeksi, ja jättää nähtävyyksien arvo vähemmälle. Lähdin hakemaan värejä ja muotoja. Kuvatessani sain ideoita kollaasimaisiin painokuoseihin, joihin olen valinnut elementtejä tunnetuista kohteista yhdistäen ne sulavasti kuin uudeksi näkymäksi. Helsinki teemassa kuosikollaasi syntyi metalliputkista yhdistettynä Tuomiokirkkoon. Kuvamateriaaleja yhdistellessä halusin tietoisesti sekoittaa eri arvoisia objekteja. Matkustin kohdekaupunkeihin syksyn aikana ja pidin päämääränä etsiä lähtöön ja vapautteen vahvasti liitettäviä elementtejä. Kaupunkien tunnelmia hain eri pintamateriaalien kuvaamisella. Kuvasin kaupunkikuviiin mm. joukkoliikennettä Helsingissä ja Tukholmassa, Reykjavíkissa sen sijaan enimmäkseen idyllisiä pikkukatuja, pinnanmuotoja ylhäältä käsin sekä luonnonmateriaaleja. Halusin tuoda mallistoon oman vahvan näkemykseni kaupungeista, mutta en tietoisesti halunnut yhdistää ennalta arvattavia, helposti kaupunkeihin liitettäviä objekteja. Lähdin kuvaamaan Helsingin ympäristöä, junaraiteita, kylttejä, katukuvaa ja ympäristön materiaaleja. Kuvien yhdistämisen jälkeen syntyi värimaailma hyvinkin helposti.

Helsinkikokoelman asut muokkautuivat osin käyttäjälle turvallisiksi, suojaa antaviksi ja lämpöisiksi. Graafisuus näkyy selkeinä elementteinä.

Tein matkan Tukholmaan lokakuun puolella välissä. Kiersin kameran kanssa ympäristöä samalla otteella kuin Helsingissä, mutta koska olin ulkomaalainen, tuli kuvauskohteeksi varmasti sellaisia itseäni kiinnostavia elementtejä joihin paikallisen huomio ei olisi edes kiinnittynyt. Myös Tukholman värikartta syntyi kollaasista. Sen pohjaväreinä toimii persikan ja harmaan sävyt, printtiväreissä näkyy koralli. Lontooseen en päässyt vierailemaan lopputyön aikana, mutta omien kokemusteni, kahden käyntikerran ja lehdistä sekä kirjoista luetun informaation perusteella suunnittelin kyseisen kokonaisuuden. Reykjavík osa on koko malliston runsain ja ns. herkullisin osa. Yhdistin Reykjavík osuuteen sekä omia mielikuviani ennen lähtöä ja tuntemuksiani paluun jälkeen. Islanti on sekoitus Eurooppaa ja Amerikkaa. Pääosiltaan se on kuitenkin eurooppalaistunut. Tein kaksi matkaa Islantiin lopputyöni aikana, ja otin kaupunkikuvan lisäksi valokuvia ilmasta käsin. Ylhäältä otetuista kuvista tuli selkeästi esiin maaperän kerroksellisuus, ja struktuurien vaihtelevuus. Myös Islantiin lähtiessä ja paikan päällä kuvasin lähtöön liittyviä objekteja, kuten kiitorataa. Lentokentän ilmapiiri on vallitsevana osana jokaisessa neljässä teemassa.







## Teemojen jaottelu neljäksi kaupungiksi

Kuvitteellista matkaa taittaessani Helsingistä Tukholman kautta Lontooseen huomasin kuinka suuri ero jo kaupungin välittämästä väritunnelmasta syntyi. Lähdin matkaan tarkoituksella kotimaani pääkaupungista, Helsingistä ja päätin matkani Reykjavíkiin, Amerikan ja Euroopan rajakeskittymän kohdalle, ideana asettaa kaupungit loogiseen järjestykseen niiden rakenteiden ja monimuotoisuuden perusteella. Matkan varrelta keräsin mahdollisimman runsaan kokoelman kaupunkien luomia tunnelmia, joista lähdin kokoamaan listaa eri kaupunkien yksityiskohdista.

Helsingin värit, muodot ja linjat rakentuivat välittömästi grafitin harmaista elementeistä, metallista, raudasta ja suoralinjaisuudesta. Helsinki kokonaisuus on selkein, omalla tavallaan runsas mutta neljästä kaupungista selkeästi minimalistisin. Suomalaisista ihmisistä stereotyyppien mukaan puhuttaessa tulee ensimmäisenä mieleen ujous, nöyryys ja suomalainen sisu. Omia taitoja vähätellään, eikä muilta saamia kehuja uskalleta ottaa vastaan avosylin. Usein kohteliaisuuden kuullessaan suomalainen yleisesti ensin vähättelee saavutuksiaan tai kieltää asian. Kokonaisuuden olen koonnut kaupunkikuvista, ilmasta ja ihmisten käytäytymisen perusteella.

Helsingistä siirryttäessä lähinaapuri kaupunkiin, Tukholmaan, eron voi havaita välittömästi. Vanha historiallinen kaupunkirakentaminen ja sen säilyttämisen yrittäminen on vahvasti selkeämmin nähtävissä kuin Helsingissä. Helsingin vanhat rakennukset ovat esillä mutta niiden rinnalle on vuosi vuodelta alettu rakentamaan uusia, tehdasmaisia, halvalla koottuja hökötyksiä joiden lukumäärä on alkanut viedä tilaa Helsingin arvokkaalta tunnelmalta. Tukholmassa asia on mielestäni vielä jotakuinkin aisoissa, vaikka sielläkin ongelma on alkanut paikoin vahingoittaa kaupunkikuvaa. Tukholman värit rakentuvat sen vanhojen, persikan- ja harmaiden kivirakennusten perusteella. Rakennusten ja kaupungin välittämän persoonan perusteella on Helsingissä vallitsevan stabiiliuden, pysyvyyden tilalla on Tukholmassa vastineena selvä muutos, muuttuvuus ja ympäristön orgaanisuus. Rakennusten muotoilullisissa seikoissa tulee orgaanisuus selvästi esille. Pinnat ovat kuitenkin vielä Tukholman kohdallakin selkeitä yksityiskohtien kannalta, mutta orgaanisuus näkyy selvästi pintojen elävyydessä. Suurkaupunki Lontoo on Helsingin ja Tukholman rinnalla selvästi poikkeava. Arki- ja yöelämän hektisyydestä, kiireestä ja linjoista olen koonnut selkeiden lähtökaupunkien rinnalle Lontoosta hyvin rytmikkään, omalla tavallaan järjestäytyneen palapelin. Kuva

on syntynyt kaupungin mainostaulujen ja muiden elementtien taivaalle heijastamista väreistä. Printtiväreinä olen käyttänyt osuvasti neon värejä. Linjakkuus syntyy kaupunkiliikenteen kerrostumisesta, ja metrolinjojen asettumisesta sokkelomaiseen mutta järjestäytyneeseen muotoon.

Kolmesta taakse jäävästä kohteesta saavun viimeiseen, ja tärkeimpään tutkimuskohteeseen, Reykjavíkiin. Matkan varrelta kerätyt elementit ovat esillä Reykjavíkin kerroksellisessa luonteessa. Islanti osuus on runsas, mutta harkittu. Siinä on leikitely eniten pintastruktuureilla, vastakohtaisuuksilla, materiaaleilla ja niiden päällekkäisyyksillä. Reykjavík osuuden värit tulevat Islannin erikoisista taivaan väreistä. Purppurasta, vaaleasta sinisestä ja keltaisesta.













TUKHOLMA *31*

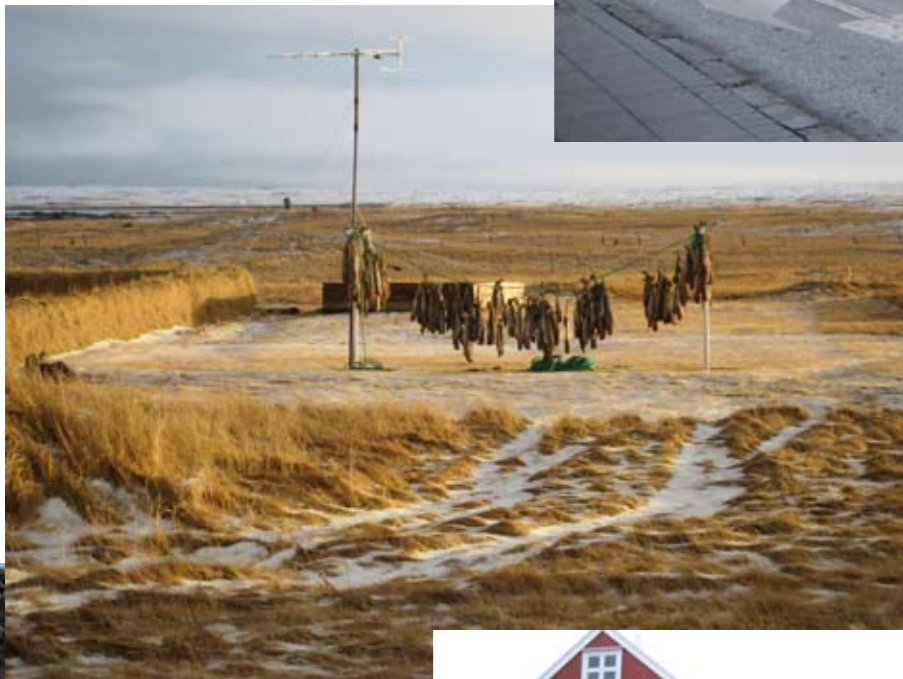
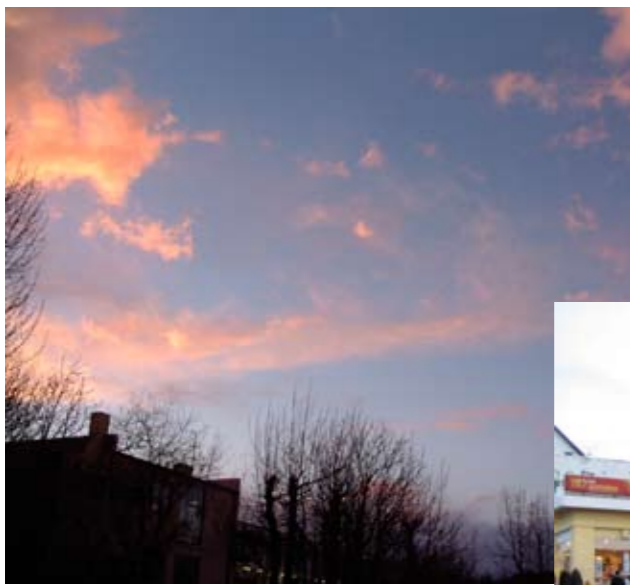


# 32 LONTOO









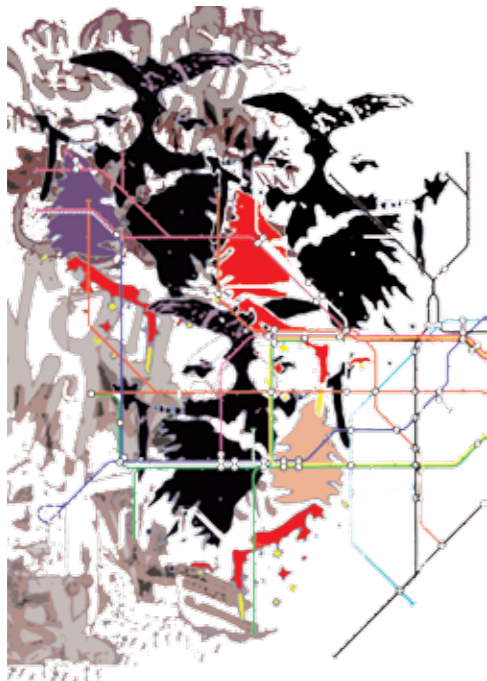




REYKJAVÍK

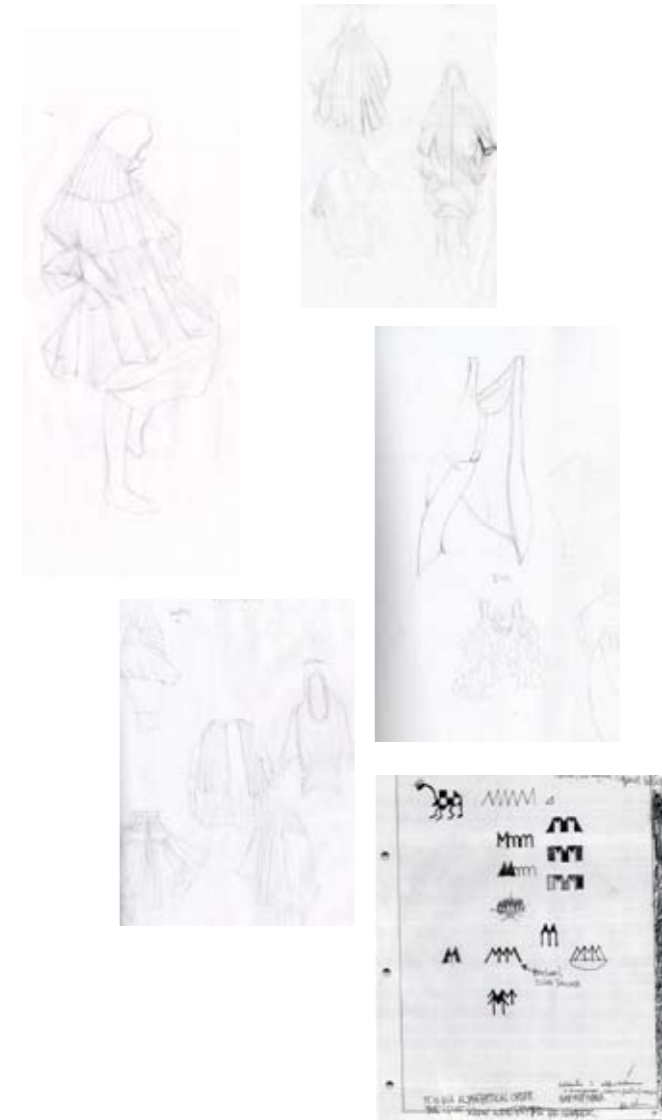
## Työn eteneminen

Valitsemieni neljän kaupungin tueksi lähdin kartoittamaan jokaiselle kaupungille tyypillisiä ominaispiirteitä. Aloitin päiväkirjan, johon listasin hetkittäin mieleentulevia ideoita ja ajatuksia kaupunkien tunnelmista. Muistiinpanoja keräsin koko prosessin loppuun asti. Valitsemieni piirteiden, ulkonäön ja tunnun perusteella sain hyvin paljon irti lokakuun alussa pidettävistä Polarstoff messuista. Päämääränä oli etsiä kaupungeista syntyvien mielikuvien perusteella vastaavien materiaalien erilaisia pintoja, ja testata muutamien hyvinkin erilaisten materiaalien yhdisteltävyyttä. Rakensin valitsemistani materiaaleista tunnelma kollaasin, joiden perusteella myöhemmin hankin kankaat muista liikkeistä, Islannista, Suomesta ja Ruotsista. Alustavien disposition teon ja matkaan liittyvien inspiraatiokuvien valinnan jälkeen seurasi aihe-seminaari. Tuolloin minulla oli jo mietittynä mallistoni label ja ilme. Aiheen esittelyn jälkeen aloitin materiaalien etsimisen, ja niiden pohjalta toteutettavien tuotteiden suunnittelun sekä kuvasin kaupunkikuvat Helsingissä ja Tukholmassa. Lähdemateriaalien



tutkiminen ja kartoitus alkoi.

Tämän jälkeen seurasi ensimmäiset kaavatunnit ja kaavoitus alkoi Helsinki kokonaisuudesta. Kaavoitin ja muotoilin paitamekon. Kaavojen pohjista tein pohjustuksen villakangas-organza takille. Seuraavaksi kaavoitin Helsinki kokonaisuuden housut. Housut toteutin nopeasti myös toteutettavasta materiaalista, mutta takissa kesti pidempään, sillä halusin hioa sen moneen kertaan valmiimmaksi. Myös alkuunpääsemiseksi muotoilin paitamekkoa ehkä hiukan liian kauan verrattuna aikataulutukseen. Helsinki kokonaisuuden kaavoituksen ohelle otin Lontoon, ja kaavoitin mekon melko nopealla tahdilla. Sekä Helsinki- paitamekossa ja Lontoo-topissa oli hidasteena niiden toteuttaminen oikeista materiaaleista, sillä löysin paitamekon langat Islannista, ja topin painokuosien suunnittelu ja hihan silkkimateriaalin saapumisen odotus vei oman aikansa. Joulukuun väliseminaarissa minulla oli valmiina jo muutamia protoja. Olin tehnyt runsaasti painokokeiluja eri materiaaleille ja melkein kaikki materiaalit oli hankittuna. Itselläni oli vahva ja selkeä näkemys kokonaisuudesta ja sen aisoissa pitämisestä. Kaikki toteutettavat tuotteet oli suunniteltu, ja portfolioon tulevat tuotteet oli luonnosmaisina kuvina. Seminaarissa malliston materiaalirikkaus selkeni itsellenikin, ja printtitäyteisenä pitämästäni mallistosta väheni kuosien määrä juuri kangasrunsauden seurauksena etenkin Reykjavík kokonaisuuden kohdalla. Joulukuussa matkustin Islantiin, ostin neulelangat Helsinki- paitamekkoon ja kuvasin loput Reykjavík tunnelmakuvista. Palattuani painoin Lontoo-topin kuosin kolmella eri seulalla käyttäen pigmenttivärien lisäksi neon värejä kontrastien saamiseksi ja sain silkkineulostilauksen Villisilkki Oy:stä. Värjäsin muutamia eri kokeiluja silkille, mutta oikean sävyn etsimisen ollessa luultua vaikeampaa, päätin jättää materiaalin luonnolliseen väriinsä, valkoiseen. Paitamekon neulominen kesti useita päiviä, sillä halusin saada erikoisen elävän pinnan. Näyttävään tulokseen pääsin kuitenkin vain käsityötekniikalla, eli nostamalla joka kymmenennen kerroksen jälkeen silmukoita edellisille riveille. Lankana käytin baby alpakkaa,







ja pystyin jo melkein ennustamaan sen loppuvan kesken. Kolmesta ja puolesta metristä neulomaani levyä materiaalia riitti vain mekon etukappaleisiin. Onneksi olin lähdössä matkalle uudestaan Helmikuussa, joten varasin saman määrän lankaa etukäteen. Helsinki kokonaisuuden takkimateriaali löytyi myös edelliseltä matkalta Islannista. Tavoitteenani oli saada Helsingin kuvaan sopivaksi kahden hyvin erilaisen materiaalin, ja pintojen yhteensulavainen kontrasti. Helsingin kylmien metallisia/rauta materiaaleja vastaamaan hankin takin päällimateriaaliksi hennon violettiin taittuvan, harmaan organza-kankaan. Sen alle hankin pohjamateriaaliksi lämpimän kuohkean harmaan villakankaan. Ideana oli myös tähän takkiin painaa Helsingin valokuvista tekemäni painokuosi, mutta takin jo niin sanotun runsauden ja Helsingin minimalistisen tunnelman tavoittelemiseksi jätin polttopainannon pois takista, mutta toteutin printin pigmenttiväreillä paitamekon hupun vuoriosaan. Helmikuussa matkustin Reykjavíkiin, kaavoitin Lontoo-keepin ja sain hankittua samaan kokonaisuuteen housumateriaalin. Samalla tein kyselytutkimuksen hajanaisesti valituille paikallisille. Palattuani sain kaavoitettua loput tuotteet, Tukholma- ja Lontookokonaisuuksiin. Neuloin Helsinki-paitamekon loppuun ja tein kyselytutkimuksen Suomen päässä. Reykjavík kokonaisuuteen sain kaavoitus ja ompeluapua Koulutuskeskus Salpauksesta. Viimeisen vuosikurssin opiskelija kaavoitti lopputyökseen kolme asua, eli yhden asukokonaisuuden. Protot olivat valmiita Suomeen tultuani, mutta muutosten runsaudesta johtuen jouduimme muotoilemaan ne uudestaan ja opiskelija joutui ompelemaan vielä kertaalleen uudet protot. Ystäväni huovutti Islanti asukokonaisuuteen korsettihameen materiaalit ja sain ne viime metreillä mukaan. Tukholman orgaaniseen kokonaisuuteen värjäsin housumateriaalin kahteen kertaan, mutta graniitin harmaansävyä hakiessani sain toistuvasti siniseen viettävän sävyn joten vaihdoin materiaalin. Asukokonaisuudet valmistuivat harkiten, mutta varmalla lopputuloksella. Koko prosessin ajan vältin tietoisesti minkäänlaisia kompromisseja esimerkiksi materiaalivalinnoissa enkä suostunut tinkimään laadusta materiaalivaihdoksilla.





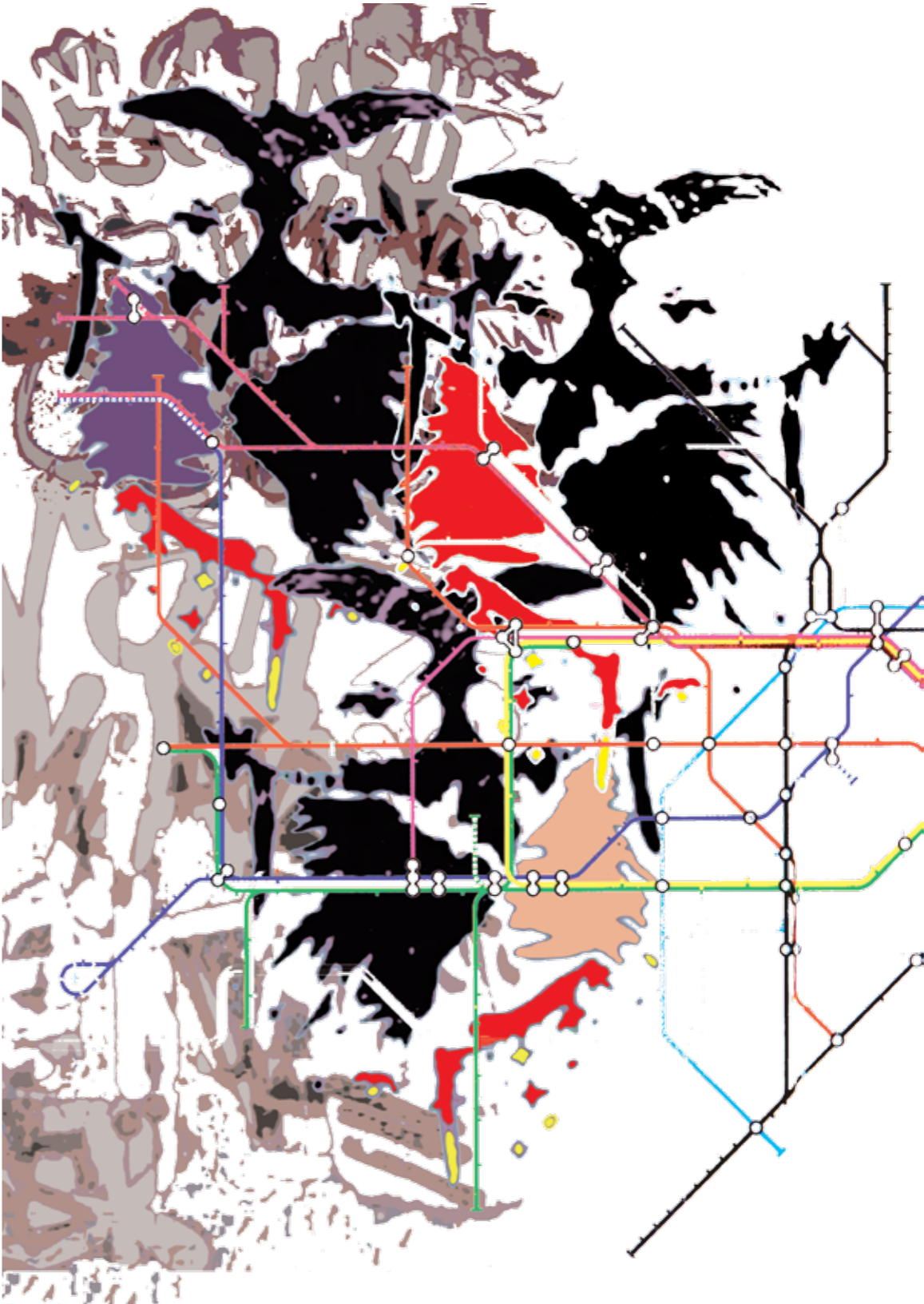


**Malliston esittely**

***40***

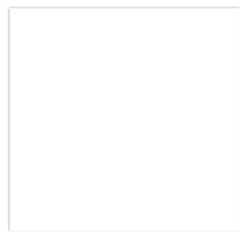
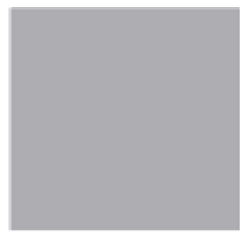








Helsinki



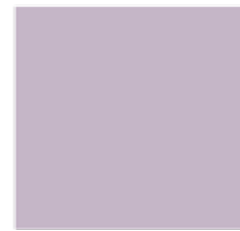
Tukholma



Lontoo



Reykjavík



Materiaalit

Quality 1  
5% VI  
15% PA  
70% WO

Quality 4  
100% SE

Quality 7  
100% SE

Quality 10  
50% WP  
50% WO

Quality 2  
75% WO  
25% PA

Quality 5  
100% SE

Quality 8  
100% SE

Quality 11  
95% CO  
4%EL  
1% WO

Quality 3  
75% WO  
25% SE

Quality 6  
100% SE

Quality 9  
20% WO  
40% SE  
40% PA

Quality 12  
100% WO



Quality 13  
100% SE

Quality 16  
100% WV

Quality 19  
100% WO

Quality 24  
80% WO  
20% PA

Quality 14  
100% SE

Quality 17  
100% WP

Quality 20  
100% LI

Quality 25  
60% WO  
26% PES  
8% PAN  
6% CO

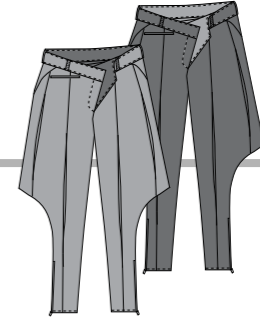
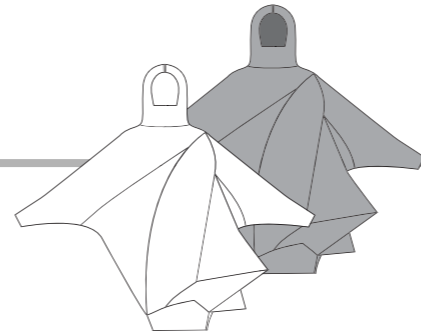
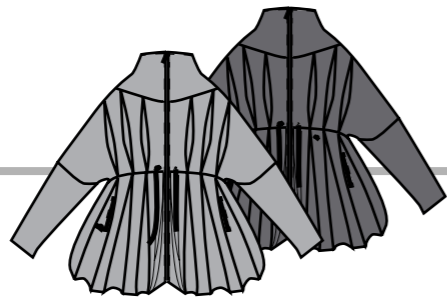
Quality 15  
59% CO  
37% PES  
4% EL

Quality 18  
70% WO  
30% PES

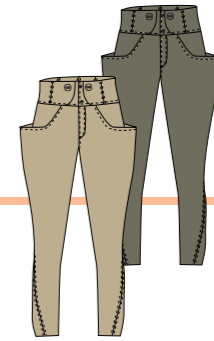
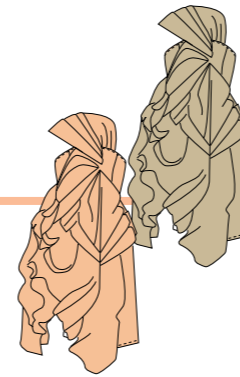
Quality 23  
100% PES

Quality 26  
90% WO  
10% PA

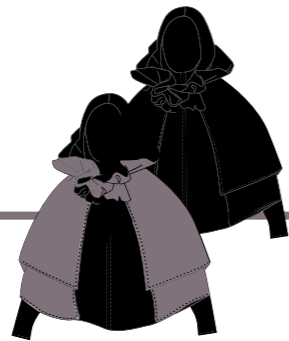
Helsinki  
Helsinki



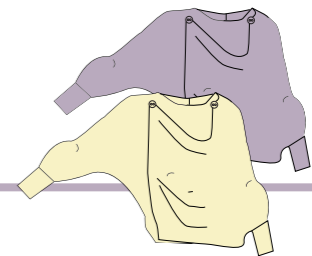
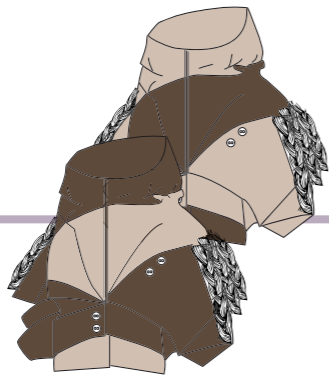
Tukholma  
Tukholma



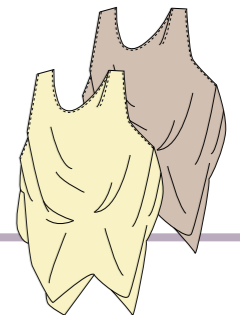
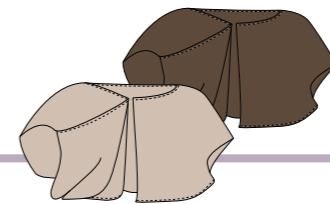
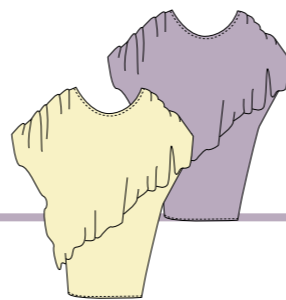
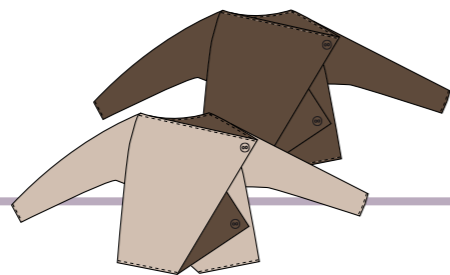
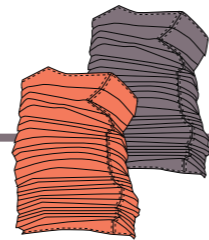
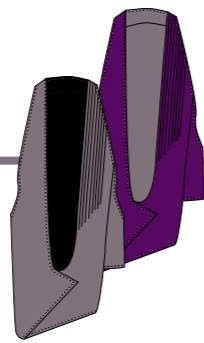
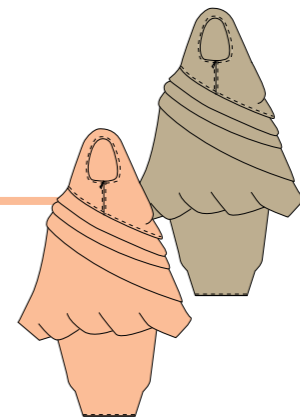
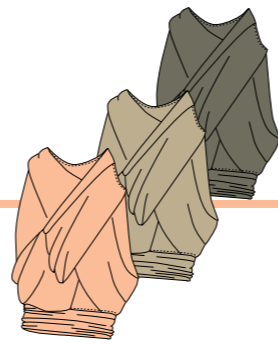
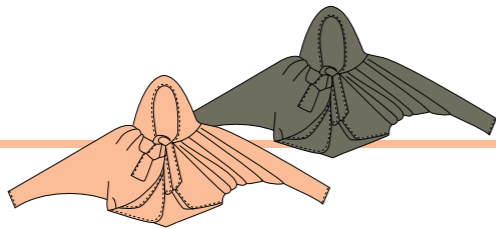
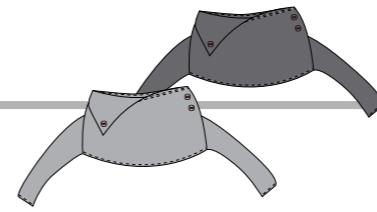
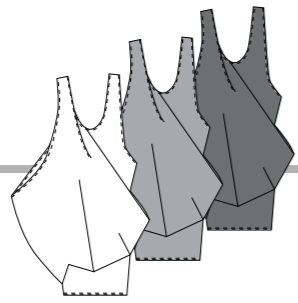
Lontoo  
Lontoo



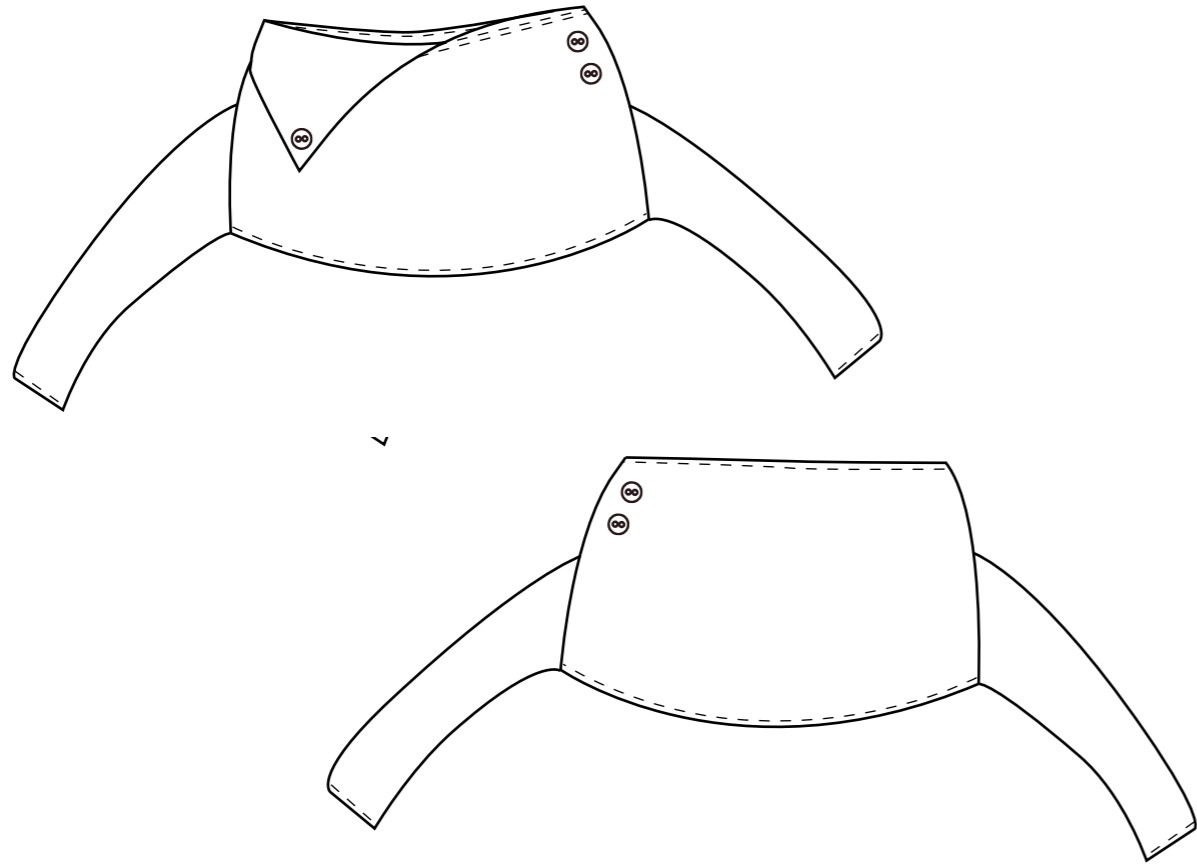
Reykjavík  
Reykjavík







# HELSINKI

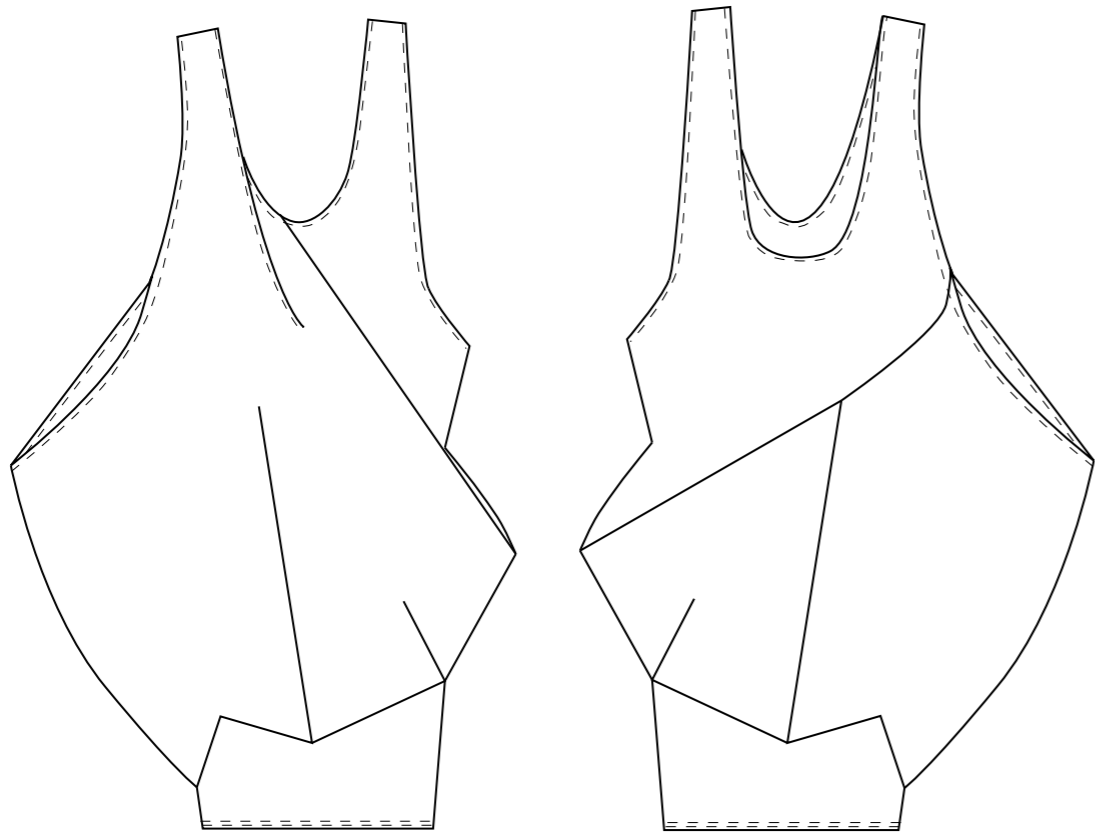
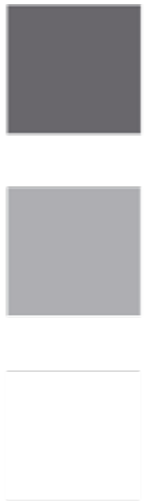


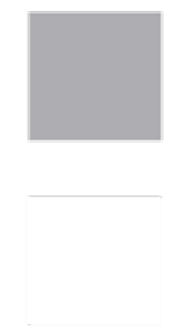
Quality 17  
100% WP





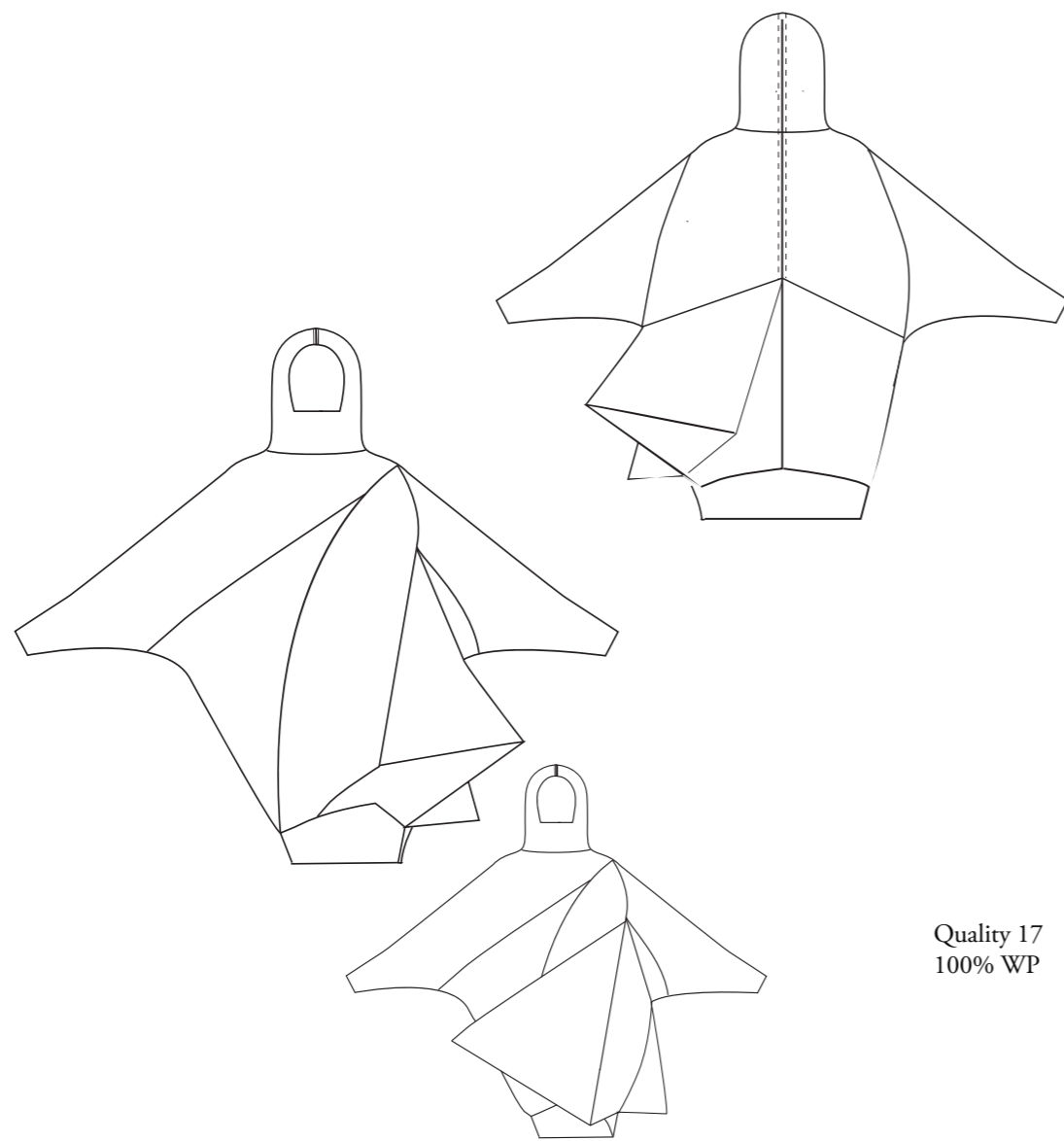
Quality20  
100% LI





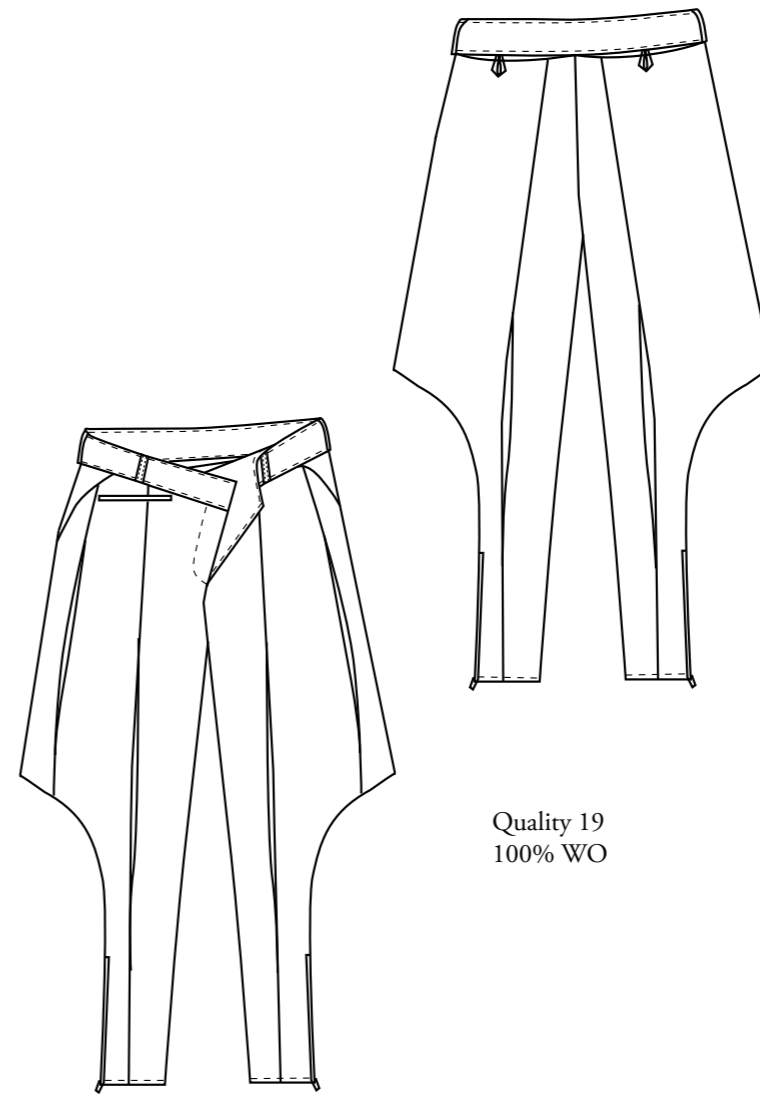
50





Quality 17  
100% WP

Quality20  
100% LI



Quality 19  
100% WO





Quality 16  
100% WV

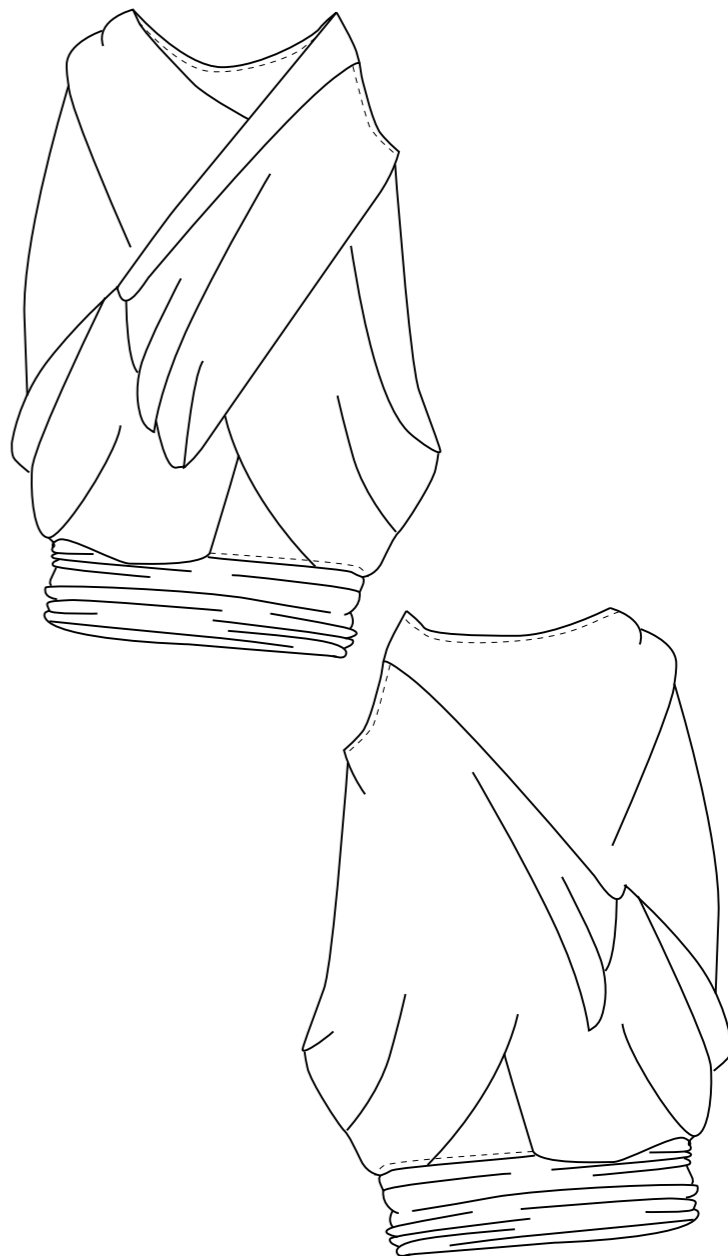
Quality 23  
100% PES

Quality 18  
70% WO  
30% PES

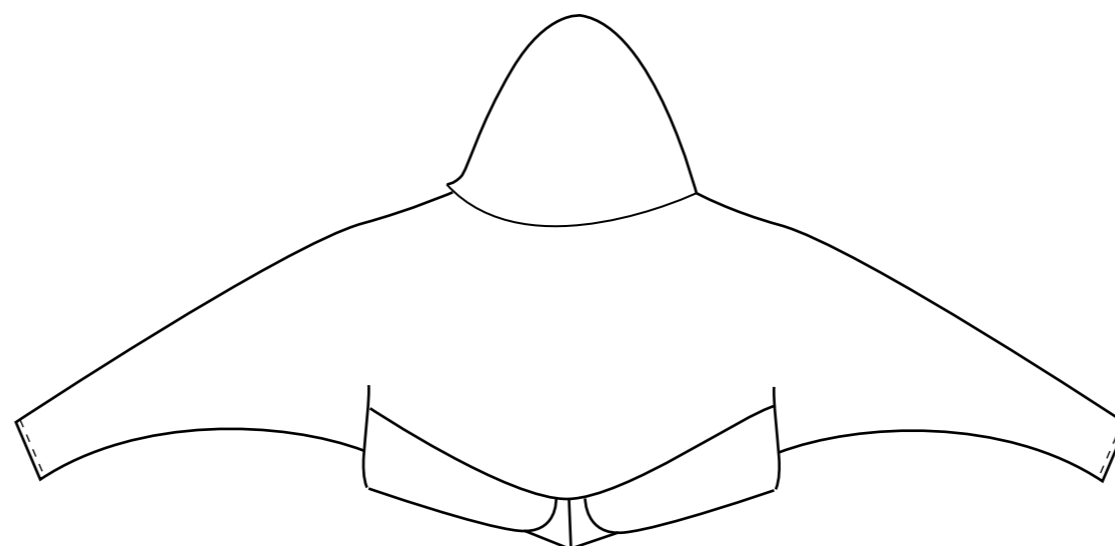
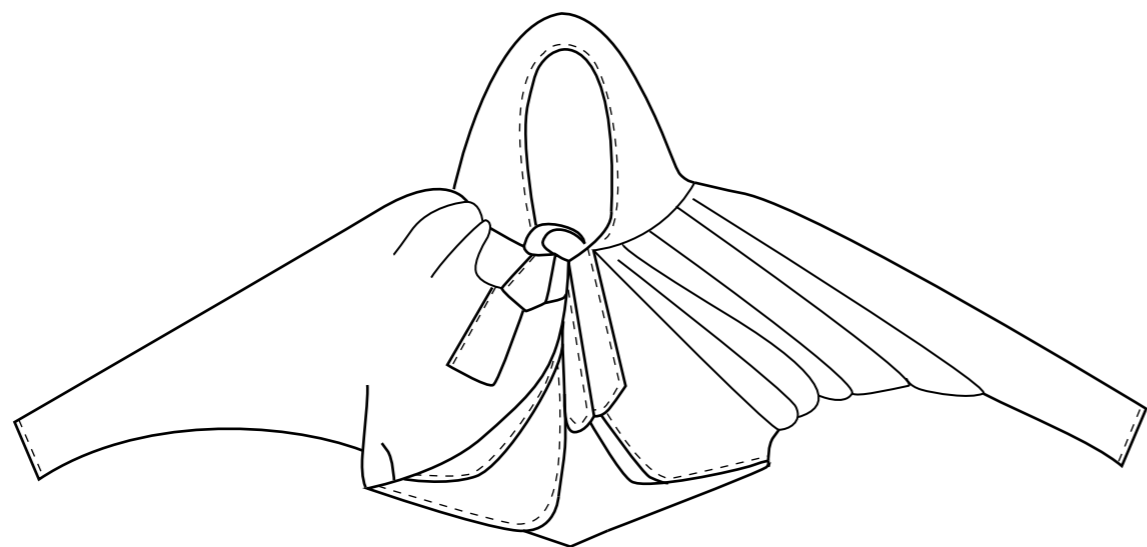


# TUKKHOILMA

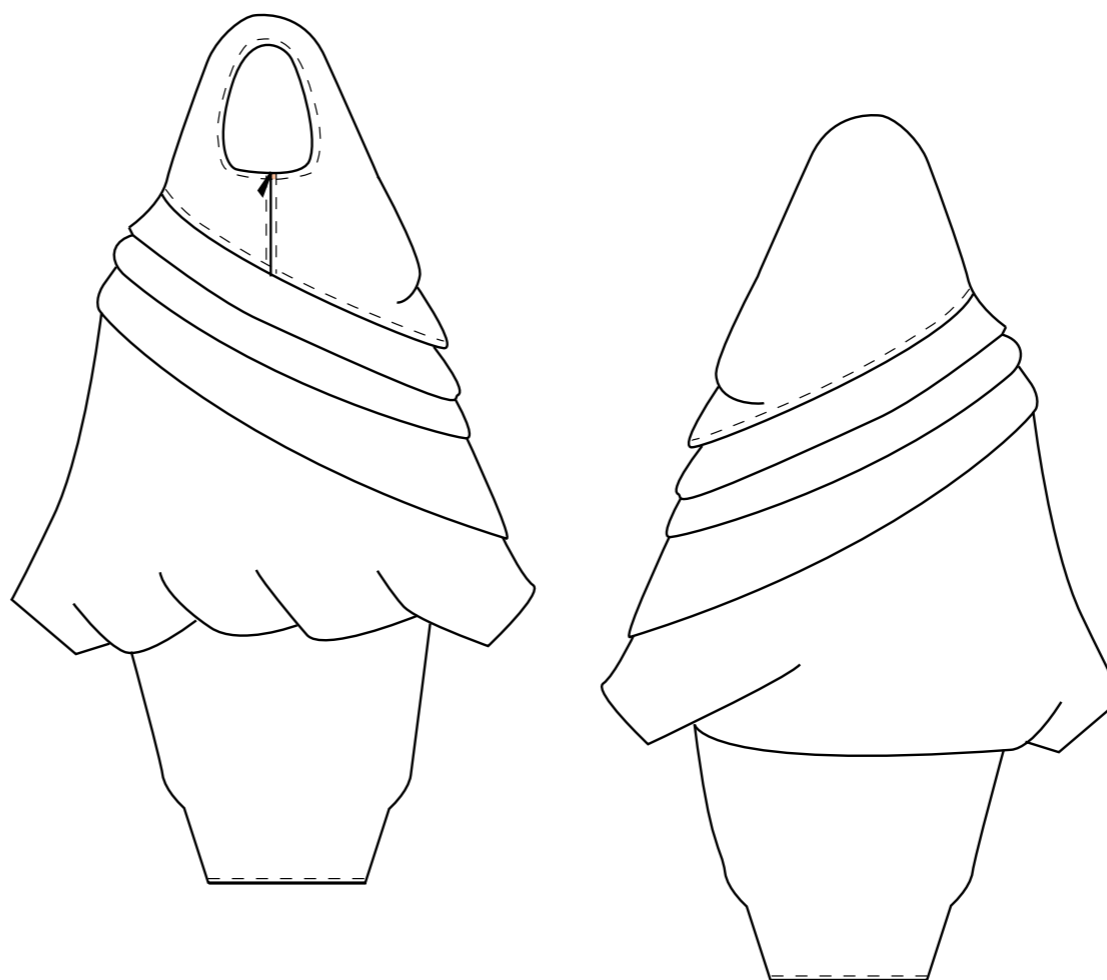
54







Quality 30  
100% CO



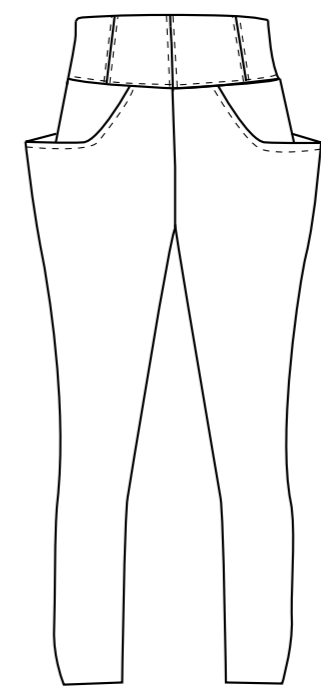
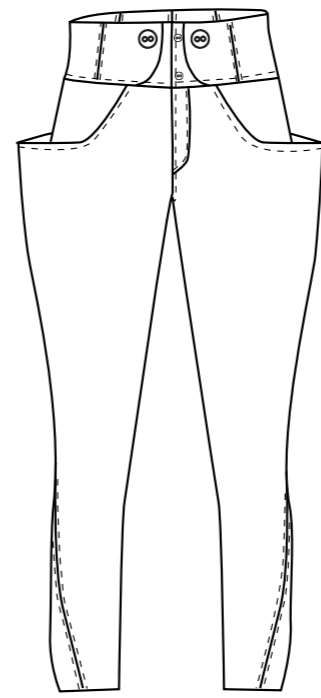




Quality 30  
100% CO



58



Quality 3  
75% WO  
25% SE

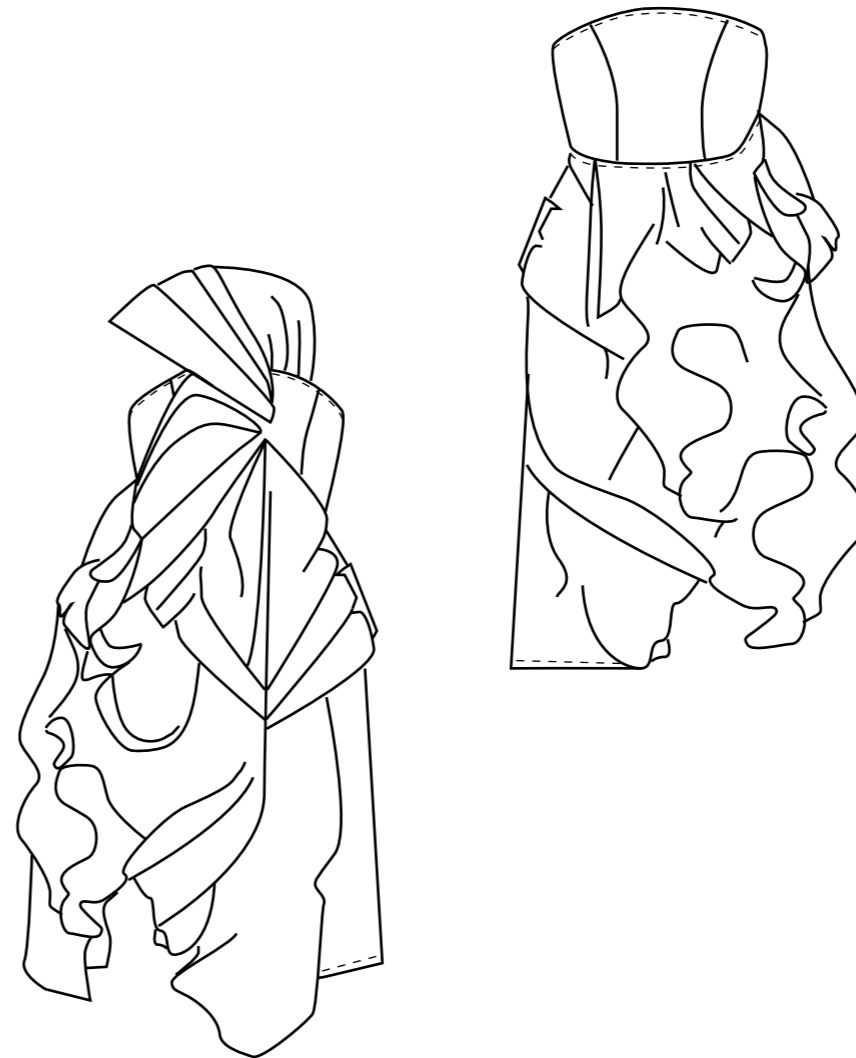
Quality 4  
100% SE

Quality 7  
100% SE

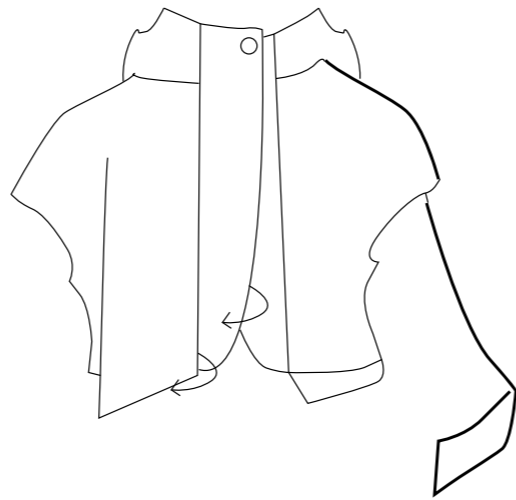
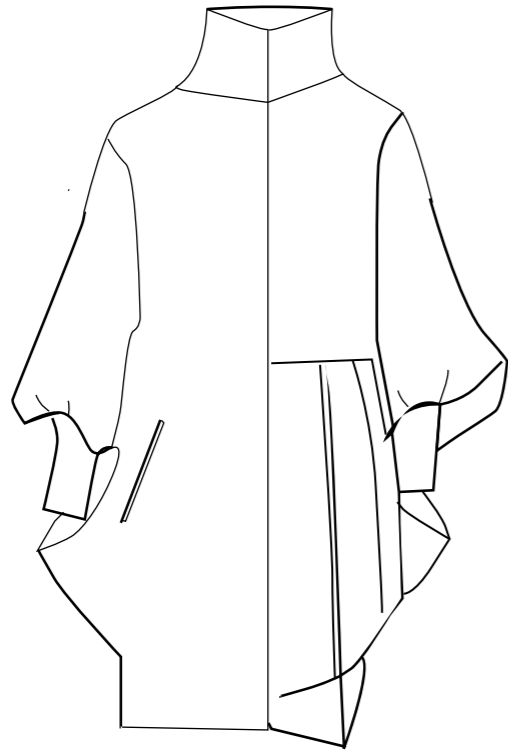
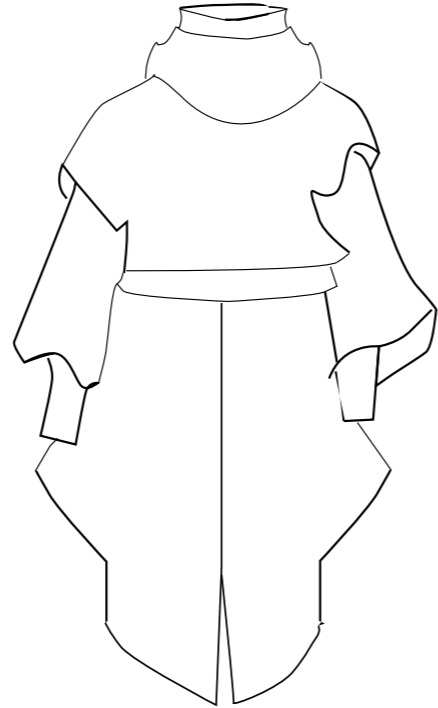
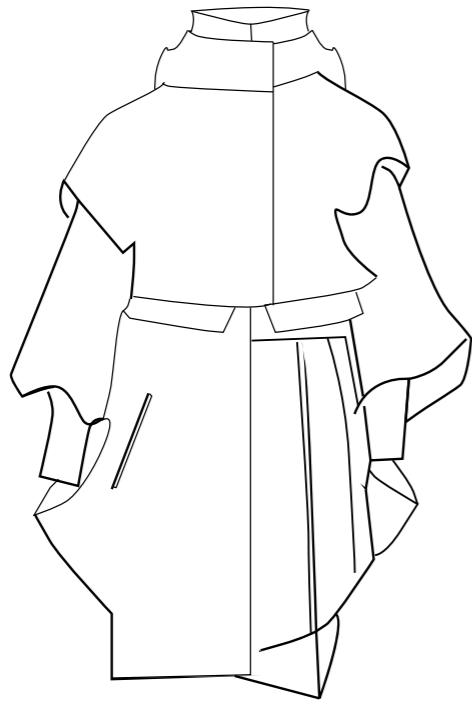
Quality 5  
100% SE

Quality 8  
100% SE

Quality 6  
100% SE







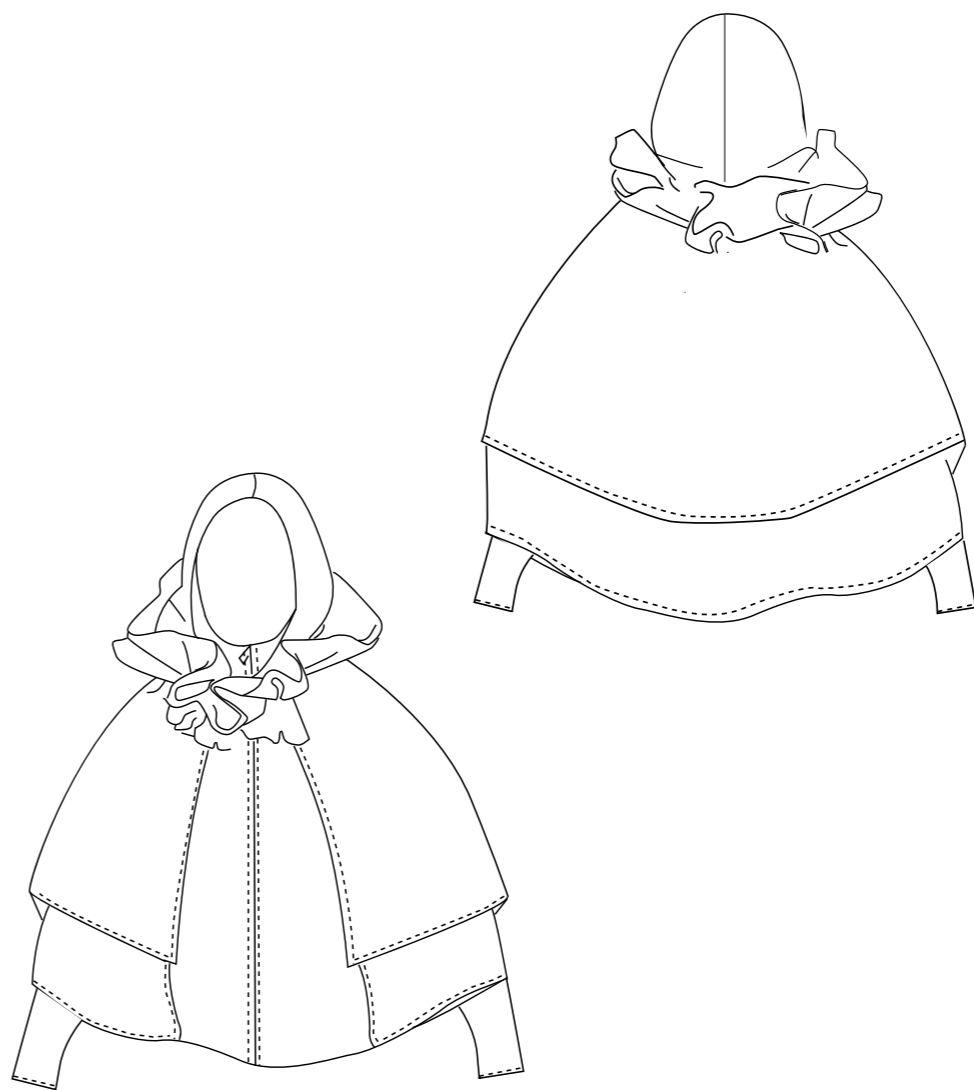
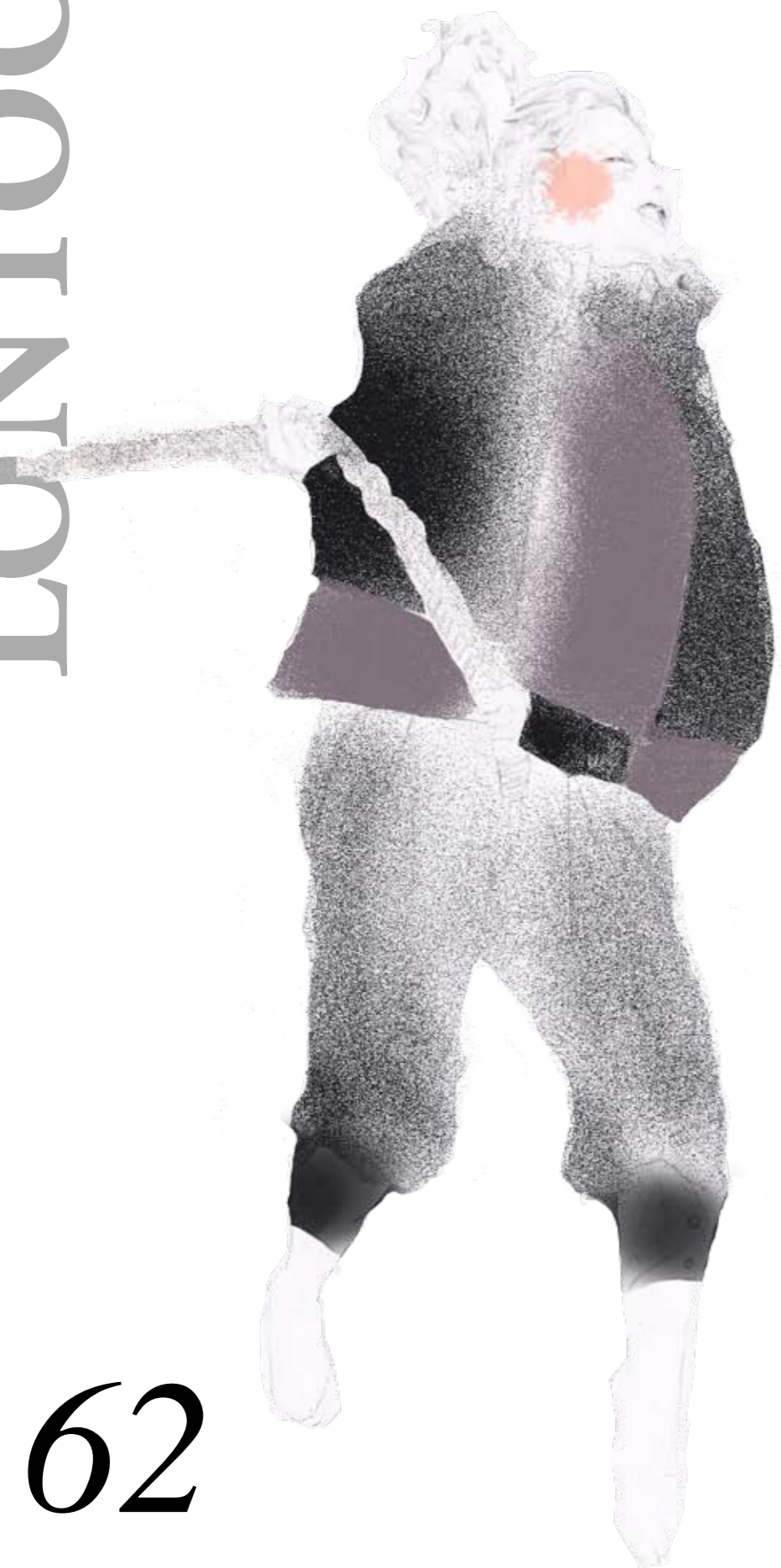
60

Quality 1  
5% VI  
15% PA  
70% WO

Quality 2  
75% WO  
25% PA



# LONTOO

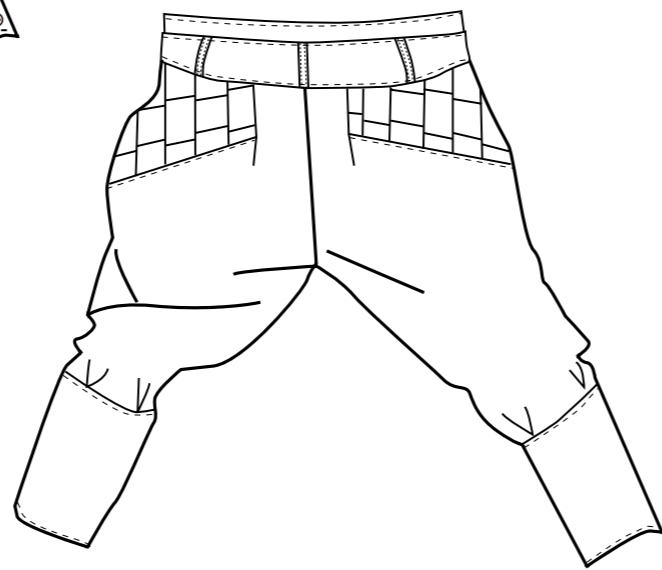
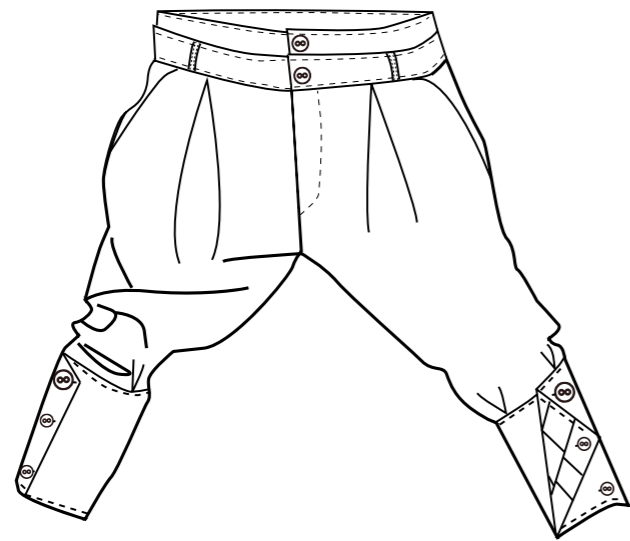


Quality 9  
20% WO  
40% SE  
40% PA

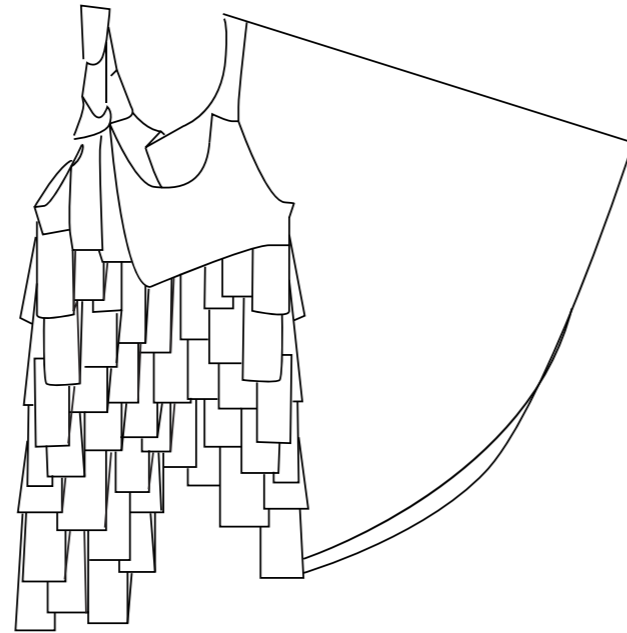
Quality 10  
50% WP  
50% WO

Quality 11  
95% CO  
4%EL  
!% WO

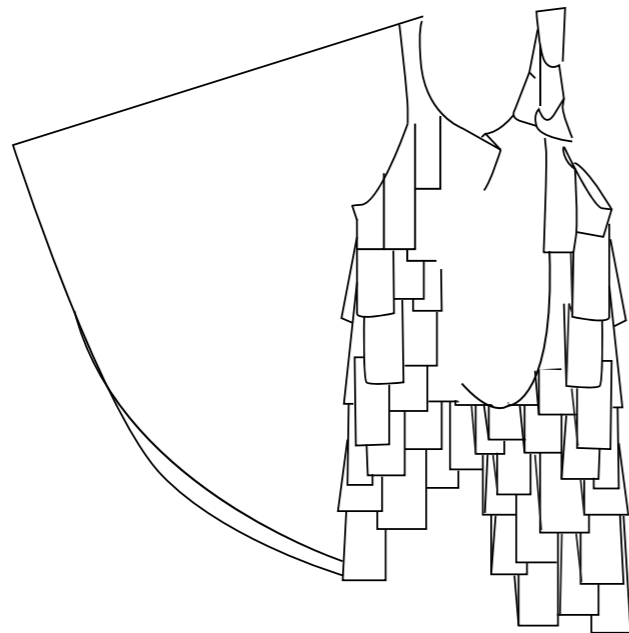




Quality 12  
100% WO



Quality 13  
100% SE



Quality 14  
100% SE

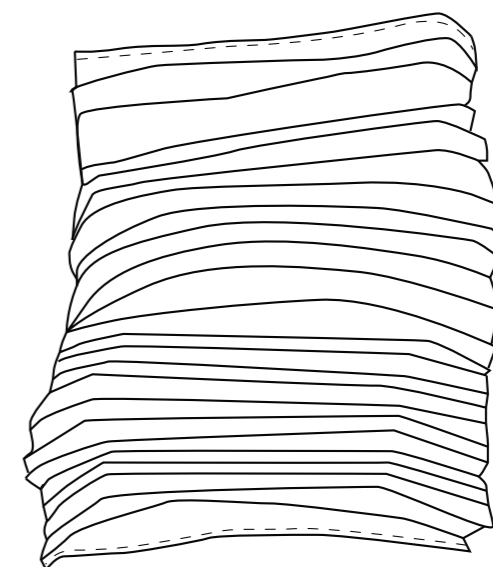
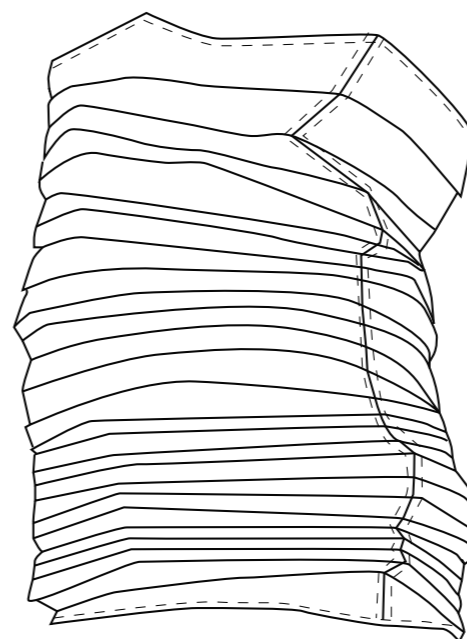
Quality 15  
59% CO  
37% PES  
4% EL

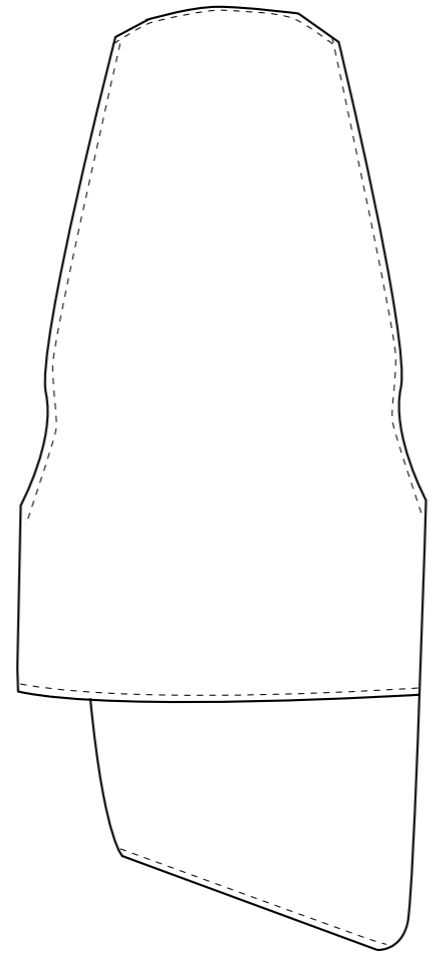
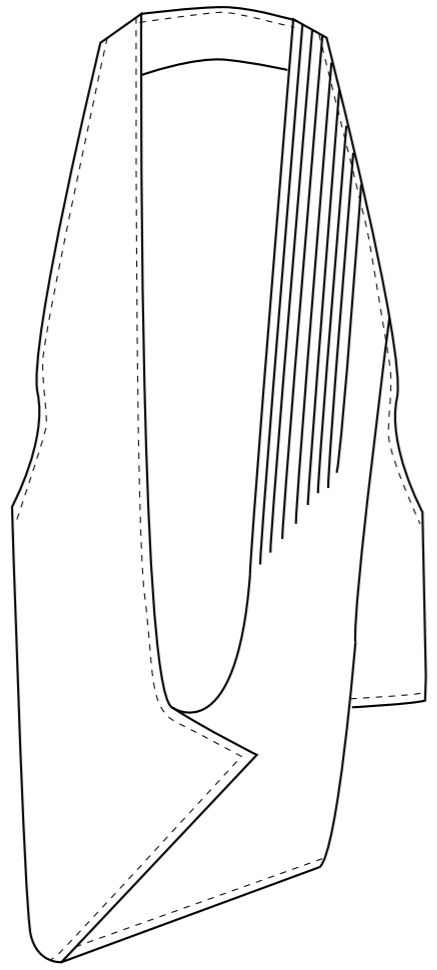






Quality 14  
100% SE





Quality 30  
100% CO

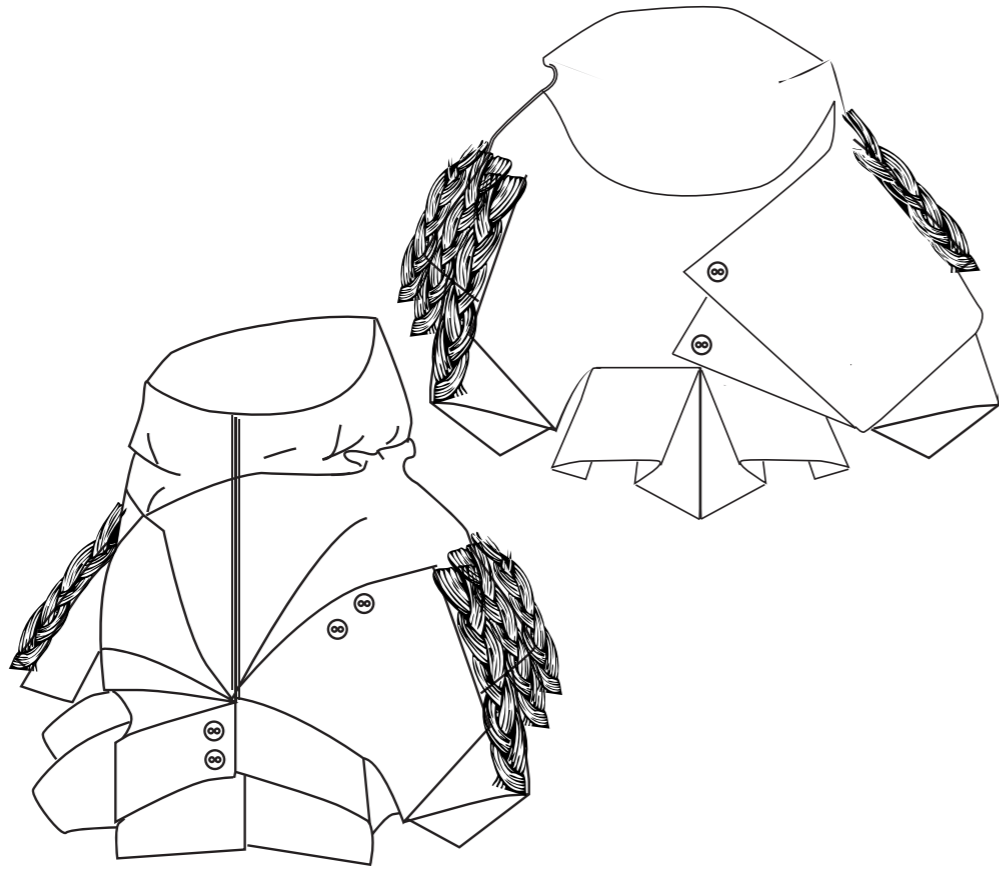
# REYKJAVÍK



68



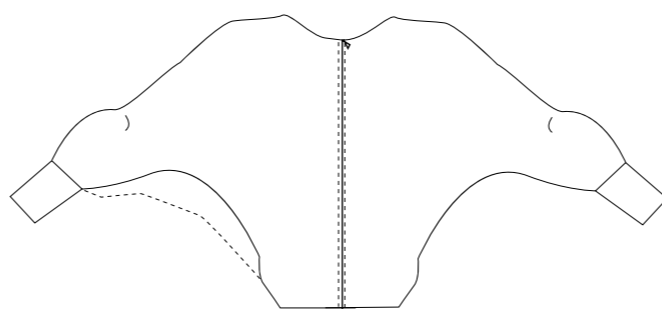
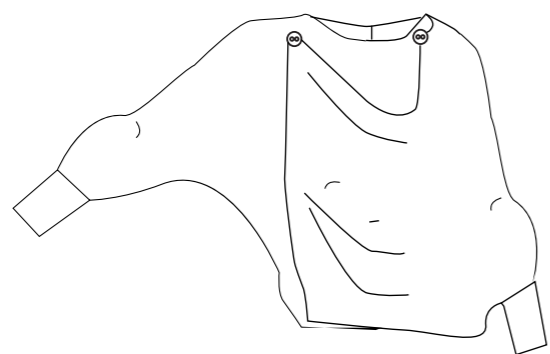
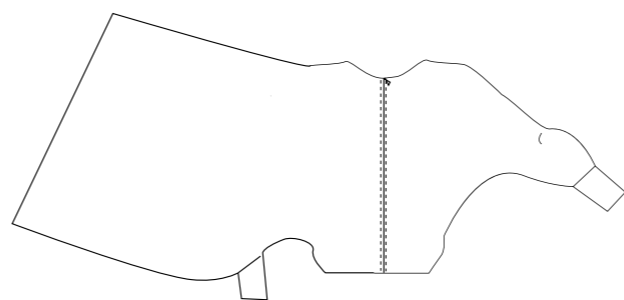
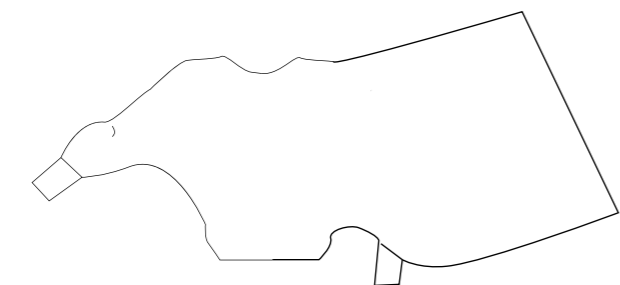




Quality 24  
80% WO  
20% PA

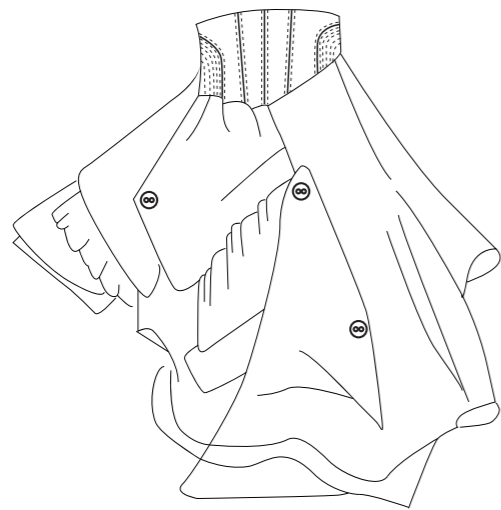
Quality 25  
60% WO  
26% PES  
8% PAN  
6% CO

Quality 26  
90% WO  
10% PA



Quality 27  
95% PA  
5% EL

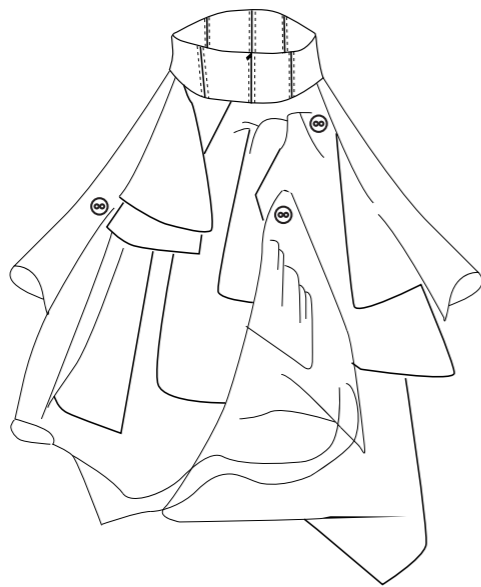




Quality 28  
100% SE

Quality 29  
100% WV

Quality 30  
100% CO



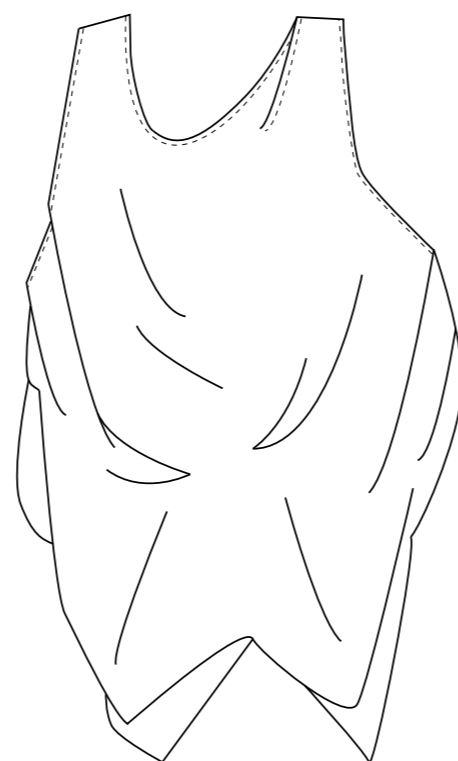
Quality 31  
100% CO

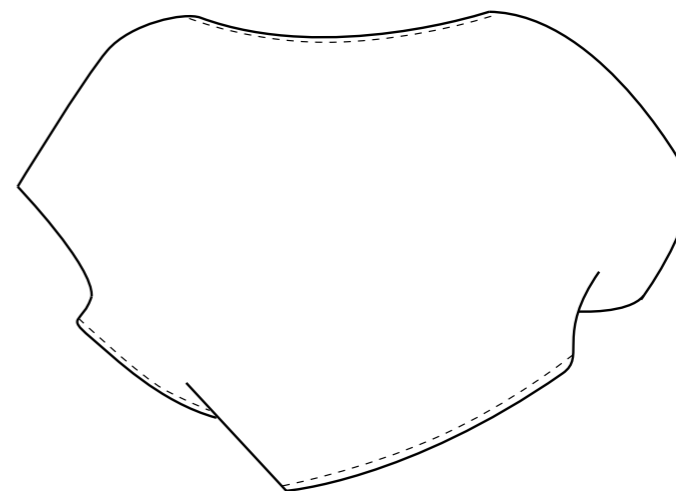
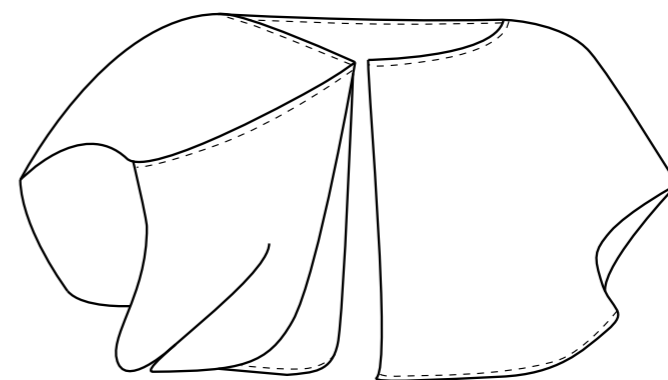






Quality 31  
100% CO







Quality 24  
80% WO  
20% PA

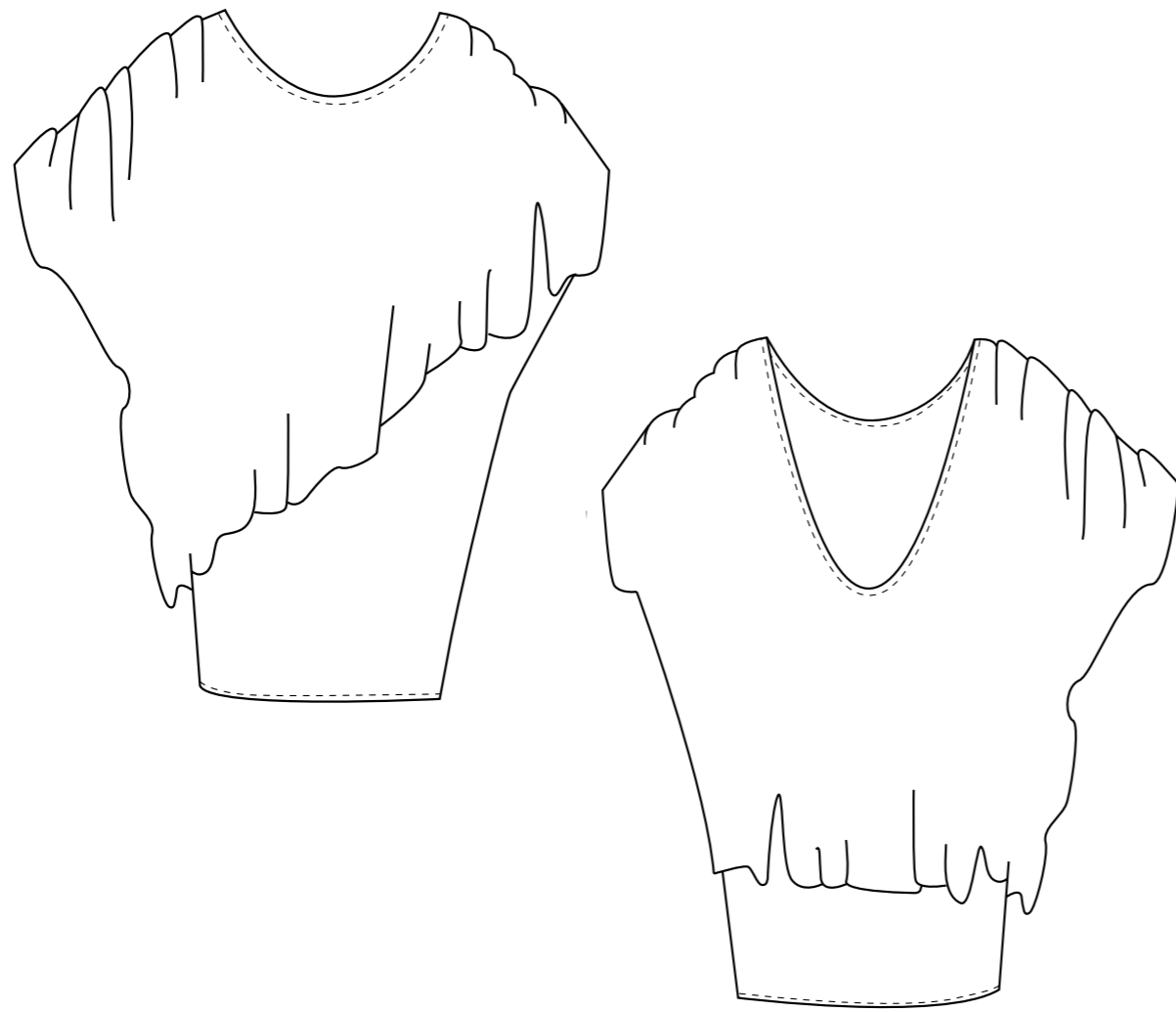
Quality 26  
90% WO  
10% PA



76



Quality 30  
100% CO

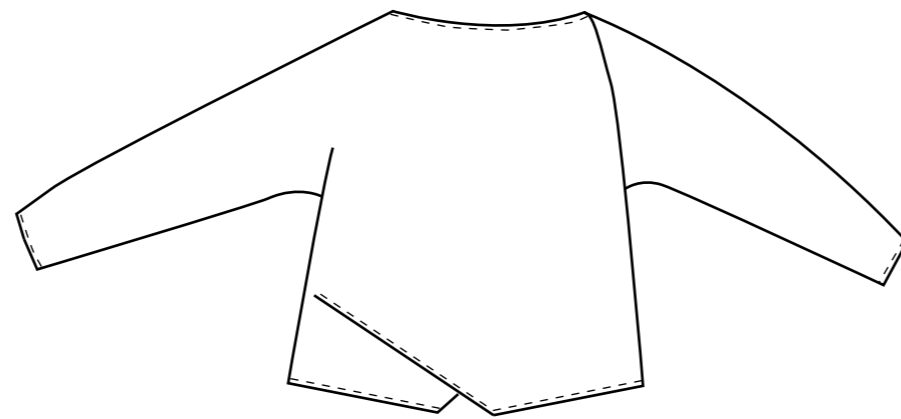
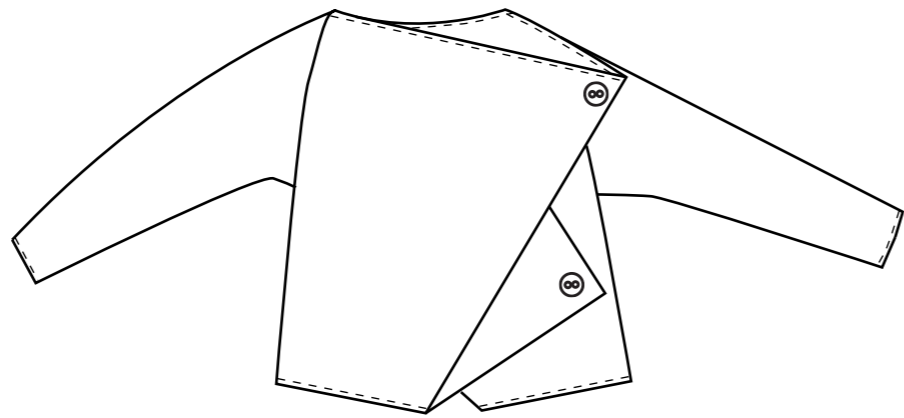




Quality 24  
80% WO  
20% PA

Quality 26  
90% WO  
10% PA







Valokuvaaja Neil Bradley























### Työn arviointi

Malliston ideapohjan valinta osui oikeaan, sillä nautin sen työstämisestä sillä sain työskennellä intohimonkohteeni, eli matkailuaiheen parissa. Materiaalivalinnat ja tuotteet onnistuivat täysin kuvitelmieni mukaisesti. En suostunut tekemään materiaalivalintojeni suhteen kompromisseja vaan halusin panostaa materiaalin laadukkuuteen. Tästä syystä malliston materiaalit tulivat maksamaan omaisuuden ja näin jälkempäin ajateltuna saattaisin toimia toisin budjettia ajatellen. Tuotteiden hiomiseen kului huomattavasti oletettua suurempi aika, sillä halusin lopputuloksen olevan itselleni täydellisen onnistunut. Tästä syystä portfolion lopulliseen muotoonsa saattaminen ja valokuvaus jäi melko viime metreille. Olisin myös halunnut keskittyä jo tässä vaiheessa enemmän oman design-kaupallisen yrityksen perustamiseen tehden liitteeksi vielä liiketoimintasuunnitelmat Lopputulokseen olen kuitenkin hyvin tyytyväinen. Empiirisessä osiossa teettämäni kyselyn vastauksista sain mielestäni kattavan pohjan tutkimalleni aihealueelle. Mallisto on hyvin runsas ja värikylläinen, kuten kaupungeista luomani mielikuvat.



### Lähteet

- Ben Jelloun, Tahar (2007) Lähtö. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä  
Forss, Anne-Mari (2007). Paikan estetiikka. Eletyn ja koetun paikan fenomenologiaa. Yliopistopaino kustannus, Helsinki.  
Kindersley, Dorling (1993). Kaupunkikirjat, Lontoo. Helsinki Media Company Oy, Helsinki  
Tani, S. (1999). Näkyvän taa, Helsinkiläistä kaupunkitutkimusta. Vammalan Kirjapaino Oy. s. 12-14  
Tani, S. (2000). Turistin katseita kaupunkiin. Edita, Helsinki.  
Tulinius, Torfi H. (1994). Sigurjónsson Sigurgeir. Islanti. Lämmin maa pohjoisessa. Forlagid Reykjavík.  
Urry, J. (2002). The Tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies. Sage, London. 2.painos. 183 s.  
WTO (2000). Tourism highlights (2000). World Tourism Organisation. Madrid.

### Kirjallisuus ja oheismateriaali:

- Magris, Claudio (1986). Tonava. WSOY  
Sund, Lars (1991). Colorado Avenue. WSOY  
[www.studyabroad.ku.edu](http://www.studyabroad.ku.edu)  
[www.arrowtours.ie](http://www.arrowtours.ie)  
[www.europebyair.com](http://www.europebyair.com)

### Liite 1

Kvalitatiivinen kyselytutkimus suomalaisille

### Liite 2

Kvalitatiivinen kyselytutkimus islantilaisille

### Kiitokset

Opinnäytetyön ohjaajat, Esa Lukala, Heikki Saros, Laura Saloheimo, Marjut Yli-Mäyry, Kia Koski, Tuija-Maija Piironen, Marja Lampainen, malliompelijat Sirkka Hölttä ja Terttu Meuronen, opponoiija Anna Lampinen, labelin suunnittelija Steinar Orri Hannesson, sisustusarkkitehtisuunnittelun opiskelija Maiju Koskela, Reykjavík asukokonaisuuden toteutus, Heidi Eklund, huovutukset Elisa Koivisto, kyselyyn vastanneet, valokuvaaja Neil Bradley, mallit Annamari Elsilä, Veera Virtanen ja Maiju Koskela, maskeeraaja Krista Mäenpää (International Maker Academy Helsinki)



Yhteystiedot  
Maria Maattola  
maatmari@gmail.com  
+358 44 5450337



Kvalitatiivinen kyselytutkimus suomalaisille

Seuraavassa kyselyssä olen ottanut huomioon ainoastaan sellaiset vastaajat, jotka eivät ole vierailleet kohteessa aiemmin.

## Kyselytutkimus

### Hyvä vastaaja

Opiskelen Lahden ammattikorkeakoulussa, muotoiluinstituutissa. Teen opinnäytetyöni matkaiheisesta design-kaupallisesta mallistosta, jossa tutkin ihmisten mielikuvia eri kulttuureista. Tämä on työn empiirinen osio, jonka suoritan tämän kyselylomakkeen vastausten perusteella. Kyselyyn vastaaminen on vapaaehtoista ja vastaukset käsitellään täysin luottamuksellisesti. Vastauksenne ovat erittäin tärkeitä työni kannalta. Viimeinen vastauspäivä on 6.3.2008.

Kiitos osallistumisestanne!

### Esitiedot

Ikä:

Sukupuoli:

Syntymäpaikka:

Tämänhetkinen asuinpaikka:

### Kysymykset

1. Oletko vierailut Islannissa?

2. Mitä mielikuvia Islanti ensimmäisenä sinussa herättää?

3. Alleviivaa seuraavista ilmauksista viisi sellaista, jotka mielestäsi eniten kuvaavat Islantia;  
Kylmyys Kuumien lähteiden maa Maahiset Korkeakulttuuri Jääkarhut  
Iglut Pingviinit Kalatalous Hevoset Nuuk  
Eskimot Reykjavík Puuttomuus Trenditietoisuus Björk  
Kallis

4. Onko Islanti mielestäsi vartenotettava matkailukohde? Jos kyllä, niin miksi? Ja jos ei, niin perustele vastauksesi.

5. Mihin edellä olevat käsityksesi ja oletuksesi perustuvat?

6. Kuinka paljon media (lehdet, televisio, elokuvat, matkatoimistojen ilmoittelu ym.) ovat vaikuttaneet käsityksiisi Islannista ja sen kulttuurista?

7. Herättääkö islantilainen muoti sinussa mielikuvia, jos, niin millaisia?

8. Mitä värejä, muotoja ja materiaaleja sinulle ensimmäisenä tulee mieleen Islannista?

Jos sinulla on jotain kysyttävää lomakkeen täyttämiseen liittyen, voit ottaa yhteyttä:

Maria Matintytär Maattola  
Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilunstituutti  
maatmari@lpt.fi

Kvalitatiivinen kyselytutkimus  
islantilaisille

Grey Steel Lapland Helsinki Nokia high-class Europe  
Stockholm Soviet Union Four seasons Alvar Aalto Jean Sibelius republic  
independency  
King out-going

4. Is Finland the kind of country that you consider as one of your options to visit as a holiday trip? If yes, then why? If no, justify your answer.

5. In which are your ideas and assumptions ahead based on?

6. How much has media(magazines, television, movies, travel agencies advertising etc.)had an affect to your ideas of Finland and its culture?

7. Does finnish fashion design bring any images? If yes, then what kind of?

8. Which kind of colours, shapes and materials are the first that appears to you when you think of Finland?

If you have something to ask considering of filling this questionnaire, do not hesitate to ask, please contact:

Maria Matintytär Maattola  
Lahden ammattikorkeakoulu  
Muotoilunstituutti  
maatmari@lpt.fi

## Questionnaire

Dear respondent.

I am studying in Lahti University of Applied Sciences, Institute of Design. I am doing my thesis by travel based, design industrial collection in which I am exploring different kind of images that people have of different cultures. This is the empirical part of the study which I am performing based on results of this questionnaire. The answering for the questions is voluntary and the answers are dealed with completely confidential. Your answers are very important for my study to succeed. The last day of answering is 6.3.

Thank you for your participation!

### Background information

1. Age
2. Sex
3. Place of birth
4. Recent place of residence

### Questions

1. Have you visited in Finland?
2. Which images does Finland create in your opinion?
3. Under line five of the following expressions which mostly describe Finland:





Quality 27  
95% PA  
5% EL

Quality 29  
100% WV

Quality 28  
100% SE

Quality 30  
100% CO

Quality 31  
100% CO