

Opinnäytetyö 2019

Visuaalisen ilmeen konseptointi

DermatoClinic Oy:lle

Pirjo Ryhänen

Savonia-ammattikorkeakoulu

Muotoilun koulutusohjelma



Savonia-AMK

Koulutusala

Kulttuuriala

Koulutusohjelma/Tutkinto-ohjelma

Muotoilun koulutusohjelma

Työn tekijä

Pirjo Ryhänen

Työn nimi

Visuaalisen ilmeen konseptointi DermatoClinic Oy:lle

Päiväys 17.1.2019

Sivumäärä 55

Ohjaaja Jarmo Ruokonen

Opinnäytetyö

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyö on kvalitatiivinen menetelmältään, ja siinä testataan, kuinka Sofia Fagerlundin opinnäytetyössään kehittänyt työkalu toimii sisustussuunnittelijan apuna.

Opinnäytetyössä keskitytään lääkäriaseman aulatilojen visuaaliseen ilmeeseen. Opinnäytetyö perustuu suulliseen kyselytutkimukseen, jossa selvitetään toimeksiantajan potentiaalisen asiakasryhmän arvomaailmaa ja toiveet konseptin visuaaliselle ilmeelle.

Kyselyssä otetaan huomioon asiakkaan ikä, sukupuoli ja koulutustausta perustuen siihen, että tietyn ikäiset sekä tietyn tulotason omaavat henkilöt käyttävät yksityisiä lääkäripalveluja enemmän kuin alemman tulotason omaavat henkilöt.

Opinnäytetyössä käsitellään myös Martti Puohiniemen arvoteorioita suomalaisista ja tehdään niihin perustuvia kuvakollaaseja opinnäytetyössä käsiteltävistä asiakasryhmistä.

Tavoitteena oli suunnitella julkisen tilan vaatimukset täyttävä erikoislääkäriasemalle suunnattu sisustuskonsepti. Ajatuksena oli, että tätä samaa suunnittelutyökalua voitaisiin jatkossa soveltaa mahdollisesti myös muihinkin suunniteltaviin kohteisiin samoin periaattein.

AVAINSANAT

Sisustussuunnittelu, sisustuskonsepti, lääkäriasema, arvoteoria, aula

Savonia University of Applied Sciences

Field of study

Bachelor of Culture and Arts

Degree programme

Degree programme in Design,

Interior Architecture and Furniture Design

Author

Pirjo Ryhänen

Title of thesis

Conceptualization of a Visual Look for DermatoClinic Oy Ltd

Number of pages

55

Date

17.1.2019

Supervisor

Jarmo Ruokonen

Thesis

ABSTRACT

This thesis is a qualitative study that is based on testing how the tool developed by Sofia Fagerlund in her thesis works as a tool in interior designing.

In this thesis, the visual outlook is focused on. This work is based on a questionnaire study which mapped the values of the client's potential target group and the wishes regarding the visual outlook of the concept.

In the questionnaire, the age, gender and educational level of the patients are taken into consideration, assuming that patients of certain ages and income levels use medical services more than younger patients with lower income level.

In this thesis, Martti Puuhiniemi's value theories about Finns are also dealt with, and value collages based on them are made.

The purpose was to design an interior design concept for a specialist medical centre that fulfils the requirements set for a public space. The idea behind this was that the same design tool could be used in other similar projects in the future.

KEYWORDS

Interiordesign, concept, dermatologicalstation, valuetheory, lobby

SISÄLLYS			
1 Johdanto	5		
2 DermatoClinic Oy:n sisustuskonseptin tarkoitus ja tavoitteet	5		
3 Julkinen tila	7		
3.1 Julkisen tilan suunnittelu	7		
3.2 Aula ja vastaanottotila	7		
3.3 Odotusaula	8		
4 Tunnelman luominen	8		
4.1 Värit	8		
4.2 Valaistus	10		
4.3 Kalusteet	11		
4.4 Materiaalit	12		
5 Arvot ja arvoteoriat	13		
5.1 Arvo ja merkityssisällöt Puohiniemen mukaan	14		
5.2 Puohiniemen arvotypologia suomalaisista	15		
5.2.1 Itseohjautuva universalisti	16		
5.2.2 Itsenäinen	16		
		5.2.3 Individualistinen hedonisti	16
		5.2.4 Kollektiivinen hedonisti	16
		5.2.5 Egoisti	17
		5.2.6 Turvallisuusmielinen	17
		5.2.7 Turvallisuutta arvostava universalisti	17
		5.2.8 Hyväntahtoinen kollektiivinen	17
		5.2.9.Opportunisti	18
		6 Kysely	18
		6.1 Kyselyn tulokset	28
		6.2 Miten kyselyyn osallistuneet henkilöt eroavat toisistaan	30
		7 Kohde ja suunnitteluprosessi	38
		7.1. Konsepti Individualistiselle hedonistille	40
		7.2 Konsepti kollektiiviselle hedonistille	47
		8 Pohdinta	53
		LÄHTEET	54
		Kuvaluettelo	55

1 Johdanto

Opinnäytetyöni sai alkunsa kuopiolaisen erikoislääkäripalveluja tarjoavan yhtiön kanssa sovitusta sisustussuunnitteluprojektista, joka myöhemmin muotoutui opinnäytetyöksi.

Opinnäytetyö on sisustuskonseptina tehtävä testaus, jossa testataan, kuinka arvotutkija Martti Puohiniemen tutkimus suomalaisten arvoista palvelee minua suunnittelijana, sekä työn tilaajaa ja loppukäyttäjää. Työn tilaaja on kuopiolainen ihotautilääkäripalveluja tarjoava erikoislääkäriasema DermatoClinic Oy, joka on perustamassa omia tiloja Kuopioon.

Tietoperustassa teen mielikuvakartat kaikille yhdeksälle arvoprofiilille, ja käytän hyväkseni opinnäytetyönään muotoilija Sofia Fagerlundin kehittämää työkalua. Lisäksi toteutin suullisen haastattelun toimeksiantajani mahdollisille asiakkaille, jotka edustavat jo sitä ikäluokkaa ja ryhmää, joilla todennäköisesti alkaa olla jo mahdollisia ikävuosien mukanaan tuomia muutoksia ihossa.

Tarkoituksena ei ole luoda kaikkea visuaaliseen ilmeeseen liittyvää, kuten logoa, käyntikortteja tai internetsivuja, vaan keskitytään ainoastaan aula-, odotus- ja vastaanottotilojen visuaaliseen ilmeeseen. Visuaalisen ilmeen skaala on niin laaja, että kaikkea tietomäärää on mielestäni mahdotonta käsitellä tässä opinnäytetyössä.

2 DermatoClinic Oy:n sisustuskonseptin tarkoitus ja tavoitteet

Tavoitteena on luoda muotoilija Sofia Fagerlundin luoman työkalun avulla nykyaikainen ja viihtyisä tilakonsepti, joka vastaa sekä toimeksiantajan että heidän asiakkaidensakin tarpeita. Samalla testaan, kuinka tämä työkalu toimii. Konseptin pohjana käytän toimeksiantajaltani saamia tietoja tilasta ja sen sijainnista. Suunnitelmassa tulee esiin tilan värit ja muodot visualisointeineen. Kalusteiden tarkempaan yksilöintiin ei tässä vaiheessa syvennyttä.

Konseptisuunnittelussa keskitytään vain aula- odotus- ja vastaanottotiloihin. Muihin tiloihin ei vielä tässä vaiheessa kiinnitetä huomiota, koska niihin liittyy tiettyjä lainalaisuuksia. Julkista terveydenhuoltoa sekä yksityisten toimijoiden palveluja valvoo ja ohjaa aluehallintovirasto AVI.

Sisustuskonsepti tähtää sekä toimeksiantajan henkilökunnan että hänen asiakkaidensa viihtyvyyteen. Konseptista halutaan luoda viihtyisä tämän päivän tarpeita ja normeja huomioiva kokonaisuus.

Työn tavoitteena on luoda tila, joka toivottaa asiakkaansa tervetulleeksi ja että tilassa olisi myös miellyttävää työskennellä. Lisäksi tavoitteena on luoda mieleen jäävä tila visuaalisine ilmeineen, joka erottuu edukseen muista kilpailijoista. Konseptin visuaalinen ilme tulee etenemään jatkossa työn edetessä jatkumona myös muihin tiloihin. Lisäksi tavoitteena on kehittyä myös itse ammatillisesti suunnittelijana, sekä nopeuttaa ja helpottaa omaa työskentelyäni sekä yhteistyötä asiakaani kanssa.

Työn tarkoitus on testata, kuinka suunnittelijan työ helpottuu ja lopputulos paranee muotoilija Sofia Fagerlundin kehittämällä työkalulla. Työkalun avulla kerrotaan sekä kuvin että sanoin tietyille arvotyypeille ominaiset suunnittelutyössä hyödynnettävät pääpiirteet.

Työ sai alkunsa, kun sain tehtäväkseni suunnitella toimeksiantajayritykselle konseptisuunnitelman ja ajattelin samalla testata mielikuvakarttoja suunnittelun apuna. Mielikuvakarttojen tai tyyli- ja väri-tyylinäytteiden kuvaosuu kertoo pelkällä vilkaisulla suunnittelijalle arvotyypeille tyypillisiä seikkoja, jolloin arvomaailmoja on myös helpompi mieltää.

Työssä tehdään jokaiselle yhdeksälle Puohiniemen esittämälle arvomaailmalle mielikuvakartat, joista valitaan suullisen kyselyn perusteella kaksi voimakkaimmin esille tulevaa arvomaailmaa ja niitä esittäviä mielikuvakarttoja. Näiden kahden mielikuvakartan pohjalta luon kumpaakin tyyli- ja väri-tyylinäytettä edustavat tilakonseptit. Tässä työssä konseptilla tarkoitetaan suuntaa antavaa luonnosta tilasta, jossa ei vielä tässä vaiheessa syvennyttä tarkempiin yksityiskohtiin kuten materiaaleihin tai kalusteisiin.

DermatoClinic Oy toimii tällä hetkellä Ylä-Savossa Iisalmissa sekä Etelä-Savossa Varkaudessa aluesairaaloiden tiloissa. Yhtiöllä on lähitulevaisuudessa tarkoitus laajentaa toimintaa Kuopioon omiin tiloihin. Yhtiön toimialana on ihotautipalvelujen myynti sekä kunnallisille että yksityisille terveyden- ja sairaanhoitoyksiköille sekä klinisiin tutkimuksiin ja lääketutkimuksiin.

Toimialaan sisältyvät ihotautien, sukupuolitautilien ja allergologian sekä muiden erikoisalojen lääkäri- ja hoitajapalvelut, hoitopalvelut ja diagnostiset palvelut. Lisäksi yhtiön toimialaan kuuluvat ihotautien asiantuntija- ja koulutuspalvelut, ihotautien hoitoon liittyvien laitteiden, hoitovälineiden maahantuonti, myynti, vienti ja vuokraustoiminta. Yhtiön palveluksessa on tällä hetkellä kaksi henkilöä. (Kaupparekisteri)

Suunnittelukohde sijaitsee Kauppakeskus Aapelissa, joka sijaitsee Kuopion keskustassa, torin ja perinteisen kauppahallin äärellä helppokulkuisten kävelykatujen keskellä. Lääkäriasemalle saapuminen on helppoa autollakin talon oman parkkihallin sekä toripysäköinnin ansiosta.

Tilojen kokonaispinta-ala on noin 350 m² (kuva 30, 8.). Tiloihin sijoitetaan toimisto, hoituhuone, toimenpidehuone, välinevarasto, välinehuoltotilat, henkilökunnan sosiaalitulat, henkilökunnan taukotila, kolme vastaanottohuonetta, asiakas-WC: t sekä vastaanotto- ja odotustilat.

3 Julkinen tila

Suunnittelun kannalta on hyvin olennaista selvittää lääkäriasemalle huomioon otettavat seikat. Sekä odotustilan että aulatilojen suunnittelussa on huomioitava lääkäriasemalle oleellisia seikkoja, kuten huonekalujen ja materiaalien hygieenisuus ja hoidettavuus.

3.1 Julkisen tilan suunnittelu

Tiloja suunniteltaessa haasteena on ottaa tilan kaikki käyttäjäryhmät ja heidän tarpeensa huomioon. Suunnittelulla voidaan auttaa tilan eri ongelmakohtien vähentämisessä, ja viestiä asiakkaalle yrittäjän haluamaa viestiä. (Hartikainen 2014,27.)

Hyvin suunnitellulla tilalla voidaan viestiä, että asiakas on tervetullut, sekä luoda viihtyisyyttä ja parantaa myös henkilökunnan työskentely-ympäristöä. Nykyään yrityksen visuaalinen ilme on yhtä merkittävässä asemassa kuin esim. yrityksen logo, koska sillä viestitetään asiakkaille yrityksestä itsestään. (Hartikainen 2014, 32.)

Lääkäriaseman tiloja suunniteltaessa on otettava huomioon materiaalien helppo puhdistettavuus, paloturvallisuus, käyttömukavuus sekä värivalinnoissa esteettömyys (Grönfors 2014, 7).

3.2 Aula ja vastaanottotilat

Aula, odotus- ja vastaanottotilat ovat sisään tultaessa yleensä ensimmäinen asiakkaan saama visuaalinen havainto yrityksestä. Sisääntulon on annettava tilasta ensivaikutelma, mikä kuvastaa yrityksen imagoa, palvelua ja toimintaa. Sanotaankin, että ensivaikutelman voi antaa vain yhden kerran, ja yleensä sisään tultaessa saadaan vaikutelma ammattitaidosta ja menestyvästä yrityksestä.

Aulat ovat ruuhkaisia tiloja, joissa liikkuu yleensä samalla kertaa useampi ihminen. Tiloja suunniteltaessa on otettava huomioon ihmisten yhtäaikainen liikkuminen. Tilasuunnittelussa on otettava huomioon työntekijöiden ja asiakkaiden lisäksi erityisasiakasryhmät, kuten pyörätuolipotilaat, näkö- ja kuulovammaiset, vanhukset ja lapset. Edellä mainittujen lisäksi tilaa tulevat käyttämään myös potilaiden läheiset, siistijät ja muut henkilökuntaan kuuluvat henkilöt. (Hartikainen 2014,27.)

Vastaanottotiskin on sijaittava aulassa niin, että henkilökunnalla olisi mahdollisimman hyvä näkyvyys aulan muihin tiloihin. Tiskin tulisi sijaita niin, että se on helppo havaita aulasta ja että se olisi odotusaulan lähetyvillä valvonnan helpottamiseksi. Aulassa pitää olla myös naulakot, joissa huomioidaan eri käyttäjäryhmät. Naulakoiden lähetyvillä on hyvä olla myös istuimia, alaslaskutasoja sekä mahdollisesti myös peilejä. (RT 91-10788, 8 – 9.)

3.3 Odotusaula

Odotusaula on tila, jossa odotetaan seuraavaan paikkaan pääsyä. Yleensäkin odotusaulassa oleskellaan muutamasta minuutista puoleen tuntiin. Lääkäriasemalla potilaan odottamiseen voi vaikuttaa tämän saapuminen liian aikaisin tai edellisen potilaan hoidon viivästyminen. (Grönfors 2014, 7.) Tilassa vietetään yleensä aikaa joko yksikseen tai läheisen kanssa, eikä vuorovaikutusta juurikaan ole muiden potilaiden tai henkilökunnan kanssa.

Lääkäriaseman odotusaulassa voidaan tarvita erilaisia virikkeitä, sillä odotuksesta johtuva jännite vaatii rauhoittavaa tunnelmaa ympärilleen. Tilalta vaaditaan visuaalisesti ilmeikästä ja toimivaa kokonaisuutta sekä selkeyttä, joka muodostaa potilaalle kuvan tilan toiminnasta ja luonteesta. Tällä voidaan luoda potilaalle miellyttävä kokemus yrityksestä sekä luoda luottamus pätevydestä.

4 Tunnelman luominen

Lääkäriaseman visuaalista ilmettä suunniteltaessa tilaan tulee pyrkiä luomaan tunnelma, joka lievittää erilaisia jännitystiloja, rauhoittaa potilaan mieltä ja mahdollisesti myös vähentää pelkoa. Tunnelmaan voidaan vaikuttaa esim. valaistuksella, materiaaleilla, kalusteilla ja väreillä.

4.1 Värit

Väreillä on moninaisia vaikutuksia. Huolellisesti suunnitellussa ympäristössä voimme värien avulla saada haluttuja vaikutuksia ilman, että tilaa käyttävät henkilöt edes tietoisesti huomaavat värejä. (Hartikainen 2014, 28 – 29.)

Värien suunnittelussa on otettava huomioon tilassa tapahtuva toiminnan luonne, kesto, toistuvuus, valon määrä, laatu ja tarve, sekä tilan käyttäjät ja heidän liikkumisensa tilassa. On hyvä ottaa myös huomioon mahdollisten varoitusmerkkien ja opasteiden värillisyyden ja näkyvyys. (Rihlma 1990, 18.)

Värien avulla voimme vaikuttaa ihmisiin niin fyysisesti kuin psyykkisestikin. Samalla luomme erityyppisiä mielikuvia. Positiivisen kokemuksen aikaansaamiseksi tilassa tarvitsemme kohtuullista värin määrää ja värikylläisyyttä, joissa jokin väri on hallitsevampi ja muut värit toimivat sen korostajina. Vaaleiden sävyjen avulla pystymme laajentamaan tilaa, kun taas tummemmat värisävyt pienentävät tilaa. (Rihlama 1993, 13 – 16.) Esimerkiksi tumma katto voi tuntua raskaalta ja matalalta verrattuna vaaleampaan, joka kohottaa ja antaa ilmavuutta tilaan. (Rihlama 1993,35.)

Värien psykologiasta puhuminen tarkoittaa tunteista puhumista. Värit ovat kieltä, joka kykenee herättämään nautintoa, onnellisuutta, levottomuutta ja energiaa.

Värit ovat enemmän kuin pelkkää markkinointia. Värit ovat juurtuneet henkilökohtaisiin kokemuksiin lapsuudessamme ja symboliikassa, mitä tiede ja psykologia ovat pyrkineet selvittämään. Heller,(2004.)

*”Värit vaikuttavat suoraan sieluun. Värit ovat kuin kosketinsoitin,
silmit ovat iskureita, ja sielu on piano useilla kielillä. Artisti on käsi,
joka soittaa koskettaen yhtä tai toista kosketinta
tarkoituksenmukaisesti saaden aikaan värähdyksiä sielussa.”*

-Wassily Kandinsky-

4.2 Valaistus

Valaistuksen vaikutus terveyteemme on merkittävää, joten olisi tärkeää kiinnittää suunnittelussa huomiota niin valon laatuun kuin määräänkin. Tarpeemme keinovalolle kasvaa yleensä pimeinä vuodenaikoina, jolloin tarvitsemme sopivan kirkasta valoa kohottaaksemme vireystilaamme. Tänä päivänä on jo kehitelty kirkasvalolaitteita, joilla voimme luoda luonnonvalonkaltaista valaistusta. Valon suuntaamisella on myös merkitystä, joten miellyttävän valaistuksen aikaansaamiseksi on otettava huomioon mahdolliset häikäisevät tekijät. (Rihlana 1993, 19 – 21, 55.)

Suunniteltaessa valaistusta on otettava huomioon myös Aulatiloissa valaistuksen terveysvaikutukset kohdistuvat lähinnä henkilökuntaan. Valaistuksen positiivinen vaikutus henkilökuntaan vaikuttaa myös asiakaspalveluun ja sitä kautta asiakaskokemukseen. (Hartikainen 2014, 6.)

Valaistuksen väriämpötila olisi hyvä huomioitava suunnittelussa joka ilmoitetaan Kelvineinä, jotta värit toistuisivat todellisina. Päivänvalo on noin 5500 Kelviniä, ja sen korkeammilla arvoilla valo alkaa sinertämään ja alemmilla arvoilla muuttumaan keltaiseksi. (Rihlana 1999, 9.) Valo antaa esineille ja pinnoille värin. Valon heijastuminen tarkasteltavasta pinnasta tekee siitä näkyvän, kolmiulotteisen ja värillisen. (Verhe 1996, 39.)

4.3 Kalusteet

Kun kalustetaan julkista tilaa, pitää kiinnittää huomio siihen, millaiseen käyttötarkoitukseen kalusteet tulevat. Huonekalujen pitää ehdottomasti täyttää kuluttajaturvallisuuslainsäädännön turvallisuusvaatimukset. Kalusteiden pitää olla kestäviä, eettisiä ja mahdollisuuksien mukaan muunneltavissa eri käyttötarkoituksiin. Pintamateriaalien pitää olla kestäviä, helposti puhdistettavia ja pölyä keräämättömiä. Pehmustettujen kalusteiden on täytettävä paloturvallisuustesti. Valitsemalla tilaan oikeanlaiset kalusteet ja sijoittamalla ne tilaan oikein voidaan luoda haluttu ja tarkoituksenmukainen tunnelma ja visuaalinen ilme. Kalusteiden paikkoja valittaessa otetaan huomioon paloturvallisuus, etteivät kalusteet ole kulkureittien tai poistumisteiden tiellä (Hartikainen 2014, 27.)

Odotustiloja kalustettaessa on huomioitava tilan käyttäjät. Toiset käyttäjistä voivat tarvita korkeampia istuimia, joille on helppo istuutua ja nousta ylös. Huonekaluissa pitää huomioida myös liikuntarajoitteiset henkilöt ja pienet lapset. Etenkin naulakoissa on syytä huomioida, että kaikki käyttäjät pääsevät naulakoille, jolloin ainakin osa naulakoista pitää olla eri korkeudella. Naulakkojen pitää olla kiinteästi asennettuja, sillä irtonaulakot saattavat kaatua tai kulkeutua tilassa. (Grönfors 2014 ,29.)

Huonekaluilla, joissa on käytetty ääntä hajottavia ja imeviä materiaaleja, voidaan vaikuttaa parempaan huoneakustiikkaan. Potilaaseen vaikuttavien epämiellyttävien äänien kontrolloimiseksi on muitakin keinoja. Tehokkain keino on vaikuttaa jälkikaiunta-aikaan, jota voidaan lyhentää huoneakustiikka parantamalla. Tämä onnistuu asentamalla tilaan akustisia levyjä ja paneeleja. (Grönfors 2014,25.)

Vastaanottohuoneista tuleviin ääniin voidaan vaikuttaa käyttämällä desibelisoivia oviratkaisuja, joiden äänieristävyyden ansiosta odotustilaan kantautuu vähemmän ääniä oven läpi. Negatiivisten äänien eliminoimiseksi voidaan tuoda tilaan erilaisia tunnelmaa lisääviä ääniä, kuten musiikkia.

4.4 Materiaalit

Materiaaleilla voidaan vaikuttaa hyvin merkittävästi tilan tunnelmaan, sekä rajata tilaa erilaisiksi kokonaisuuksiksi. Tekstiileillä voidaan vaikuttaa tilan helppoon muunneltavuuteen sekä akustisiin ominaisuuksiin. Sairaaloissa myös eri materiaalin ja pintojen allergisoimattomuus on tärkeää. Lattiamateriaaleissa pitää ottaa huomioon heijastamattomuus, kestävyys, hygieenisuus, turvallisuus, antistaattisuus ja paloturvallisuus. Sairaalaympäristöissä käytetäänkin lattioissa linoleumia sen saumattomuuden, helpon asentamisen, antibakteerisuuden ja antistaattisuuden vuoksi. (Luukkanen 2008,22, 30.) Lattiapinnoissa pitää käyttää päällysteitä, jotka vaimentavat lattiaan kohdistuvia iskuja. Tällaisia materiaaleja ovat huopa, korkki, vaahtomuovipohjaiset muovimatot, tekstiilimatot ja sairaaloihin sopivat linoleumit. (Borenius 1981, 94.)

Kalusteiden materiaalit valitaan sen käyttötarkoituksen mukaan. Kovassa käytössä oleviin kalusteisiin vaaditaan kestävä ja helposti puhdistettava materiaali. Pehmusetut kalusteet muokkautuvat aikojen saatossa, jolloin materiaali painuu yleensä kasaan. (Hartikainen 2014,31.)

Puu on suomalaisille tuttu ja luonnollinen materiaali, ja se tuokin mieleen kodin, mökin ja naapurimetsän. Puulla sisustusmateriaalina on todettu olevan positiivisia vaikutuksia esimerkiksi sisäilmaan, akustisiin ominaisuuksiin ja yleiseen viihtyvyyteen. Puun lisäksi muilla luontoon liittyvillä materiaaleilla on huomattu olevan positiivisia vaikutuksia viihtyvyyteen tilassa. Luonnon elementit vähentävät stressiä sekä rentouttavat tilassa olijaa. Pelkästään luonnon näkemisen on todettu parantavan ihmisen hyvinvointia. (Forss ja Teerioja 2015,29,33.)

5 Arvot ja arvoteoriat

”Arvot ovat valintoja ohjaavia periaatteita, joita jokainen meistä käyttää joutuessaan vaikeaan valintatilanteeseen, jota jokainen ei pysty ratkaisemaan niin kuin ennen. Kaikki arvot ovat samalla myös tiedostettuja motiiveja, vaikkakaan kaikki motiivit eivät ole arvoja”

(Puohiniemi 2002, 19.)

”Arvot auttavat valinnoissa ja motiivien tapaan säätelevät käyttäytymistä. Arvoissa paljastuvat suunnat, mihin halutaan mennä. Tämän lisäksi arvoihin sisältyy aina positiivinen ja kulttuurisesti hyväksyttävä tunnelataus, halu toteuttaa aiottu teko. Arvot ovat suhteellisen vakaita, eli muuttuvat yleensä hitaasti”

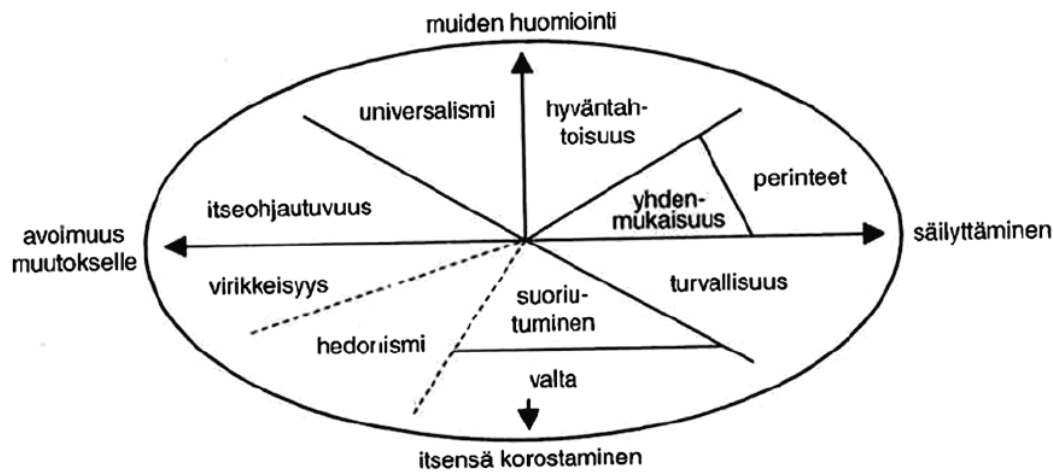
(Puohiniemi 2002, 19 – 20.)

”Arvoja ei keksitä itse, vaan ne aina edeltävät yksilöä. Arvot opitaan kotona, koulussa, harrastuksissa ja työelämässä.”

(Puohiniemi 2002, 27.)

Arvotutkija Martti Puohiniemen mukaan toimivimman ratkaisun eri kulttuureissa pätevään arvomalliin on kehittänyt arvotutkija professori Shalom Schwartz, joka aikaisempien tutkijoiden töiden perusteella on kehittänyt teorian arvojen universaalista sisällöstä ja rakenteesta. Puohiniemen mukaan ”arvotutkimuksen kannalta tärkein oivallus liittyy arvojen keskinäisten suhteiden arvorakenteen aseman tiedostamiseen arvojen sisältöä tutkittaessa.” (Puohiniemi 2002, 27.)

Arvokehä (kuva 1, 10.) on teoreettinen yleistys Schwartzin teorian perusrakenteesta ja se havainnollistaa arvojen keskinäiset suhteet. ”Vierekkäiset alueet ovat toisiaan täydentäviä, vastakkaiset puolestaan konfliktissa suhteessa toisiinsa. Arvokehä kiteyttää kaksi tosiasiaa: jos haluaa kokea uutta koko ajan, ei voi säilyttää kaikkea vanhaa, ja jos koko ajan ajattelee vain itseään ja päällimmäisenä on oma minä, jää muut huomioimatta.” (Puohiniemi 2002, 27 - 28.)



Kuva 1. Schwartzin arvokehä.

5.1 Arvo ja merkityssisällöt Puohiniemen mukaan

Kirjassaan *Arvot, asenteet ja ajankuva* Martti Puohiniemi nimesi ja määritteli kymmenen eri arvoa (Puohiniemi 2002,33 - 36). Seuraavassa osiossa käsittelem näitä arvoja ja niiden merkityssisältöjä.

Itseohjautuvuus – ”toiminnan ja ajattelun vapautta, omien päämäärien valintaa sekä uuden tutkimista ja luomista. Itseohjautuvat henkilöt eivät kaiha riskejä, ovat luovia ja arvostavat itsensä kehittämistä.” (Puohiniemi 2002, 33.)

Virikkeisyys– ”jännityksen ja uuden etsimistä sekä halua kohdata haasteita. Ihminen, jonka elämää virikekeskeisyys hallitsee, on tyypillinen elämysten etsijä. Virikkeisyys ja itseohjautuvuus täydentävät toisiaan.” (Puohiniemi 2002, 33.)

Hedonismi – ”mielihyvän ja nautintojen etsimistä, itsensä hemmottelua. Hedonisti tähtää omien nautintojen tyydyttymiseen.”(Puohiniemi 2002, 33 – 34.)

Suoriutuminen – ”henkilökohtaisen menestyksen tavoittelua, kulttuurin arvostamia standardeja noudattaen. Suoriutuminen on asioiden ottamista henkilökohtaisina haasteina ja pärjäämistä olemassa olevassa tilanteessa käytössä olevilla resursseilla.” (Puohiniemi 2002, 34.)

Valta – ”muiden ihmisten ja resurssien hallintaa, sekä yhteiskunnallisen arvostuksen ja statuksen kunnioitusta. Vallanhaluinen ihminen ei välttämättä ota riskejä eikä pyri luomaan uutta.” (Puohiniemi 2002, 34.)

Turvallisuus – ”yhteiskunnan, lähipiirin ja oman elämän tasaisuutta ja harmonista jatkuvuutta” (Puohiniemi 2002, 35).

5.2 Puohiniemen arvotyyppologia suomalaisista

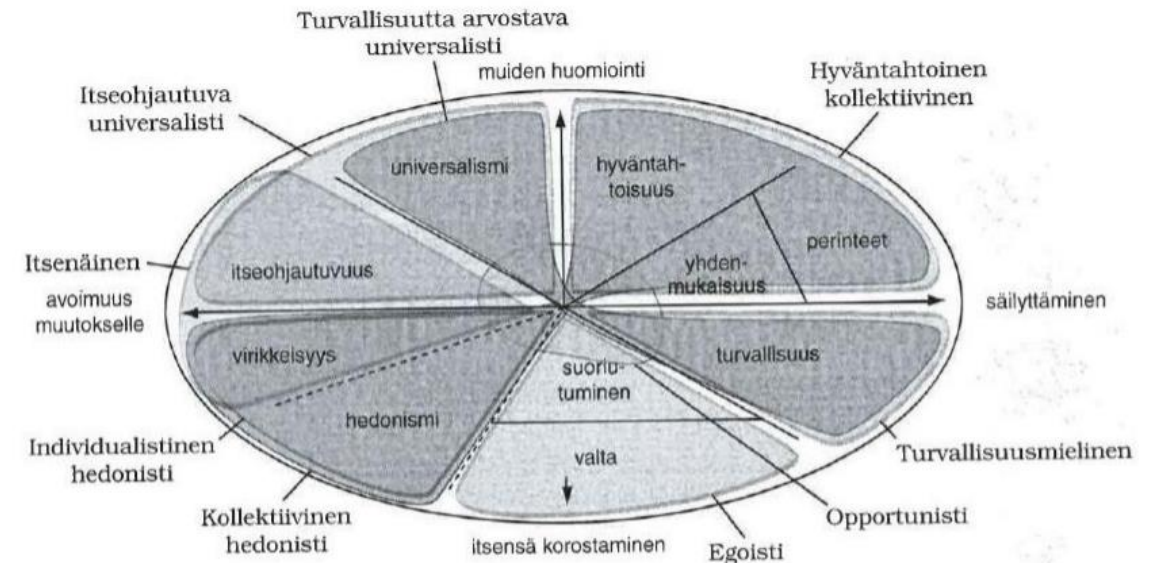
Yhdenmukaisuus – ”pidättäytymistä teoista ja mieltymyksistä, jotka voivat häiritä muita tai sotia yhteisöä koskevia odotuksia tai normeja vastaan” (Puohiniemi 2002, 35).

Perinteet – ”tällä tarkoitetaan kulttuurin tai uskonnon edellyttämien tapojen noudattamista, kun- kunnioitusta, hyväksymistä ja näihin sitoutumista. Perinteiden ilmeneminen on selkeästi kulttuurisidonnainen asia ja ilmenee esimerkiksi juhlapyhissä ja kulttuurisesti merkityksellisissä juhlissa, kuten häissä ja hautajaisissa.” (Puohiniemi 2002, 35.)

Hyväntahtoisuus – ”lähipiiriin kuuluvien ihmisten hyvinvoinnin edistämistä ja etusijalle asettamista. Hyväntahtoisuus tarkoittaa eritoten lähipiiriin kohdistuvaa huolenpitoa ja kiltteyttä, jotka eivät ulotu välttämättä tämän piirin ulkopuolelle. Taustalla voi olla toissijaisia motiiveja, kuten tarve saada arvostusta ja hyväksyntää. Hyväntahtoisuus helpottaa sosiaalista vuorovaikutusta. (Puohiniemi 2002, 35 - 36.)

Universalismi – ”muiden kuin omaan lähipiiriin kuuluvien ihmisten sekä luonnon hyvinvointitarpeiden ymmärtämistä, arvostusta, suvaitsemista ja suojelua. Universalismi ja hyväntahtoisuus ovat toisiaan täydentäviä arvoja.” (Puohiniemi 2002, 36.)

Tässä luvussa käyn läpi Puohiniemen arvotyyppologioita suomalaisista. Arvotutkija Martti Puohiniemi jakaa suomalaiset hallitsevien arvojensa suhteen yhdeksänluokkaiseksi typologiaksi kirjassaan *Arvot, asenteet ja ajankuva* (kuva 2). ”Typologiaa kutsutaan arvokonfliktitypologiaksi, koska siinä otetaan huomioon ihmisen koko arvoprofiili, myös keskenään ristiriidassa olevat arvot. Typologiassa ryhmät ovat toisensa poissulkevia eli ihminen ei voi kuulua samaan aikaan kahteen eri ryhmään.” (Puohiniemi 2002, 43.)



Kuva 2. Arvotutkija Martti Puohiniemen yhdeksänluokkainen typologiakartta.

5.2.1 Itseohjautuva universalisti – ”nämä haluavat valita päämääränsä itse tekemättä valintojaan kuitenkaan itsekkäin perustein. He arvostavat itsenäistä ajattelua, etsivät uusia ratkaisuja ja ovat valmiit ottamaan riskejä päästäkseen itselleen tärkeisiin päämääriin. He ovat yhteiskunnallisesti kriittisesti ajattelevia ihmisiä, jotka hyväksyvät muiden ihmisten yksilöllisyyden ja ovat kulttuurillisesti muita avarakatseisempia.” Itseohjautuvat universalistit ovat kiinnostuneita mm. taiteista, tieteistä, kirjallisuudesta ja ympäristöasioista. He ovat vähemmän kiinnostuneita urheilu-uutisiin ja autoiluun liittyvistä asioista. (Puohiniemi 2002, 54.)

5.2.2 Itsenäinen – ”nämä ovat itsenäisiä teoissaan ja ajatuksissaan. He haluavat valita itse omat päämääränsä ja kantavat vastuun sinne pääsemisestä. Itsenäiset haluavat myös kontrolloida ja hallita omaa elämäänsä samalla, kun etsivät vaihtelua ja jännitystä. Itsenäiset vaalivat yksilönvapauksia ja hyväksyvät myös muiden itsenäiset valinnat.” Tehokkuusajattelu on heille ominaista. He ovat kiinnostuneita mm. internetistä, uusista automalleista, tietotekniikan uutisista ja tieteestä. Heitä kiinnostaa vähemmän mm. maatalous, kuluttajan etu tai yhteisten asioiden edistäminen. (Puohiniemi 2002, 54.)

5.2.3. Individualistinen hedonisti – nämä elävät itseään varten. Oma mielihyvä on ryhmän valintoja voimakkaammin ohjaava arvo. ”Tyypillistä ryhmälle on yksilön vapauden arvostus eri muodoissaan, tehokkuusajattelun ja kaupallisuuden hyväksyminen, seksuaalinen sallivuus ja kielteinen suhtautuminen kollektiiviseen vastuunottoon.” Individualistiset hedonistit ovat kiinnostuneita mm. matkailusta, muodista ja internetistä. Heitä kiinnostaa keskimääräistä vähemmän mm. kriisialueiden avustustyö, terveydenhuoltoalan uutiset ja maatalous. (Puohiniemi 2002, 54.)

5.2.4. Kollektiivinen hedonisti ”nämä arvostavat henkilökohtaisia nautintoja, mutta toisaalta ovat valmiit asettamaan lähipiirin edun omansa edelle haluten elää sopusoinnussa perinteiden vaatimusten ja ympäristön normien kanssa.” He eivät ole ryhmänä yhteiskunnallisesti suvaitsevia tai kulttuurillisesti avoimia. Omalla kohdallaan he vastustavat yksilön vapauksia rajoittavia sääntöjä. Kollektiiviset hedonistit ovat kiinnostuneita mm. julkkiksista, kaupan tarjousmainonnasta ja autoilusta. Heitä kiinnostaa vähemmän mm. taide, tiede ja yhteiskunnalliset asiat. (Puohiniemi 2002, 55.)

5.2.5 Egoisti – ”nämä keskittyvät oman sosiaalisen asemansa tukemiseen ja haluavat osoittaa pätevyyttään vallitsevan kulttuurin standardien mukaisesti. Sosiaalisen arvostuksen saavuttaminen on heille tärkeää ja he pyrkivätkin saavuttamaan tai säilyttämään oman valta-asemansa sosiaalisessa järjestelmässä. Asenteiltaan egoistit ovat konservatiiveja ja he suosivat yhteiskunnallista järjestystä. Egoistit vaalivat yksilön valinnan vapautta siihen rajaan asti, kun se ei uhkaa yhteiskunnallista järjestystä tai talouden kehitystä. Egoistit ovat kiinnostuneita teknistaloudellisista asioista, joihin lukeutuu mm. taloustieteet, autoilu ja asunnon vaihto. Vähemmän kiinnostavia asioita ovat mm. ruokaohjeet, lastenkasvatus, luonto, ympäristöasiat tai ihmissuhteet.” (Puohiniemi 2003, 56.)

5.2.6 Turvallisuusmielinen – ”turvallisuusmieliselle tärkeää on yllätyksetön elämä ja he arvostavat elämässään asioiden harmonista jatkuvuutta ja tasaisuutta niin yhteiskunnan kuin lähipiirinkin osalta. Turvallisuusmielisten asenteissa korostuu myönteinen suhtautuminen yhteiskunnan turvallisuutta ylläpitäviin auktoriteetteihin sekä luonnonvaroihin. He eivät erityisemmin arvosta yksilön vapauksia, kulttuurista avoimuutta tai seksuaalista ja yhteiskunnallista suvaitsevaisuutta. Turvallisuusmieliset eivät ole selvästi muita kiinnostuneempia mistään erikoisesta aihepiiristä. Vähiten kiinnostavia asioita ovat kuitenkin kuvataiteet ja taide yleensä.” (Puohiniemi 2003, 57.)

5.2.7. Turvallisuutta arvostava universalisti – ”nämä elävät arvojensa suhteen arvostitiriidassa. He arvostavat yllätyksetöntä ja tasaista elämää, mutta toisaalta ovat valmiita asettamaan itselleen tuntemattomien ihmisten ja luonnon hyvinvoinnin tarpeet itsensä ja omien tarpeidensa edelle. Turvallisuutta arvostavat universalistit ovat suvaitsevaisia ja kulttuurisesti avoimia. Heillä on myönteinen suhtautuminen teollisuuteen ja yhteisesti sovitut säännöt ovat arvostetussa asemassa. He ovat kiinnostuneita politiikasta, puutarhan hoidosta ja kirja-arvosteluista. Vähemmän kiinnostavia asioita ovat internet, vapaat työpaikat ja julkkikset.” (Puohiniemi 2003, 53.)

5.2.8. Hyväntahtoinen kollektiivinen – ”arvomaailmaa kuvaavia asioita ovat: perinteiden kunnioitus, lähipiiriin kohdistuva hyväntahtoisuus sekä halu elää sopuinnassa ympäristön asettamien normien kanssa. Hyväntahtoiset kollektiiviset elävät muiden ehdoilla ja asettuvat ikään kuin sivustakatsojiksi omassa elämässään. He suhtautuvat myönteisesti uskoon. Yksilönvapauksien ylenmääräinen korostaminen, seksuaalinen sallivuus, tekniikka ja kaupallisuus ovat heille kielteisiä asioita. He ovat kiinnostuneita puutarhanhoidosta, maataloudesta ja terveydenhoitoalan uutisista. Vähemmän kiinnostavia asioita ovat mm. internet, vapaat työpaikat, asunnon vaihtaminen, tietotekniikan uutiset ja matkailu.” (Puohiniemi 2003, 59.)

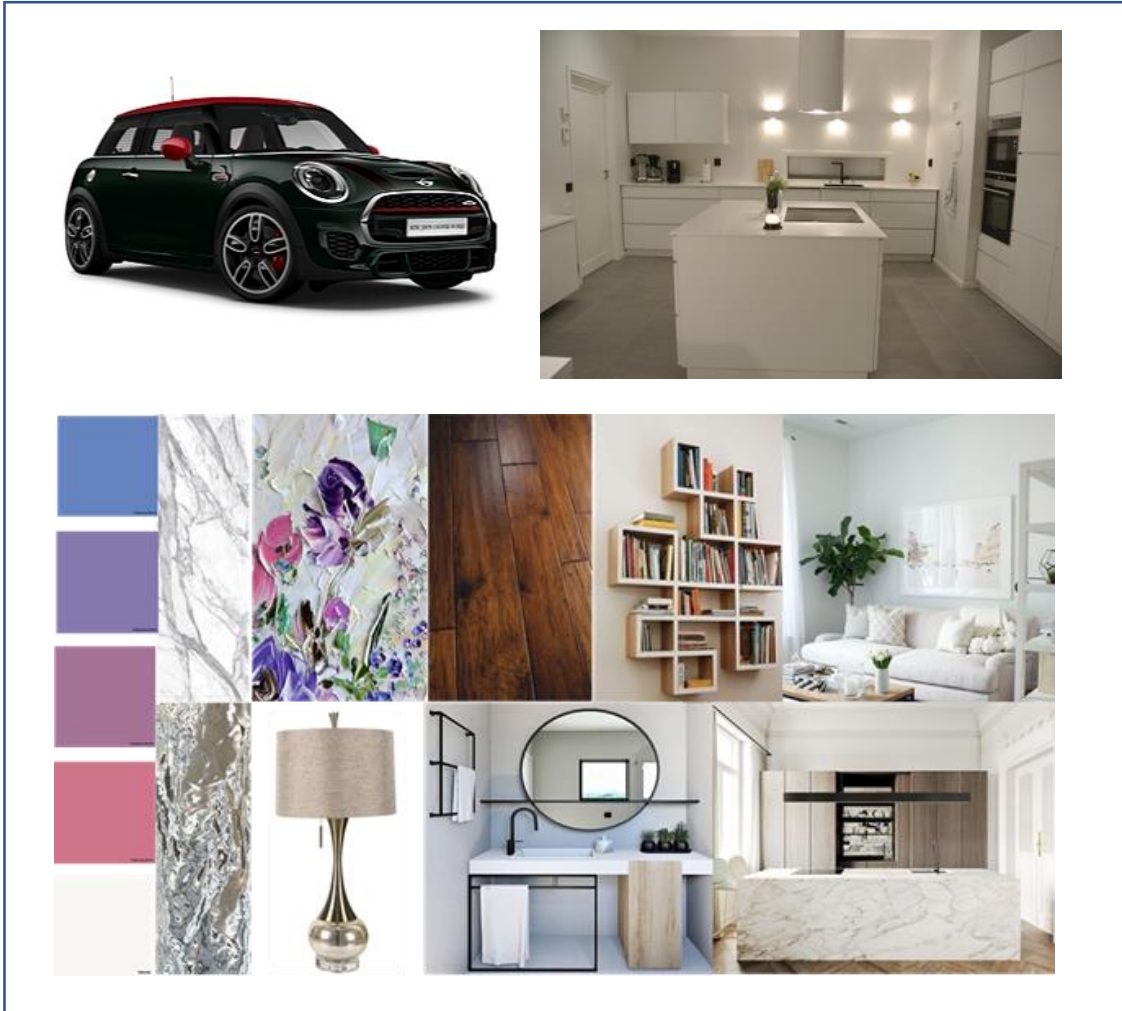
5.2.9 Opportunisti – ”näitä elämän arvot eivät juuri ohjaa. He eivät juurikaan ilmaise arvojaan tai heidän arvomaailmassaan ilmenee jännitteitä pääakselien suhteen. Kuitenkin turvallisuus on heille tärkeä arvo, vaikka käyttäytyminen onkin tilannesidonnaista ja tilanteesta riippuen he valitsevat itselleen turvallisimman vaihtoehdon. Opportunistit viehättyvät voimasta, mikä näkyy heidän asenteissaan, muun muassa myönteisessä suhtautumisessa ydinvoimaan, yhteisvaluuttaan ja armeijaan. Opportunistit eivät suhtaudu erityisen kielteisesti juuri mihinkään asiaan. Opportunistit ovat kiinnostuneita tietotekniikan uutisista, radion ohjelmatiedoista, sekä urheilu-uutisista.” (Puohiniemi 2002, 60.)

6 Kysely

Työ alkoi alkukartoituksella ja suullisella kyseillä, johon otin satunnaisesti viisi henkilöä. Kartoituksessa pyysin henkilöitä valitsemaan Martti Puohiniemen yhdeksästä eri arvomaailmasta heidän arvojansa kuvaavat kuvakortit, joissa kuvataan erimerkkisiä autoja sekä erityyppisiä keittiöitä.

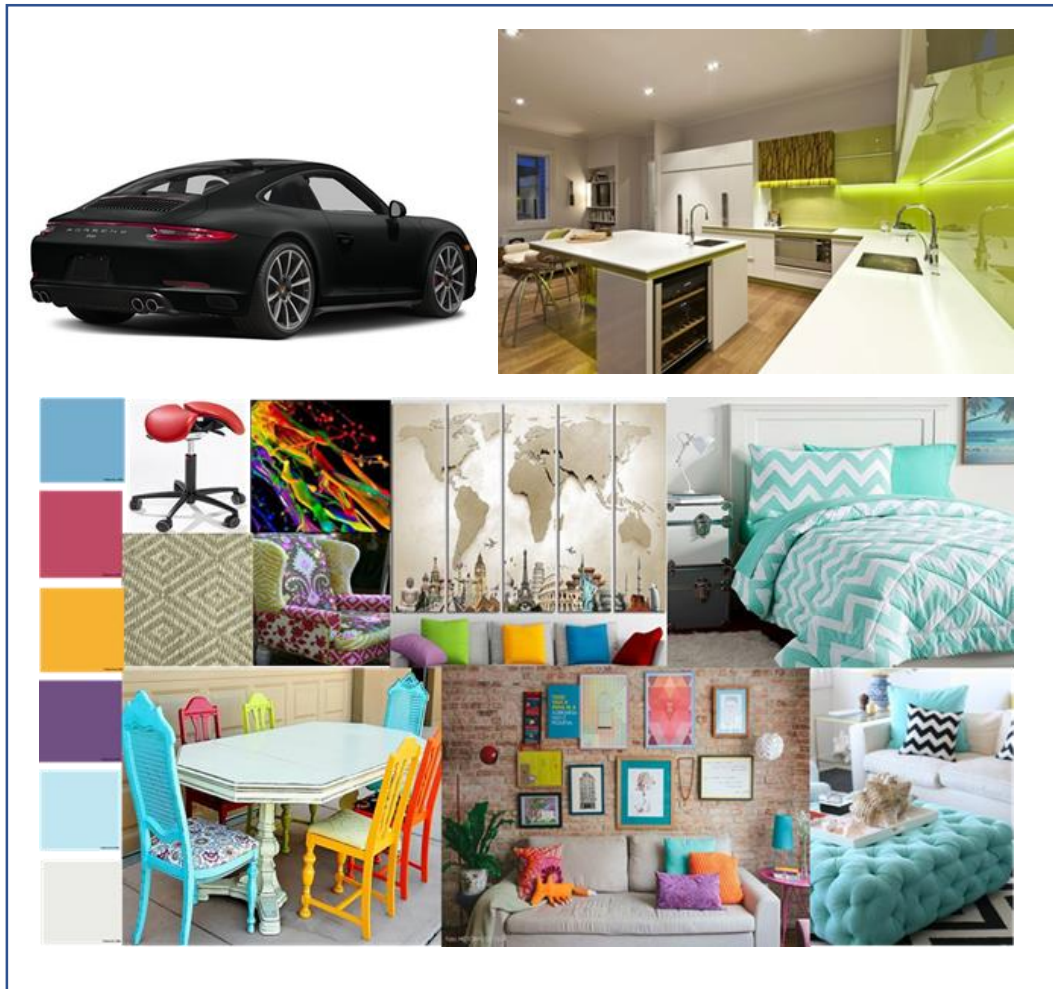
Kyselyyn osallistuneet henkilöt valitsivat kuvakorteista yhden auton ja keittiön, jotka kuvaavat parhaiten kullekin kuvaavia arvoja. Kuvakortit eivät ole sidoksissa toisiinsa millään tavalla. Kuvakortit olin numeroinut niin, että pystyin jatkossa työstämään kyselyn tuloksia eteenpäin. Kyselyyn otettiin ikäluokaltaan noin 45 - 55 -vuotiaita henkilöitä, jotka ovat potentiaalista asiakaskuntaa yksityiselle lääkäriasemalle, koska tällä ikäryhmällä alkaa kenties olla jo aurinkovaurion aiheuttamia ihomuutoksia.

Kyselyssä tiedusteltiin myös henkilöiden ikä, sukupuoli ja koulutustausta, koska näillä tekijöillä on suuri merkitys henkilön arvomaailmaan. Kyselyn tuloksista tehtiin yhteenveto, jossa prosentuaalisesti esille tuleva arvomaailma tai arvomaailmat tietyn tyyppisine tyyleineen näyttää pääroolia konseptisuunnitelmaa tehtäessä. Apuna käytettiin koottua materiaalikorttikollaasia, joissa kuvattiin kyseisten arvomaailmojen mukaisia elementtejä kuten materiaaleja, muotoja, värejä ja tyylejä.



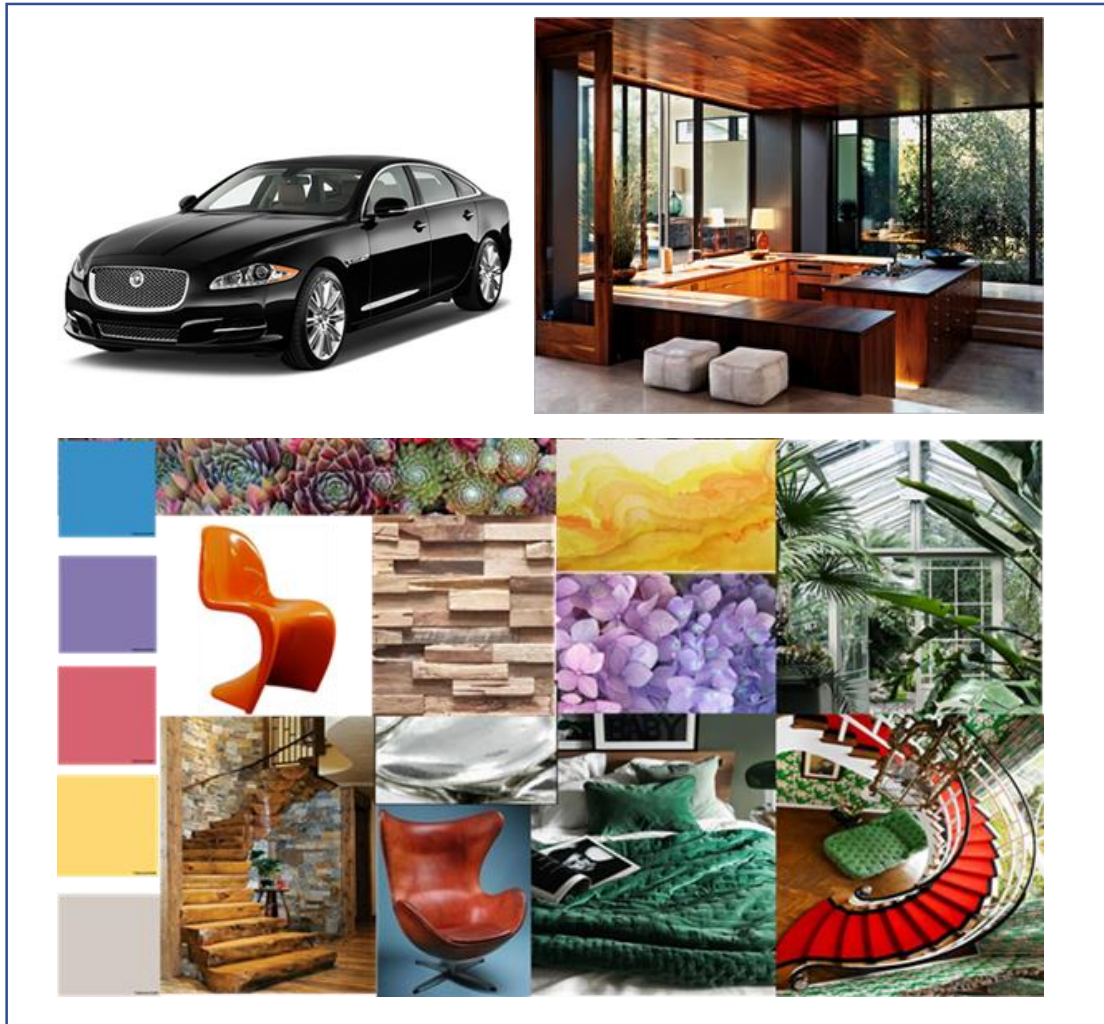
Yksinkertainen muotokieli. Tyyli on elegantti ja/tai moderni, jota korostetaan designklassikoilla. Taide, valokuvaus, piirtäminen, maalaaminen, kirjallisuus ja lukeminen ovat merkittävässä asemassa, joten tilassa on oltava tilaa näille harrastuksille. Voimakkaat ja selkeät värit. Sininen, punainen, sinivioletti, violetti, ja tausta valkoinen, jolla on kirkastava vaikutus. Punainen ja violetti innoittavat, sininen rauhoittaa ja avartaa tilaa. Sinivioletti synnyttää syvällistä ajattelua, joka on hyvin tyyppillistä tälle ryhmälle. Valkoinen antaa oivan taustan taiteelle. Laadukkaat materiaalit, kuten esim. marmori. Metallia on viileä hopea. Tila saa olla visuaaliselta ilmeeltään ja ratkaisultaan nykyaikainen ja trendejä noudattava. Ryhmän keski-ikä 41 vuotta, ryhmä on korkeasti koulutettua, sekä naiset että alle 24-vuotiaat korostuvat tässä ryhmässä.

Kuva 10: Itseohjautuvan universalistin mielikuvakartta



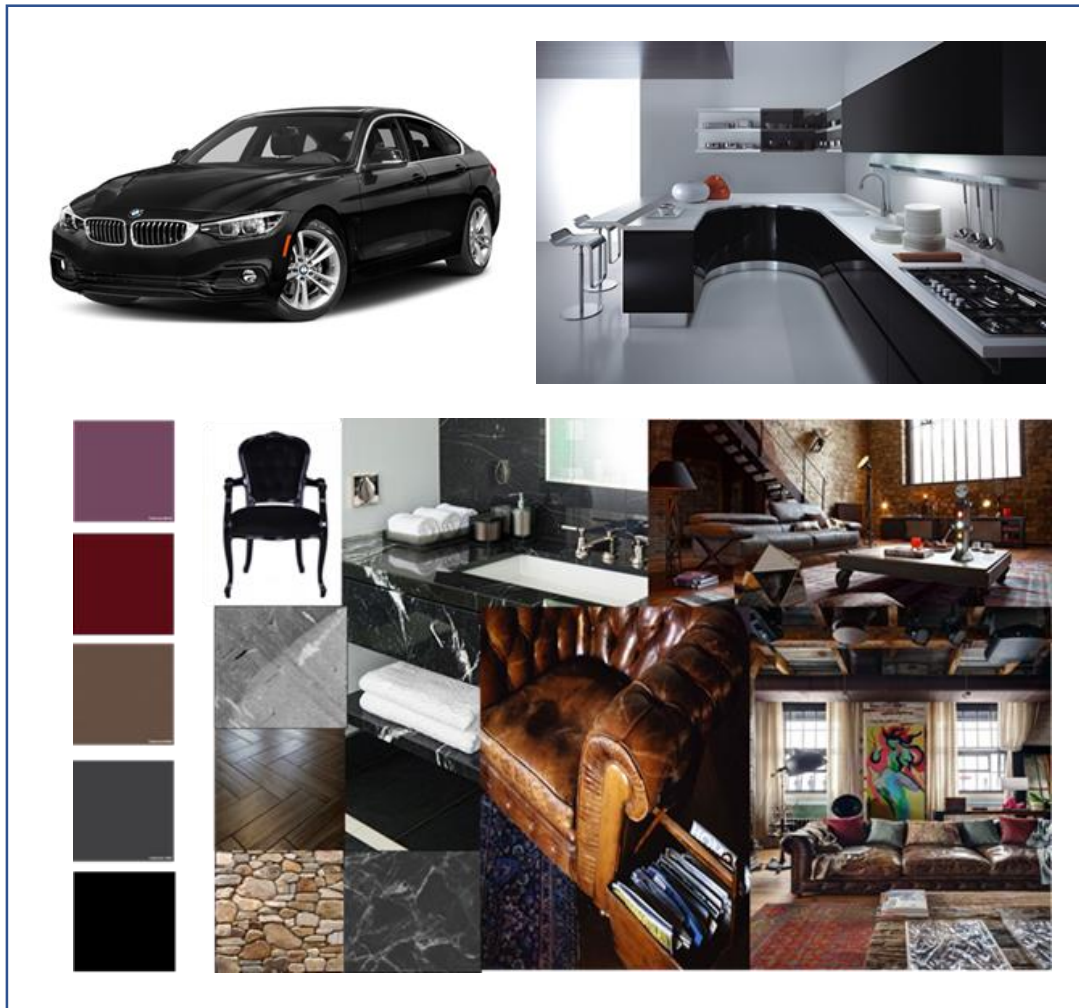
Kuva 11. Itsenäisen mielikuvakartta

Ryhmälle on ominaiset voimakkaat värit, joita voi kuitenkin hieman rauhoittaa vaaleanharmaalla. Mikäli värejä halutaan korostaa, lisätään värejä mustaan ja vaaleanharmaaseen. Sekä mustalla että harmaalla on muita värejä korostava ja kirkastava vaikutus. Mausteeksi voi heittää hyppysellisen turkoosia. Ryhmän muotokieli on geometrinen, orgaaninen, yksinkertainen ja pelkistetty. Esineen tai tilan muoto ja käyttötarkoitus ovat tärkeitä jossa voi esiintyä poikkeavia mittasuhteita, mutta ne eivät saa missään tapauksessa olla liian koristeltuja tai runsaita. Muoto ja väri ovat merkittävässä asemassa. Kontrastia saadaan yhdistelemällä muodoiltaan, väreiltään ja suunniltaan erilaisia visuaalisia elementtejä. Tyyli on rento, nuorekas ja vauhdikas. Pinnat ovat sileitä ja kestäviä. Tilassa ja kalusteissa korostetaan ergonomisuutta. Ryhmässä miesten osuus on korostunut, keski-ikä on 33 vuotta, alle 24-vuotiaita on 44 %, jotka ovat korkeasti kouluttautuneita.



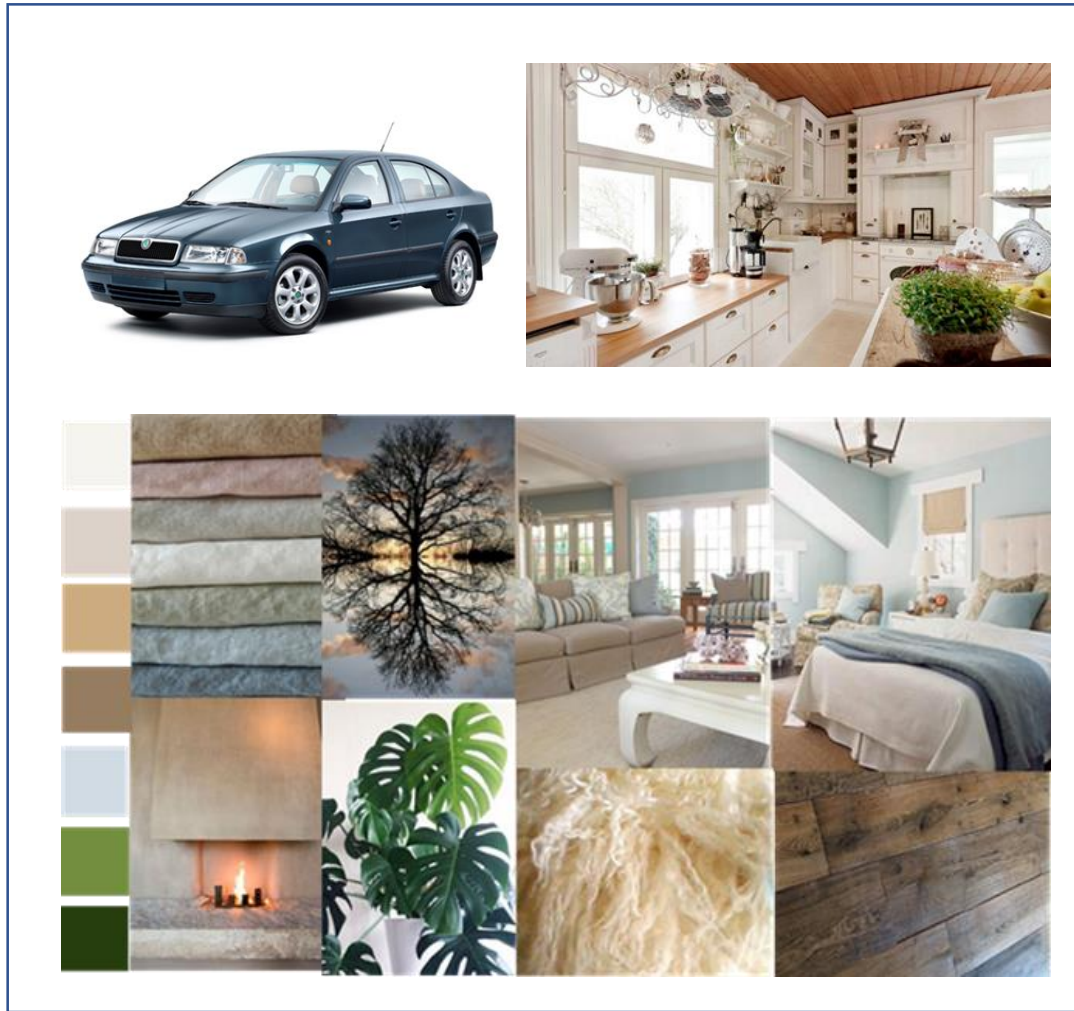
Ryhmälle on ominaista kirkkaat, voimakkaat pää-, väli- ja vastavärit. Värien käytön aiheuttamaa liiallista kirjavuutta voidaan rauhoittaa vaaleammalla taustalla, kuten esim. vaaleanharmaalla. Vaaleanruskea ja beige luo korostavan taustan kaikenvärisille ja kirjavillekin kalusteille ja esineille. Muotokieli on vauhdikasta, lennokasta sekä tyylieltyä. Orgaaniset, pehmeät, kaarevat linjat tuovat tilaan lisää vauhdikkuutta. Epäsymmetrisillä kalusteilla ja rakenteilla saadaan dynamiikkaa sommitteluun. Tekstuuriin ja pinnan vaihtelu on aina eduksi. Materiaalit aitoja ja laadukkaita. Metallia on hopea, -jota käytetään eri pinnoissa. Ryhmä on trendi, ja merkkietoinen, jolloin brändi viestii heille laadusta ja saatavuudesta. Materiaalit saavat poiketa radikaalisti toisistaan kuten puu ja muovi. Suunnittelussa tuotteella ja tilalla on tarina. Miehiä ja naisia on 50/50. Keski-ikä 34,4 vuotta.

Kuva12. Individualistisen hedonistisen mielikuvakartta



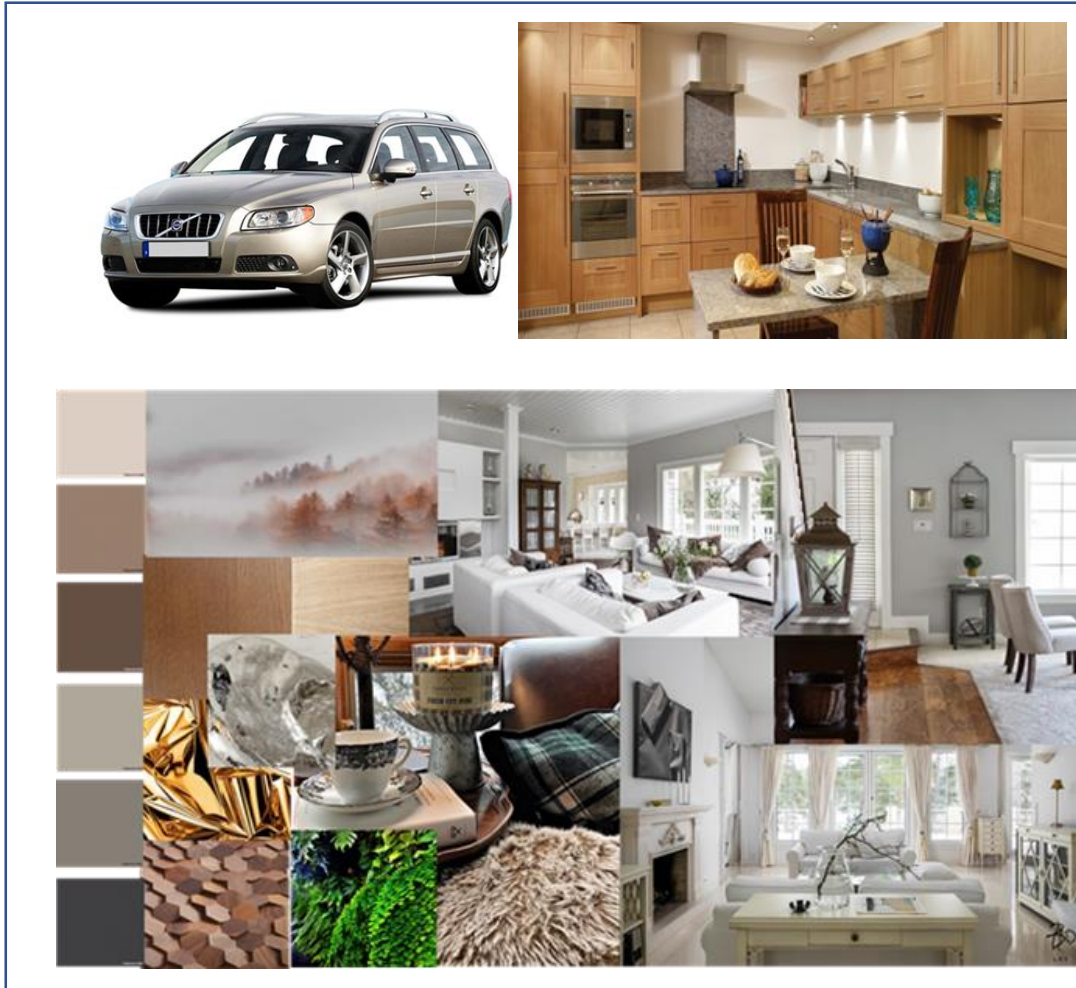
Ryhmälle on ominaista luonnonläheiset tummat sävyt, kuten esim. vahva punainen, purppura tai tumman ruskea. Pinnat voivat olla joko sileät tai rosoiset. Metallissa viileät sävyt, kuten teräs, hopea tai titaani. Paljon vaihtelevat materiaalit, kuten esim. puu, luu, kivi, muovi ja nahka, jotka ovat arvokkaita, laadukkaita ja harvinaisia. Tyyli hiottu viimeiseen pisaraan. Kaikki suuri on kaunista, kuten esim. suuri kaluste. Muotokieli on mahtipontisen maskuliinista ja yksinkertaista joko orgaanisia tai geometrisiä. Tämä ryhmä arvostaa tilassa symmetriaa, puhtaita linjoja ja yksinkertaisia geometrisiä muotoja. Epäsymmetria saadaan aikaan kappaleilla, joissa eri osat ovat eri kokoisia, muotoisia tai värisiä. Ryhmässä on eniten miehiä, joiden keski-ikä on 34,4 vuotta.

Kuva 14. Egoistin mielikuvakartta



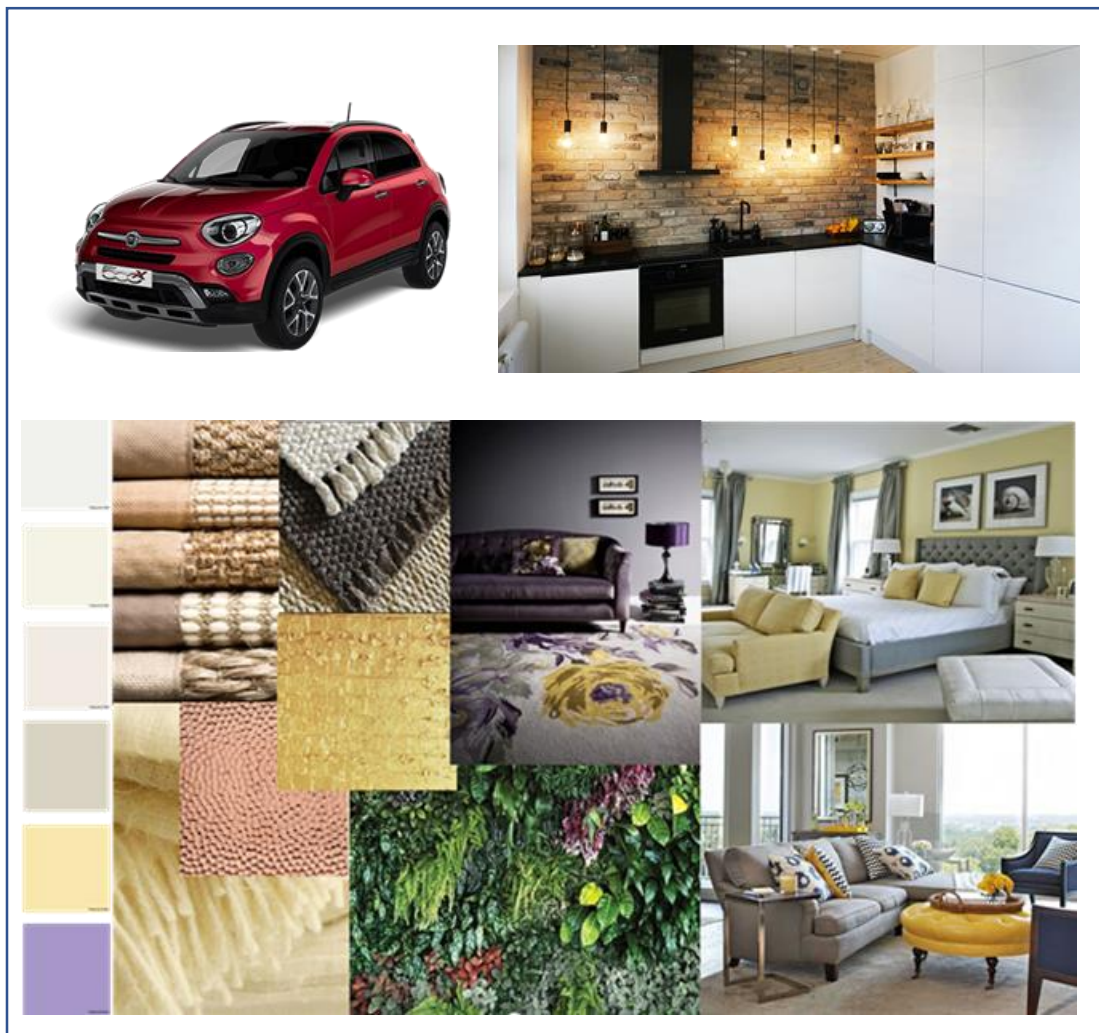
Ryhmälle on ominaista vaaleat rauhalliset värit kuten beige, vaaleansininen ja tumman vihreä. Suotuisa valinta lattialle on tummanruskea. Harmoninen jatkuvuus on tärkeää. Luonnon materiaalit ovat merkittävässä asemassa. Muotokieli on rauhallinen ja siro, ja siinä korostuu harmonia ja tasapaino. Harmonia saavutetaan yksinkertaisilla ja geometrisillä muodoilla sekä symmetrialla. Muotokieli voi olla myös pehmeän orgaanista. Vaakasuorilla viivoilla luodaan levollinen tunnelma. Pinnoissa suositaan sileää ja vältetään turhia koristeita ja kuviointeja. Materiaalit ovat vähäeleisiä luonnonmateriaaleja, joiden tulee kestää ikää ja pysyä pitkään siisteinä. Miehiä on enemmistö, koulutus on matala, ja keski-ikä on 45,6 vuotta.

Kuva 15. Turvallisuusmielisen mielikuvakartta



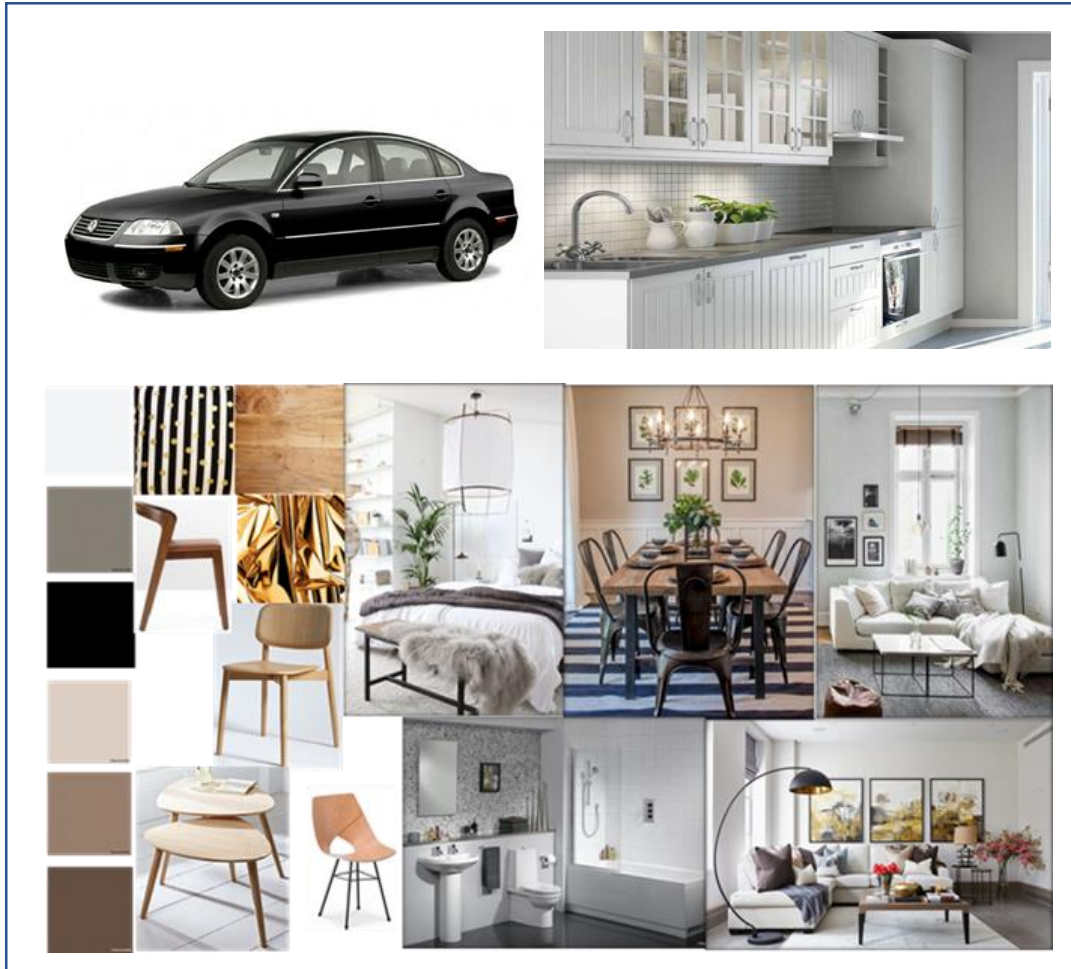
Kuva 16. Turvallisuutta arvostavan universalistin mielikuvakartta

Ryhmän värimaailmassa ovat korostettuina eri harmaan sävyt sekä lämpimät maanläheiset sävyt. Väriskaala on hyvin pelkistetty, hillitty ja rauhallinen. Käytetään enemmän yksiväristä kuin kuvioitua pintaa. Kasvillisuus on merkittävässä osassa sisustuksessa. Metallit ovat kulta tai hopea. Muotokieli on hyvin klassinen, pelkistetty ja rauhallinen. Yksinkertaiset geometriset ja symmetriset muodot miellyttävät, kuten myös luonnon teksturoitu pinta kiehtoo heitä, ja siinä tulee esiintyä vaihtelua. Ryhmä arvostaa turvallisia ja perinteisiä materiaaleja. Heihin vetoaa empaattinen muotoilu, joka vetoaa heidän tunteisiin tarinalla ja kertomuksella. Miehiä ja naisia on 50/50, koulutus on keskiarvoa, ja keski-ikä on 51 vuotta.



Ryhmän värimaailma on lämmin ja vaalea, kuten beige ja luonnonvalkoinen. Nämä luovat oivan taustan muille sävyille, kuten keltainen valkoisella taitettuna tai violetti. Selkeät ja suuret pinnat miellyttävät tätä ryhmää. Neutraalit materiaalit. Muotokieli on hyvin klassista. Materiaalit ovat laadukkaita, miellyttävän tuntuksia, käytännöllisiä ja helposti puhdistettavia. Tutut, turvalliset ja perinteiset materiaalit ovat oiva valinta tälle ryhmälle viherkasveja unohtamatta. Metallit ovat kulta ja kupari. Naisia on eniten, heidän koulutus on alhainen, ja keski-ikä on 51,6 vuotta

Kuva 17. Hyväntahtoisen kollektiivisen mielikuvakartta



Kuva 18. Opportunistin mielikuvakartta

Ryhmällä ajaton värimaailma, kuten musta-valkoista eri sävyissä ja neutraalit lämpimät maanläheiset sävyt. Muotokieli rauhallista, yksinkertaista ja klassista. Ryhmää viehättää yksinkertainen kauneus, selkeät linjat sekä ehjät pinnat. Ajattomat, perinteiset materiaalit, kuten puu. Tyyli on jonkin verran perinteinen ja skandinaavinen, jota vaihdetaan aina tarpeen tullen. Tyyliässä ryhmä tavoittelee ajattomuutta, eikä se välitä trendeistä. Pinnat ovat suuria ja selkeitä. Metallia on kulta. Miehiä on enemmistö, koulutus on suhteellisen alhainen, ja keski-ikä on 47,6 vuotta.

Kyselyn tuloksista tehtiin yhteenveto, ja eniten ääniä saaneet kortit menivät ns. jatkojalostukseen, jossa käytin apuna uusia pinterestin kuvapalvelusta koottuja materiaalikortteja.

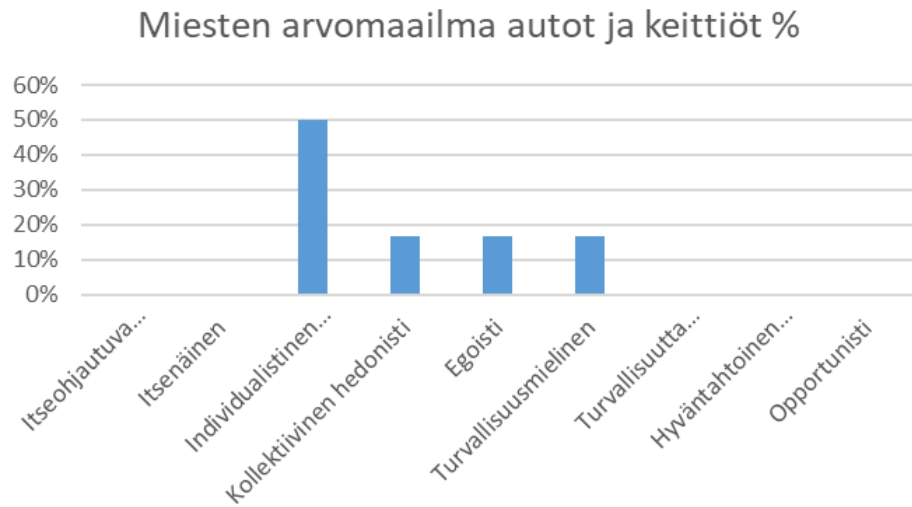
Näissä kuvataan kyseisten arvomaailmojen mukaisia sisustusmateriaaleja, muotoja, värejä ja tyylejä. Materiaalikortteja apuna käyttäen suunnittelin kyselyyn osallistuneiden henkilöiden mukaisia arvoja kuvaavan tilakonseptin, jonka lisäksi tein myös toisen. Näistä asiakkaan kanssa yhdessä valitsimme sellaisen kuvakollaasin, joka miellyttää myös asiakasta ja hänen yritystään.

Viime kädessä suunnittelija päätti, millainen tunnelma, värit ja muotokieli heidän yrityksessään on tarkoitus olla. Lyhyesti ilmaistuna tapahtumaketjuun kuuluu tiedonkeruu, jossa tukena ovat myös aikaisemmat tutkimukset, sekä tiedon tulkinta ja suunnitelman laatiminen saadun aineiston pohjalta. Mallinnan tilat ArchiCad-ohjelmalla, ja teen niistä visualisoinnit sekä tarvittavat piirustukset.

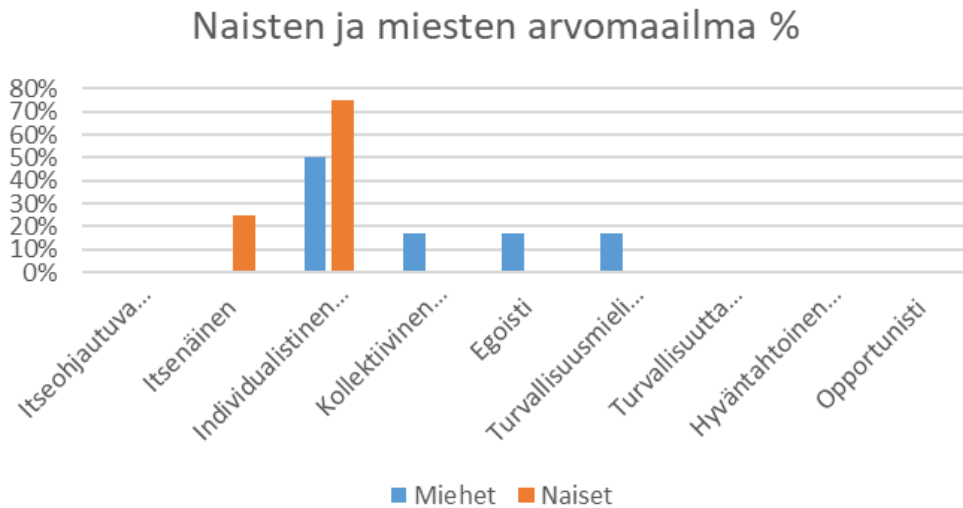
6.1 Kyselyn tulokset

Kyselyyn osallistuneista 40 prosenttia edusti naisia, joiden keski-ikä oli 50 vuotta (kuva 3). Miehiä edusti 60 prosenttia kyselyyn vastanneista, ja heidän keski-ikä oli hieman naisia korkeampi 51 vuotta.(taulukko 2.) Vastaajista kaksi oli naisia ja kolme miehiä, eli otanta oli varsin suppea. Miehet olivat jonkin verran koulutetumpia kuin naiset. Vastaajista lähes kaikki edustivat samaa taidetaustaista koulutussuuntausta. (Taulukko 1.)

Kyselyn mukaan naisten voimakkaimmin esille tulleita arvoja ovat individualistisen hedonistin ja itsenäisen arvot. Samoin myös miesten valinnoista näkyy voimakkaimmin individualistisen hedonistin arvot sekä 17prosentin osuuksilla kollektiivisen hedonistin, egoistin ja turvallisuusmielisen arvo maailma.(kuva 7.) Lopputuloksena 75 prosentissa naisten valinnoista näkyy individualistisen hedonistin arvomaailma, ja vastaavasti miesten valinnoista 50 prosentissa näkyy individualistisen hedonistin arvomaailma.(kuva 5.) Lisäksi 25 prosenttia naisten valinnoista edustaa itsenäisen arvoja, ja miesten valinnoissa näkyy 17 prosentin osuudet sekä turvallisuusmielisen, egoistin että kollektiivisen hedonistin arvomaailmasta.(kuva 5.)



Kuva 7. Miesten arvomaailmaa kuvaava graafi



Kuva 5. Naisten ja miesten arvomaailma prosentteina

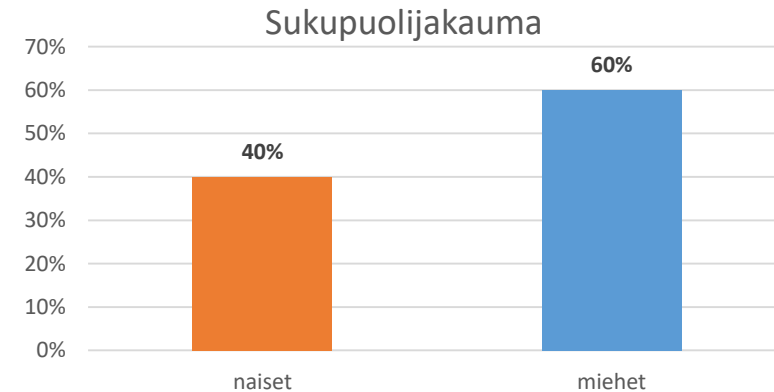
koulutus

mies A taiteenmaisteri
 nainen A taidepedagogi
 mies B taiteen tohtori
 nainen B muotoilija
 mies C taiteen maisteri

TAULUKKO 1. kyselyyn osallistuneiden koulutusjakauma

	autot	keittiöt	sukupuoli	ikä	koulutus
1	7	5	M	51	2
2	8	7	N	56	1
3	6	4	M	55	3
4	7	7	N	44	2
5	7	7	M	48	2
		keski-ikä	M	51	
		keski-ikä	N	50	

Kuvio 1. kyselyyn osallistuneiden keski-ikä



Kuva 3. kyselyyn osallistuneiden sukupuolijakauma

6.2 Miten kyselyyn osallistuneet henkilöt eroavat toisistaan

Mies-A valitsi auton **individualistisen hedonistin** arvomaailmasta, jossa he elävät itseään varten. Oma mielihyvä on ryhmän valintoja voimakkaammin ohjaava arvo. ”Tyypillistä ryhmälle on yksilön vapauden arvostus eri muodoissaan, tehokkuusajattelun ja kaupallisuuden hyväksyminen, seksuaalinen sallivuus ja kielteinen suhtautuminen kollektiiviseen vastuunottoon.” Individualistiset hedonistit ovat kiinnostuneita mm. matkailusta, muodista ja internetistä. He ovat kiinnostuneita henkilökohtaisista asioista ja viihteestä, joista he etsivät virikkeellisyyttä. Heidän kiinnostuksen kohteitaan ovat esimerkiksi muoti, matkailu, internet ja asunnonvaihto. Individualistiselle hedonistille tuovat mielihyvää pienet arkiset asiat. (Puohiniemi 2002, 54.)

Ryhmän harrastukset ovat painottuneet perheen ulkopuoliseen sosiaalisuuteen. Heille parasta viihdettä on vuokravideot, ravintolat ja musiikki. ”Liikunnalliset harrastukset ovat muodikkaita ja vauhdikkaita yksilölajeja, joita voidaan kutsua jopa tuotteistetuiksi harrastuksiksi niille tyypillisestä merkkিতavaramarkkinoinnista johtuen.” (Puohiniemi 2002, 153.)

Keittiön hän valitsi **egoistin arvomaailmasta**.

Egoistit keskittyvät oman sosiaalisen asemansa tukemiseen, ja he haluavat osoittaa pätevyyttään vallitsevan kulttuurin standardien mukaisesti. ”Sosiaalisen arvostuksen saavuttaminen on heille tärkeää ja he pyrkivätkin saavuttamaan tai säilyttämään oman valta-asemansa sosiaalisessa järjestelmässä. Asenteiltaan egoistit ovat konservatiiveja ja he suosivat yhteiskunnallista järjestystä. He vaalivat yksilön valinnan vapautta siihen rajaan asti, kun se ei uhkaa yhteiskunnallista järjestystä tai talouden kehitystä. He ovat kiinnostuneita teknistaloudellisista asioista, joihin lukeutuu mm. taloustieteet, autoilu ja asunnon vaihto. Vähemmän kiinnostavia asioita ovat mm. ruokaohjeet, lastenkasvatus, luonto, ympäristöasiat tai ihmissuhteet.” (Puohiniemi 2003, 56.)

A-miehen tyyli on sekoitus sopivasti **individualistisen hedonistin ja egoistin arvomaailmaa**. Individualistinen hedonisti on suhteellisen nuori ja nuorekas, trendikäs sekä hyvin merkkietoinen. Ryhmä suosii voimakkaita ja selkeitä pää- ja välivärejä. Heidän muotokieli on hyvin lennokasta, mutta toisaalta sulavalinjaista ja yksinkertaisen tyyliä. Ryhmää edustavat henkilöt arvostavat aitoja ja laadukkaita materiaaleja (Muhonen & Ylinampa, 2010, 34,35.)

Värien käytön tuomaa liiallista kirjavuutta voidaan neutralisoida vaaleaan harmaaseen tai ruskeaan taittavalla taustalla (Rihlama 2000, 65). Orgaaniset ja pehmeän kaarevat linjat tuovat tilaan heille ominaista vauhdikkuutta. ”Epäsymmetrisillä rakenteilla ja kalusteilla saadaan aikaan miellyttävää dynamiikkaa sommitteluun. Brändi on merkki laadusta ja saatavuudesta.” (Kettunen 2001, 25, 27, 51.)

Ryhmällä materiaalien ja pinnan vaihtelu hallitsevassa asemassa, siispä he pitävät erilaisten pintojen yhdistelemisestä. Materiaalit voivat olla toisistaan hyvinkin poikkeavia. Kaikkein suosituimpia materiaaleja heidän keskuudessaan on nahka, puu, lasi ja muovi. Heitä miellyttää metalleista hopea ja sen yhdisteleminen erilaisten struktuurien kanssa (Korhonen & Korhonen 2010, 37.)

Individualistinen hedonisti arvostaa yksilöllisyyttä ja suosii hyvin omintakeista tyyliä ja pitää asioista, joita ei ole jokaisella (Muhonen & Ylinampa 2010, 35). Mitä erikoisempia huonekaluja ja esineitä valitaan, sitä miellyttävämpi tila saadaan aikaan tälle ryhmälle. Tästä johtuen erityisesti käsityöt ovat heillä hyvin suosittuja. ”Tilassa tai esineellä voi olla jokin tietty tarina ja tarinalla tuetaan jotain tarkoitusta.” (Kettunen 2001, 36; Muhonen Ylinampa 2010, 35.)

Egoistit taas suosivat voimakkaita, tummia ja luonnonläheisiä värejä, jotka ovat hyvin vahvassa roolissa korostamassa ryhmän tyyliä. Erityisesti punainen on ryhmän suosiossa. Metalleista heitä miellyttää eniten hopea ja teräs. Ryhmää kiehtoo sekä rosoiset että sileät pinnat ja heitä viehättää vaihtelevat materiaalit. Perinteisten materiaalien lisäksi heitä miellyttää hyvin harvinaiset ja erilaiset materiaalit. (Korhonen & Korhonen 2010, 33.)

Käyttämällä vahvaa purppuranpunaista saadaan aikaan ryhmää miellyttävä tila, joka on luonteeltaan jopa ylhäinen. Tumman ruskea on myös omiaan egoistin värimaailmaan, sillä väri koetaan vahvana ja lujantuntuksena (Rihlama 1997, 2000, 56, 109.)

Egoistia miellyttää sekä geometriset että orgaaniset muodot ja muotokieli on yksinkertaistettua ja maskuliinista; ryhmälle kaikki suuri on kaunista. Laatua ja arvokkuutta edustavat materiaalit ovat ryhmänsuosiossa (Muhonen & Ylinampa 2010, 35.)

Esineissä ja huonekaluissa suuri koko koetaan voimaa kuvastavana. ”Yhdistämällä tumma väri suljettuun muotoon saadaan tilaan miellyttäviä voimakkaita elementtejä.” Tämän ryhmän henkilöt arvostavat yksinkertaisuutta. Suunnitellessamme egoistille tilaa, tulee käyttää yksinkertaisia geometrisiä muotoja, symmetriaa sekä puhtaita linjoja, sillä egoisti arvostaa yksinkertaisuutta. Egoistin kaipaama dynaaminen jännite saadaan aikaan epäsymmetrialla, jossa tilan tai kappaleen eri puolet ovat eri kokoisia ja/tai muotoisia (Kettunen 2001, 21, 26, 27.)

Mies-C valitsi sekä auton että keittiön **individualistisen hedonistin** arvomaailmasta. Tässä ryhmässä on miehiä ja naisia yhtä paljon. Ryhmä on keski-ikältään 33,4 vuotta ja jopa 59 % heistä on alle 34 -vuotiaita.

Tämän ryhmän henkilöt elävät itseään varten. Oma mielihyvä on ryhmän valintoja voimakkaammin ohjaava arvo. Tyypillistä ryhmälle on yksilön vapauden arvostus eri muodoissaan, tehokkuusajattelun ja kaupallisuuden hyväksyminen, seksuaalinen sallivuus ja kielteinen suhtautuminen kollektiiviseen vastuunottoon. Individualistiset hedonistit ovat kiinnostuneita mm. matkailusta, muodista ja internetistä.

He ovat kiinnostuneita henkilökohtaisista asioista ja viihteestä, joista he etsivät virikkeellisyyttä. Heidän kiinnostuksen kohteitaan ovat esimerkiksi muoti, matkailu, internet ja asunnonvaihto. Individualistiselle hedonistille tuovat mielihyvää pienet arkiset asiat. Heille on tyypillistä sekä tehokkuusajattelu että yksilön vapauden kunnioitus ja arvostus, kun taas kollektiiviseen vastuunottoon he suhtautuvat kielteisesti

Ryhmän harrastukset ovat painottuneet perheen ulkopuoliseen sosiaalisuuteen. Heille parasta viihdettä on vuokravideot, ravintolat ja musiikki. ”Liikunnalliset harrastukset ovat muodikkaita ja vauhdikkaita yksilölajeja, joita voidaan kutsua jopa tuotteistetuiksi harrastuksiksi niille tyypillisestä merkkitaavaramarkkinoinnista johtuen.” (Puohiniemi 2002, 54, 153.)

Ryhmällä materiaalien ja pinnan vaihtelu hallitsevassa asemassa, siispä heille on ominaista erilaisten pintojen yhdisteleminen. Materiaalit voivat olla toisistaan hyvinkin poikkeavia. Kaikkein suosituimpia materiaaleja heidän keskuudessaan on nahka, puu, lasi ja muovi. ”Metalleista hopea ja sen yhdisteleminen erilaisten struktuurien kanssa luo miellyttävän kokonaisuuden.” (Korhonen & Korhonen 2010, 37.)

Mitä erikoisempia huonekaluja ja esineitä valitaan, sitä miellyttävämpi tila saadaan aikaan tälle ryhmälle. Tästä johtuen erityisesti käsityöt ovat heillä hyvin suosittuja. Tilassa tai esineellä voi olla jokin tietty tarina ja tarinalla tuetaan jotain tarkoitusta.

Ryhmälle orgaaniset ja pehmeän kaarevat linjat tuovat tilaan heille ominaista vauhdikkuutta, myös epäsymmetrisillä rakenteilla ja kalusteilla saadaan aikaan heitä miellyttävää dynamiikkaa sommitteluun.

Ryhmää edustavat henkilöt arvostavat aitoja ja laadukkaita materiaaleja, heidän muotokieli on hyvin lennokasta, mutta toisaalta sulavalinjaista ja yksinkertaisen tyyliä, ryhmä arvostaa yksilöllisyyttä ja suosii hyvin omintakeista tyyliä ja pitää asioista, joita ei ole jokaisella. Ryhmä suosii voimakkaita ja selkeitä pää- ja välivärejä (Kettunen 2001, 25, 27, 36; Muhonen & Ylinampa 2010, 35.) Värien käytön tuomaa liiallista kirjavuutta voidaan neutralisoida vaaleaan harmaaseen tai ruskeaan taittavalla taustalla (Rihloma 2000, 65).

Nainen-A valitsi auton itsenäisen arvokollaasista. Tässä ryhmässä jopa 69 prosenttia on miehiä. Ryhmän keski-ikä on 35 vuotta ja he ovat arvotyypiltään nuorimpia. Ryhmässä on alle 24 -vuotiaita 41 prosenttia. Henkilöt ovat keskivertoa kouluttautuneempia kuin mitä on keskiwertoväestö.

Ryhmää voimakkaimmin ohjaava arvo on virikkeisyys ja itseohjautuvuus, jotka täydentävät toisiaan. Siinä missä itseohjautuvuus on yksilön omiin päämääriin pyrkimistä, voi virikkeisyys toteutua myös toisten ehdoilla. Tälle ryhmälle on tärkeää kontrolloida omaa elämää ja valita itse omat päämääränsä. Heille on myös hyvin tärkeää yksilön vapauksien vaaliminen ja he hyväksyvät myös yhtäläillä muiden itsenäiset valinnat. Heillä on kyky nähdä ajassamme paljon enemmän positiivisia kuin negatiivisia asioita.

Ryhmän henkilöissä itseohjautuvuuden lisäksi ryhmää ohjaava arvo on virikkeisyys, joka näkyy jännityksen ja vaihtelun etsimisessä. Heille on hyvin tyypillistä elämysten etsiminen sekä halu kohdata uudenlaisia haasteita. Heitä kiinnostaa keskimääräistä enemmän tietotekniikan uutiset, internet ja uudet automallit.

Itsenäinen on harrastuneisuudeltaan liikunnallisesti suuntautunut, ja tämän ryhmän suosimat lajit ovat yleensä vauhdikkaita urheilulajeja. ”Myös matkailu ja kulttuuri kiinnostaa tätä ryhmää. Kulttuurillisesti suuntautuneiden ja monipuolisten liikunta harrastusten lisäksi tämän ryhmän harrastuksista löytyy myös itsensä kehittämiseen liittyviä asioita. Internet ja tietokoneet ovat ryhmää profiloivia kiinnostuksen kohteita.” (Puohiniemi 2002, 33, 53, 152.)

Keittiön hän puolestaan valitsi **individualistisen hedonistin** arvomaailmasta, jossa he elävät itseään varten. Oma mielihyvä on ryhmän valintoja voimakkaammin ohjaava arvo. Tyypillistä ryhmälle on yksilön vapauden arvostus eri muodoissaan, tehokkuusajattelun ja kaupallisuuden hyväksyminen, seksuaalinen sallivuus ja kielteinen suhtautuminen kollektiiviseen vastuunottoon.

Ryhmä on kiinnostunut mm. matkailusta, muodista ja internetistä. He ovat kiinnostuneita myös henkilökohtaisista asioista ja viihteestä, joista he etsivät virikkeellisyyttä. Individualistiselle hedonistille tuovat mielihyvää pienet arkiset asiat. Heille on tyypillistä sekä tehokkuusajattelun ja yksilön vapauden kunnioitus ja arvostus,

Ryhmän harrastukset ovat painottuneet perheen ulkopuoliseen sosiaalisuuteen. Heille parasta viihdettä on vuokravideot, ravintolat ja musiikki. ”Liikunnalliset harrastukset ovat muodikkaita ja vauhdikkaita yksilölajeja, joita voidaan kutsua jopa tuotteistetuiksi harrastuksiksi niille tyypillisestä merkkitavaramarkkinoinnista johtuen.” (Puohiniemi 2002, 54, 153.)

Itsenäisen tilankin tulee ilmentää luonteelleen ja harrastuksilleen ominaista vauhdikkuutta. Itsenäiselle on tyypillistä voimakas ja runsas värimaailma, ja väriskaala on hyvin laaja. Voimakkaiden värien lisäksi ryhmä suosii vastavärejä, joilla henkilö luo tilaan kaipaamaansa kontrastia. Kun puhutaan muotokielestä, sen ei tule olla koristeltu tai runsas vaan viimeiseen asti pelkistetty.

Itsenäinen arvostaa yksinkertaisuutta, jolloin sileät pinnat ovat heidän suosiossaan. Ryhmälle on tärkeää ulkomuodon lisäksi tuotteen käyttömukavuus, sekä kalusteissa että tilasuunnittelussa tulee panostaa ergonomiaan. Rytmiä ja mielenkiintoa muotokieleeseen saadaan yhdistelemällä orgaanista ja geometristä muotokieltä tasapainoisesti. Itsenäiselle saadaan tilaan rytmiä, nuorekkuutta ja hauskuutta esimerkiksi kalusteiden poikkeavilla mittasuhteilla. Itsenäistä eniten miellyttävät kontrastit luodaan muodoilla ja väreillä (Muhonen & Ylinampa 2010, 30, 31.)

Värimaailman ristiriitaisuuksia voidaan välttää soinnutuksella, jolloin toinen väreistä on alistettuna. Liian kirjavaa värimaailmaa voidaan torjua myös yhdistelemällä värien kanssa esim. vaaleanharmaata, toisaalta kun halutaan korostaa värejä, saadaan se aikaiseksi yhdistelemällä värien kanssa mustaa tai harmaata, molemmat värit korostavat ja kirkastavat muita värejä, jotka näinollen elävöittävät ympäristöään. Lisäksi turkoosi on ryhmän henkilöille miellyttävä valinta, jolloin sekä sini- että vihreätyyppinen henkilö kokee sen ystävällisenä sävynä (Rihlma 2000, 65, 86, 109, 110).

Vastaavasti **individualistisen hedonistin** suosiossa ovat vallitsevien trendien lisäksi kirkaat värit. Ryhmä suosii voimakkaita ja selkeitä pää- ja välivärejä. Individualistinen hedonisti arvostaa yksilöllisyyttä ja suosii hyvin omintakeista tyyliä ja pitää asioista, joita ei ole jokaisella. Ryhmää edustavat henkilöt arvostavat aitoja ja laadukkaita materiaaleja. Heidän muotokieli on hyvin lennokasta, mutta toisaalta sulavalinjaista ja yksinkertaisen tyyliä (Muhonen & Ylinampa 2010, 34, 35.)

”Orgaaniset ja pehmeän kaarevat linjat tuovat tilaan ominaista vauhdikkuutta. Myös epäsymmetrisillä rakenteilla ja kalusteilla saadaan aikaan miellyttävää dynamiikkaa sommitteluun.” (Kettunen 2001, 25, 27.)

Ryhmällä on materiaalien ja pinnan vaihtelu hallitsevassa asemassa, siispä he pitävät erilaisten pintojen ja materiaalien yhdistelemisestä. Materiaalit voivat olla toisistaan hyvinkin poikkeavia. Kaikkein suosituimpia materiaaleja heidän keskuudessaan ovat nahka, puu, lasi ja muovi. Tätä ryhmää miellyttää metalleista hopea ja sen yhdisteleminen erilaisten struktuurien kanssa. (Korhonen & Korhonen 2010, 37.)

Mitä erikoisempia huonekaluja ja esineitä valitaan, sitä miellyttävämpi tila saadaan aikaan tälle ryhmälle. Tästä johtuen erityisesti käsityöt ovat heillä hyvin suosittuja. ”Tilassa tai esineellä voi olla jokin tietty tarina ja tarinalla tuetaan jotain tarkoitusta.” (Kettunen 2001, 36; Muhonen & Ylinampa 2010, 35.)

Mies-B valitsi auton **kollektiivisen hedonistin** arvomaailmasta. Tässä ryhmässä on miehiä ja naisia lähes yhtä paljon. Keski-ikänsä he ovat varsin nuoria, 37,8-vuotiaita ja koulutukseltaan he ovat lähellä väestön keskiarvoa.

Tämän ryhmän henkilöt elävät arvostusmaailmassa. Oman mielihyvän arvostaminen on heille hyvin tyypillistä individualistisen hedonistin tavoin, mutta heistä poiketen he ovat valmiita asettamaan lähipiirin edut omien edelle. Hyväntahtoisuus ilmenee eritoten perhepiirin hyvinvoinnin edistämisenä, eikä välttämättä ulotu enää sen laajemmalle.

Kollektiivinen hedonisti haluaa elää normien ja perinteiden kanssa sopuissa. Ryhmän henkilöt sitoutuvat perinteisiin kunnioittaen ja niitä noudattaen pidättyen samalla mieltymyksistä, jotka saattavat häiritä muita tai muuten poikkeavat normista.

Ryhmän henkilöt suhtautuvat elämäänsä kevyen viihteellisesti. Omalla kohdallaan kollektiivinen hedonisti vastustaa sääntöjä, jotka rajoittavat yksilön vapautta, mutta ovat kuitenkin valmiita asettamaan muille rajoja.

Heitä kiinnostavat yleisesti ottaen vapaat työpaikat, julkisten asioiden sekä internet. Heitä kiinnostaa erityisesti television katselu, joten esim. autourheilun seuraaminen sekä sukulaisten kanssa seurustelu kuvaa hyvin tämän ryhmän ajankäyttöä. Tämän ryhmän edustajat harrastavat urheilulajeista mieluiten joukkuelajeja, ja heidän hyväntahtoisuus tulee hyvin esiin myös yhdistys- ja hyväntekeväisyystoimintaan osallistumisena. (Puohiniemi 2002, 35, 55, 57, 153.)

Keittiön hän valitsi vastaavasti **turvallisuusmielisen** arvomaailmasta. Tässä ryhmässä miehiä on jonkin verran enemmän kuin naisia. Ryhmän keski-ikä on 45,6 vuotta ja heidän koulutustaso on suhteellisen matala.

Ryhmää ohjaava arvo on nimensä mukaisesti turvallisuus. Ryhmä pyrkii säilyttämään oman elämänsä, lähipiirin ja mahdollisuuksien mukaan myös yhteiskunnan mahdollisimman tasaisena ja harmonisena. Turvallisuus voi kuitenkin merkitä eri ihmisryhmille eri asioita.

Ryhmän henkilöt suhtautuvat hyvin myönteisesti auktoriteetteihin ja luonnonvarojen hyödyntämiseen. Heille vieraita asioita ovat erilaisuuden suvaitseminen ja yksilön vapauksien vaaliminen. Tässä ryhmässä henkilöt eivät ole mitenkään kiinnostuneempia mistään erityisestä aiheesta muihin ryhmiin verrattuna.

Turvallisuusmielistä kiinnostavat liikuntalajit, jotka ovat käytännönläheisiä ja liittyvät yleensä ulkoiluun, kuten hiihtoon ja metsästyksen. Ryhmä harrastuksia ovat mm. kirkossa käynti, ruuanlaitto, sukulaisten tapaaminen, television katselu ja sieltä formuloiden seuraaminen, jääkiekko-otteluissa käyminen sekä matkailu. (Puohiniemi 2002, 35, 57, 154.)

B-miehen tyyli on sekoitus **kollektiivisen hedonistin** ja **turvallisuusmielisen** arvomaailmasta. ”Kollektiivinen hedonisti nauttii individualistisen hedonistin tavoin yksilöllisistä asioista, mutta on tyyliään hyvin perinteinen ja varmuutta tavoitteleva. He ikään kuin elävät läheistensä kautta.” (Puohiniemi 2002, 55.)

Tälle ryhmälle ominainen sävy on vaaleanruskea, jolla on hyvin rauhoittava vaikutus. Ryhmän perinteiseen tyyliin sopii myös arkisemmat värit, kuten harmaa. Kollektiiviselle hedonistille soveltuu myös kaunis keltainen, jolla on raikastava ja keventävä vaikutus. Myös hento turkoosi on tälle ryhmälle suotuisa väri sovittavan ja rauhallisen luonteensa vuoksi. Yhdistettynä valkoiseen keltainen luo viherkasvien kanssa hyvin elinvoimaisen ja elämänmyönteisen ympäristön. Perinteinen materiaali, kuten koivu on ryhmän suosiossa. ”Koivun vaalea värimaailma luo kodikkuutta ja vapautunutta ongelmattomuutta tilaan.” (Rihlama 1997,108, 2000,56 1997, 109, 11.)

Ryhmän henkilöihin voidaan vaikuttaa empaattisella muotoilulla, joille tarina ja empatia ovat tärkeitä. Yksinkertaiset, selkeät ja orgaaniset linjat löytyvät moninaisina luonnon elementeistä, joka on tälle ryhmälle ominainen aihe. Empaattisessa muotoilussa esine tai tila vetoaa henkilön tunteisiin. ”Kertomus tuotteen tai tilan taustalla on vahvempi kilpailuetu kuin teknologia. He maksavat tarinasta, joka kuvaa sitä, miten he näkevät itsensä ja miten he tahtovat muiden näkevän heidät.” (Muhonen & Ylinampa 2010, 28, 29; Kettunen 2001, 25, 36, 52.)

Vastaavasti taas **turvallisuusmielinen** ei ole erityisen kiinnostunut ohi menevistä trendeistä. Hänen tyyliinsä on tuttu ja turvallinen. He suosivat kaikkea perinteistä ja yllätyksetöntä. Turvallisuusmielinen suhtautuu luonnonvarojen hyödyntämiseen myönteisesti (Puohiniemi 2002, 57.)

Ryhmä suosii erityisesti vaalean sinistä ja beigeä, joten värimaailma on hyvin vaalea ja rauhallinen. Rauhoittavien ominaisuuksiensa vuoksi myös vihreä on tälle ryhmälle hyvin suotuisa väri. Tummat sävyt luovat turvallisuutta ja varmuutta, kun taas vaaleat sävyt levollisuutta ja rauhaa. ”Suotuisa valinta turvallisuusmieliselle on tummanruskea lattia, joka koetaan poikkeuksellisen hyvänä varmuutta ja vakautta luovana värinä.” (Rihlama 1997, 109, 110; Rihlama 2000, 56.)

Tällä ryhmällä muotokieli on siroa ja rauhallista. Kokonaisuutta ajatellen heille on hyvin tärkeää tasapaino ja harmonia. (Muhonen & Ylinampa 2010, 35.) ”Vaikutelma visuaalisesta harmoniasta saavutetaan yksinkertaisilla geometrisillä muodoilla ja symmetrialla. Suunnittelussa voidaan lisäksi hyödyntää vaakasuoria viivoja, jotka koetaan levollisina.” (Kettunen 2001, 25.)

Nainen-B valitsi sekä auton että keittiön **individualistisen hedonistin** arvomaailmasta. Tässä ryhmässä miehiä ja naisia on yhtä paljon. Ryhmä on keski-ikältään 33,4 vuotta ja jopa 59 prosenttia heistä on alle 34 -vuotiaita.

Tämän ryhmän henkilöt elävät itseään varten. Oma mielihyvä on ryhmän valintoja voimakkaammin ohjaava arvo. He ovat kiinnostuneita henkilökohtaisista asioista ja viihteestä, joista he etsivät virikkeellisyyttä. Heidän kiinnostuksen kohteitaan ovat esimerkiksi muoti, matkailu, internet ja asunnonvaihto. Individualistiselle hedonistille tuovat mielihyvää pienet arkiset asiat.

”Heille on tyypillistä sekä tehokkuusajattelun että yksilön vapauden kunnioitus ja arvostus, kun taas kollektiiviseen vastuunottoon he suhtautuvat kielteisesti.”

Ryhmän harrastukset ovat painottuneet perheen ulkopuoliseen sosiaalisuuteen. Heille parasta viihdettä on vuokravideot, ravintolat ja musiikki. ”Liikunnalliset harrastukset ovat muodikkaita ja vauhdikkaita yksilölajeja, joita voidaan kutsua jopa tuotteistetuiksi harrastuksiksi niille tyypillisestä merkkিতavaramarkkinoinnista johtuen.” (Puohiniemi 2002, 54, 153.)

Ryhmän henkilöiden suosiossa ovat vallitsevien trendien lisäksi kirkkaat värit. Värien käytön tuomaa liiallista kirjavuutta voidaan neutralisoida vaaleaan harmaaseen tai ruskeaan taittavalla taustalla. Heidän muotokielensä on hyvin lennokasta, mutta toisaalta sulavalinjaista ja yksinkertaisen tyyliä (Muhonen & Ylinampa 2010, 34,35; Rihlaama 2000, 65.)

”Orgaaniset, pehmeät ja kaarevat linjat tuovat tilaan vauhdikkuutta Myös epäsymmetrisillä rakenteilla ja kalusteilla saadaan aikaan miellyttävää dynamiikkaa sommitteluun.” (Kettunen 2001, 25, 27.)

Heillä on materiaalien ja pinnan vaihtelu hallitsevassa asemassa, joten he pitävät erilaisten pintojen yhdistelemisestä. Materiaalit voivat olla toisistaan hyvinkin poikkeavia. Kaikkein suosituimpia materiaaleja heidän keskuudessaan on nahka, puu, lasi ja muovi. Tätä ryhmää miellyttää metalleista hopea ja sen yhdisteleminen erilaisten struktuurien kanssa (Korhonen & Korhonen 2010, 37.)

Individualistinen hedonisti arvostaa yksilöllisyyttä ja suosii hyvin omintakeista tyyliä ja pitää asioista, joita ei ole jokaisella. Ryhmää edustavat henkilöt arvostavat aitoja ja laadukkaita materiaaleja. Mitä erikoisempia huonekaluja ja esineitä valitaan, sitä miellyttävämpi tila saadaan aikaan tälle ryhmälle. Tästä johtuen erityisesti käsityöt ovat heillä hyvin suosittuja. ”Tilassa tai esineellä voi olla jokin tietty tarina ja tarinalla tuetaan jotain tarkoitusta”. (Kettunen 2001, 36; Muhonen & Ylinampa 2010, 35.)

7 Kohde ja suunnitteluprosessi

Tilakonsepti tarkoittaa tässä tapauksessa vapaata suuntaa antavaa suunnitelmaa, joka perustuu pienimuotoiseen suulliseen asiakaskyselyyn kuvaten heidän arvomaailmaansa. Kirjassaan ”Muodon Palapeli” Ilkka Kettunen määrittää konseptin tietynlaiseksi hahmotelmaksi. Visualisointikuvista ilmenee työssäni myöhemmin tilaratkaisu pääpiirteittäin, jossa ilmenee tilan värit, materiaalit, muodot sekä toiminnot. Tilan yksityiskohtien hahmottaminen jää vielä tässä vaiheessa tuonnemmaksi.

Tilassa huomioidaan mahdollisuuksien mukaan myös esteettömyys vanhuksille ja liikuntavammallisille josta mainittakoon opasteet, hyvä valaistus, kontrastit, väritys, ja esteetön pääsy pyörätuolilla sekä akustiikka.

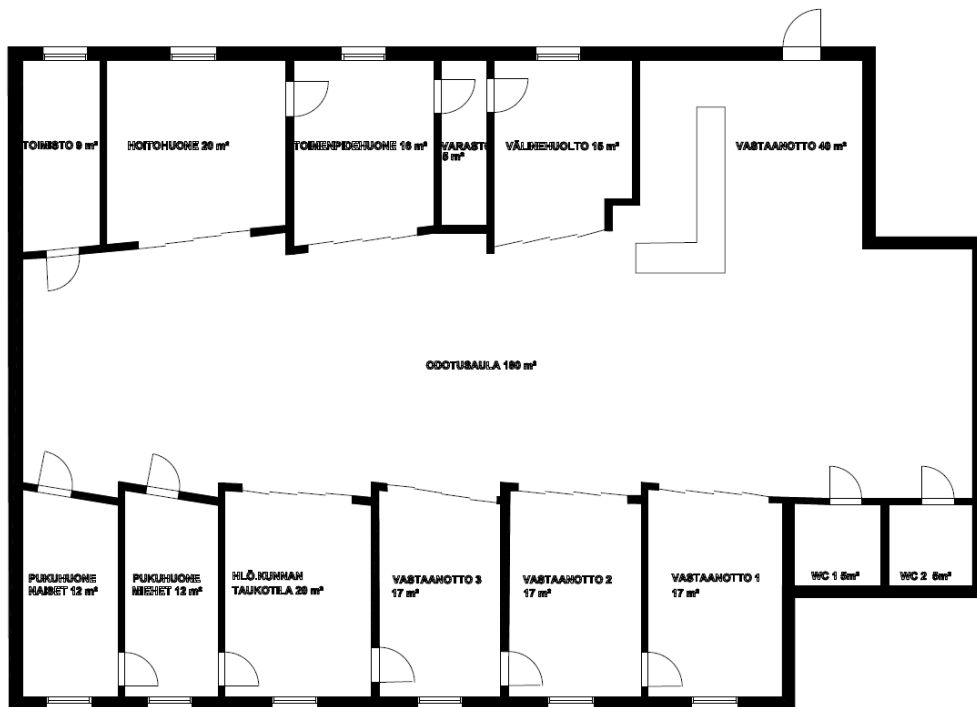
Konseptin mukaan aula jakautuu sisääntulo- ja vastaanotto/kassa-alueeseen, sekä käytävällä sijaitsevaan odotusaulatilaan (kuva 8). Suunnistaminen aulatilassa vastaanottotiskille, vastaanottotiloihin ja WC-tiloihin helpottuu huomattavasti, kun kulkuväylät merkitään lattiatasoon esimerkiksi värierioilla (kuva 9). Toisaalta myös taustaseinien pinnoilla olevin värikontrastein voitaisiin helpottaa kulkua.

Istumapaikat odotustilassa pyrin sijoittamaan selkeästi kulkualan ulkopuolelle, toisin sanoen odotusaulan keskelle, jonka lattiaväri ja pintamateriaali poikkeaa kulkualan lattiamateriaalista. Tila valaistetaan hyvin, jossa merkittäviä kohteita ovat esim. oviaukot ja kulkualueet.

Aula- ja odotustilan keskimääräinen valaistusvoimakkuus lattiatasossa tulisi olla 200 lx päivällä, mutta yövalaistusvoimakkuudeksi riittää 50 lx. Vastaanottoalueen valaistus on 300 - 500 lx, asiakas-WC:n valaistus 200 lx, tutkimushuoneiden yleisvalaistus 300 lx, sekä hoitotoimenpidehuoneiden yleisvalaistus 500 lx (Innojok Oy).

Tila on suunniteltu toimeksiantajalta saatujen käyttötarpeiden määrittämisen jälkeen. Konseptisuunnitelma on laadittu kyselyssä esiin tulleiden arvotyyppien arvoja vastaavaksi, minkä lopputuloksena olen saanut suunnitella tilan haluamallani tavalla.

Profiileja luodessani käytin molemmissa samaa pohjaratkaisua, jossa toteutin pieniä muutoksia toisiinsa verrattuna. Syy miksi päädyin käyttämään samaa pohjaratkaisua, oli siinä kun sain huoneiden lukumäärän ja huonesijoittelumääritelmän neliömäärineen toimeksiantajaltani, joten näkisin että profiilivertailussa eroavaisuudet tulevat paremmin esille, jos pohja on sama.



Kuva 8. Pohjakuva



Kuva 9. Kulkua helpottavat värimerkinnät lattiapinnoissa

Ilmoittautumistiskin yllä oleva alaslaskettu valolippa noudattaa samaa tummaa värimaailmaa kuin lattiakin, jolloin saadaan ilmoittautumisalueesta yhtenäinen kokonaisuus (kuva 10). Ryhmän henkilöt suosivat voimakkaita pää- ja välivärejä. ”Pää- ja välivärejä yhdistelemällä luodaan individualistiselle hedonistille miellyttävä tila.” (Muhonen & Ylinampa 2010, 35). (kuva 11).

Runsaan värien käytön tuomaa liiallista kirjavuutta olen neutralisoinut vaaleanharmaalla taustalla. ”Vaaleanharmaa torjuu liian kirjavaa vaikutelmaa” (Rihlama 2000, 65). Suunnitellessani värimaailmaa pidin värit eriarvoisessa asemassa, jolloin käytin keltaista hieman hallitsevammin kuin violettia. Tällöin välttyttiin riitasoinnuilta.

Tiskin ylle ryhmään eri tasoille asennetut massiiviset riippuvalaisimet tuovat mielenkiintoista rytmiä tilaan. ”Asettelyn rytmi tuo liikkeen tuntua” (Kettunen 2001, 29), jota katse seuraa (kuva 8). Samaa muotokieltä ja värilämpötilaa noudattavat erikokoiset ryhmiin asetetut massiiviset kattoplafondit odotustilassa ja aulassa (kuva 8).

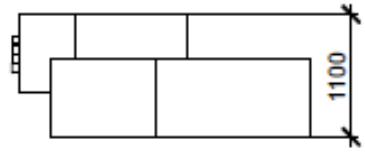
Valaistusjärjestelmä tuodaan RT-kortin SIT 63-610044 käyttäen apuna Evolux-ohjelmaa ja akustiikka RT-kortin RT 84-10916 mukaan, joista en tähän työni sen enempää tässä vaiheessa puutu. Tilaan on saatu vauhdikkuutta tuomalla kalusteita, joiden muotokielessä on kaarevia linjoja, joilla saadaan myös elävyyttä ja liikettä muutoin kulmikkaaseen muotokieleeseen (kuva 12 ja 13).

Ryhmälle ominaista yksilöllisyyttä saadaan tuomalla tilaan kookkaita akustoivia maalauksia (kuva 14, 15 ja 16), jotka ovat vielä tässä vaiheessa viitteellisiä. Maalauksilla on myös taustalla tarina, millä tuetaan tilassa olevaa toimintaa. Maalauksissa käytetty värimaailma noudattaa samaa väriskaalaa kuin muutkin värit tilassa, mutta maalauksissa vain värit sekoittuvat keskenään tuoden tilaan sen kaipaamaa organisuutta ja liikettä.

Materiaalivalintoja tehdessäni noudatin individualistisen hedonistin keskuudessa suosittuja materiaaleja, kuten puuta tehosteseinässä ja ilmoittautumistiskissä, lasia valaisimissa ja ovissa, nahkaa nojatuoleissa, muovia tuoleissa, sekä kangasta sohvassa. Sohvan kankaaksi valitsin laadukkaan julkitilaan suunnitellun villakankaan, jolla luon ilmeeseen hyppysellisen käsityöläisyyttä ja yksilöllisyyttä sekä rentoa luokseen kutsuvaa ja kodikasta tunnelmaa. Suunnitelmissani pyrin käyttämään viherkasveja mahdollisuuksien mukaan (kuva 17).

Vaikkakin tilassa käytettävät istuinryhmät noudattavat ryhmälle ominaista vauhdikasta muotokieltä, joista iäkkään henkilön voi olla vaikea nousta ylös, niin en ole unohtanut tätäkään ryhmää, vaan heille on varattu tilaan istuimia, jotka ovat ergonomiset ja visualisesti ilmeikkäät, josta ei kuitenkaan sen enempää tässä vaiheessa.

Vastaanottotiskissä palvelutilanne on yleensä lyhytkestoista. Asiakas asioi tavallisesti seisten, kun taas virkailija voi tehdä työtään seisten tai istuen. Tässä tapauksessa tiski on yksi kalustekokonaisuus, mutta toki se voi olla myös moduuleista muodostuva linjasto. Nykyaikainen tekniikka on lisännyt itsepalvelupisteiden käyttöä perinteisten palvelutiskien sijaan, joten esim. ilmoittautuminen voi tapahtua erillisellä palvelupisteellä. Vastaanottotiskillä on usein vahva visuaalinen tehtävä. Tiskiin liittyy yleensä sähkö- ja tietotekniikkaa sekä valvontaan liittyvää laitteistoa. Vaikka tekniikka on hyvin kevyttä, voi erilaisia työssä käytettäviä laitteita olla runsaastikin. Palvelutiski on tuotu RT-kortin SIT- 55-60073 mukaan (kuvat 10, 29,30).



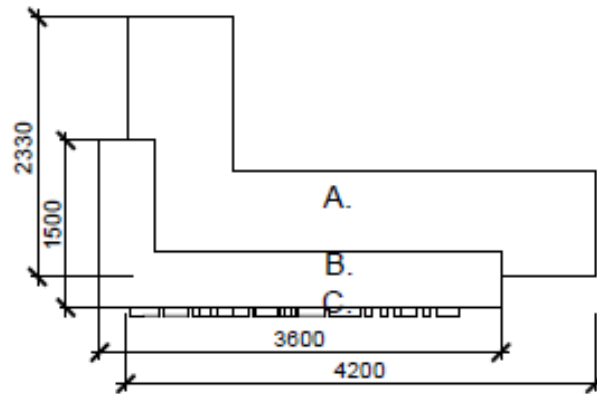
Näkymä sivusta



Näkymä edestä



3-d näkymä



Näkymä ylhäältä



Kuva 29. luonnos DermatoClinic Oy:n palvelutistikästä

- A. laite-/säilytystila, työpöytä.
materiaali corian
- B. laskutaso, säilytys-/ laitetila,
materiaali puukuitulevy/pinta tammiviilu
- C. etumaski jossa yrityksen nimi kohokirjaimin,
sis. ledvalot.

Kuva 30. lupakuvat DermatoClinic Oy:n palvelutistikästä



Kuva 10. Ilmoittautumisalue valaisimineen



Kuva 11. Tilan värimaailmaa



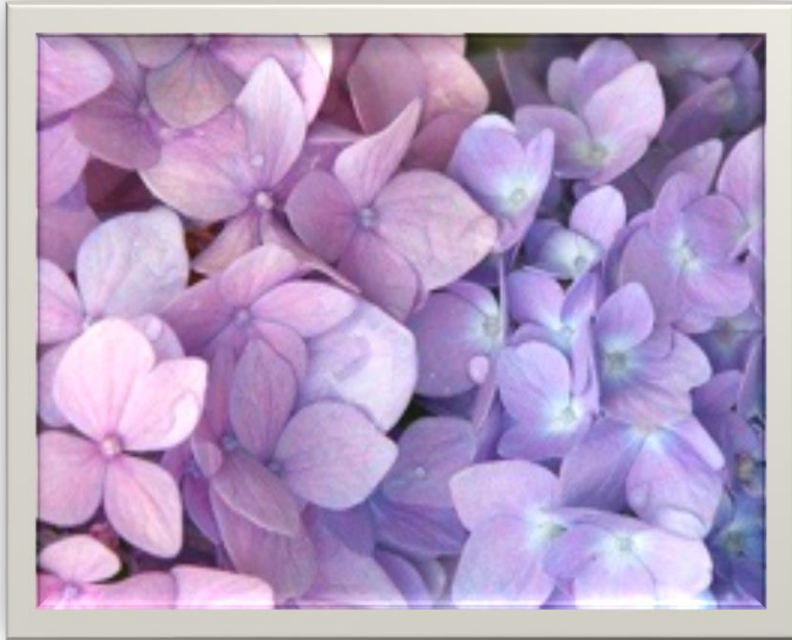
Kuva 12. Irtokalusteiden muotokieltä



Kuva 13. Irtokalusteiden muotokieltä sekä värimaailmaa



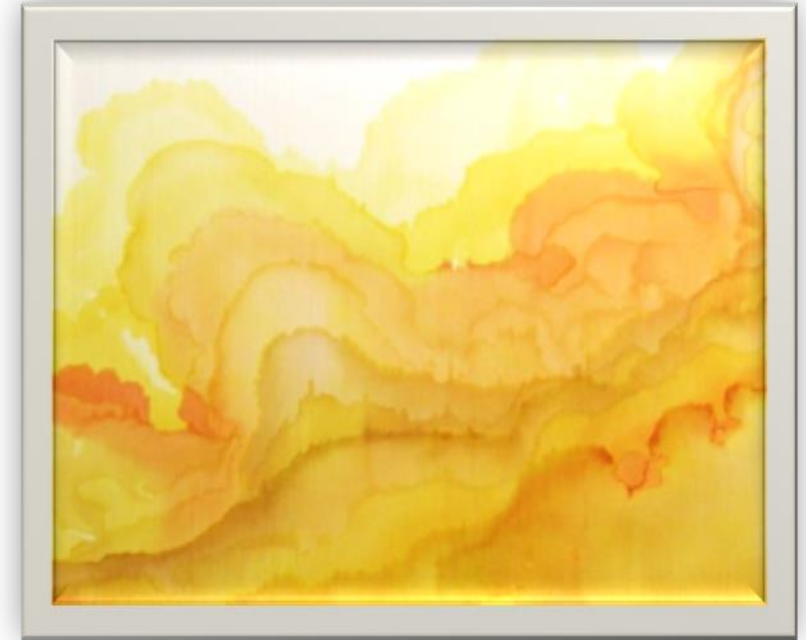
Kuva 17. Viherkasvien sijoitus tilaan



Kuva 14. Akustoiva teos valokuvasta



Kuva 15. Akustoivaa tilataidetta



Kuva 16. Akustoiva tilataideteos

7.2 Konsepti kollektiiviselle hedonistille

Kollektiivisen hedonistin konseptin valitsin siksi, koska se tuli esille suullisessa kyselytutkimuksessa, ja edustaa miesten arvomaailmaa, kun taas individualistisen hedonistin konsepti edustaa enemmän naisten arvomaailmaa. Tämän lisäksi koin kollektiivisen hedonistin arvomaailman kaikkein miellyttävimmäksi visualisoida näistä kaikista yhdeksästä arvotyypistä. Tokihan miellyttäviä piirteitä löytyy jossain määrin kaikista arvoryhmistä, mutta kurvikas, pehmeä ja orgaaninen muotokieli kiehtoo jostain syystä itseäni kaikkein eniten. Ja tokihan muotokieli puhuttelee, koska tarinat visualisointien taustalla liittyy lääkitsevän hunajan vaikutuksiin.

Tyylillisesti individualistisessa hedonistissa ja kollektiivisessa hedonistissa on jossain määrin samaa muotokielessä. Värimaailmaltaan konseptit poikkeavat täysin toisistaan. Kollektiivisen hedonistin värimaailma on rauhallinen ja värejä ovat mm. beige, ruskea, harmaa, luonnonvalkoinen ja vaaleankeltainen.

Tälle ryhmälle mieluisin metalli on hopea. Luonto on tälle ryhmälle myös tärkeä, joten viherkasvit ovat merkittävässä asemassa. Kuten edellisellekin konseptille, myös tälle empatia ja tarina on tärkeässä asemassa. Sisääntulon yhteydessä vastaanottotiskin yllä oleva akustoiva valolippa puhuu samaa orgaanista muotokieltä kuin muukin interiööri tilassa (kuva 19).

Ryhmän henkilöt suosivat rauhallisia ja luonnonläheisiä värejä ja sävyjä, joihin olen pyrkinyt saamaan otetta mustalla orgaanisen ja pehmeän muotokielen omaavalla raidalla lattian keskiosassa. Tämän tarkoitus on rajata kalustettu odotusalue omaksi alueekseen (kuva 20). Vastaanottotiskin yllä sijaitsevat eri tasoon asetetut riippuvalaisimet toimivat katseenvangitsijoina tuoden tilaan liikkeen tuntua (kuva 21). Pehmeää ja orgaanista muotokieltä pyrin noudattamaan mahdollisuuksien mukaan niin irto- kuin kiintokalusteissakin (kuva 22,23).

Kuten toisellekin konseptille, olen tuonut tilaan akustoivia tilataideteoksia (kuva 24, 25 ja 26). Toisessa näistä olen käyttänyt turkoosia sen sovittelevan luonteen vuoksi. Maalauksissa olen käyttänyt samaa värimaailmaa kuin muussakin sisustuksessa. Maalauksissa olen sekoittanut värejä ja sävyjä pehmentääkseni jyrkkiä väri- ja sävymaailmoja, joissa värit sekoittuvat keskenään tuoden tilaan sen kaipaamaa orgaanista liikettä.

Materiaalivalintoja tehdessäni noudatin kollektiivisen hedonistin suosimia materiaaleja, kuten vaaleaa puuta. Konseptille tyypillisiä ovat viherkasvit, joita olen pyrkinyt käyttämään mahdollisuuksieni mukaan (kuva 26, 27).



Kuva 19. Pehmeä ja orgaaninen muotokieli vastaanottotiskin rakenteissa



Kuva 20. Lattiapinnassa orgaanisen muodon alue toimii kalustetun alueen rajana.



Kuva 21. eri tasoon asetetut riippuvalaisimet toimivat katseenvangitsijoina tuoden tilaan liikkeen tuntua.



Kuva 22. Pehmeä ja orgaaninen muotokieli irtokalusteissa



Kuva 23. Pehmeää ja orgaanista muotokieleltä myös kiintokalusteissa



Kuva 26. Akustoivaa taidetta tilassa sekä viherkasveja



Kuva 27. Viherkasvien sijoittelua tilassa



Kuva 28. Organista muotokieltä kiintokalusteissa



Kuva 24. Akustoivaa tilataidetta



Kuva 25. Akustoivaa tilataidetta

8 Pohdinta

Opinnäytetyöni aloitin keväällä 2018, ja projekti kokonaisuudessaan kesti noin puoli vuotta.

Aikataulu ei ollut tiukka, koska aikaa oli tehdä vuoden 2018 loppuun asti.

Aihe oli mielenkiintoinen, vaikkakin työtä tehdessä ilmeni joitain haasteita, jotka hidastivat työn etenemistä. Näistä haasteista kuitenkin selvittiin.

Itse näen Sofia Fagerlundin opinnäytetyönään kehittämisen työkalun monialaisena ja mielenkiintoisena apuvälineenä, josta olen positiivisesti yllättynyt, joten kuvien avulla suunnitteleminen asiakkaalle onnistuikin varsin jouhevasti. Aiheesta olisi saanut lähes miten laajan hyvänsä, joten rajaaminen tuntui välillä varsin haastavalta.

Työ eteni loogisesti ja tehokkaasti, kun minulla oli kaikki kyselyyn ja tutkimukseen perustuva tieto kasassa, toisin sanoen työtä ei tarvinnut tehdä mututuntumalla, vaan minulla oli ”punainen lanka” käytössäni koko ajan.

Jos yrittäjän näkökulmasta katsoo tätä työskentelymallia, niin muotoilemalla palveluni uudelleen saan erilaistettua palveluni suhteessa muihin kilpailijoihin.

Tämän työkalun avulla saan uudenlaista luovuutta omaan työskentelyyni, toimintaani ja palveluuni suunnittelijana.

Olen saanut huomata, kuinka tuotteiden ja palvelujen avulla ihmiset kommunikoivat muiden ihmisten kanssa. Samalla he määrittelevät itsensä sosiaalisiin kasteihin, ja näyttävät oman asemansa yhteiskunnassa.

LÄHTEET

BORENIUS, Juhani, JAUHIAINEN, Tapani, LAMPIO, Eero, NUOTIO, Juhani, PESONEN, Kari ja PYYKKÖ, Ilmari 1981. Akustiikan perusteet. insinööritieto Oy.

FAGERLUND, Sofia 2014. Arvo konfliktitypologian muuttaminen kuvalliseksi työvälineeksi. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [viitattu 2014-03-23]. Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201403283624>

FORSS, Josefiina ja TEERIOJA, Jonna 2015. Potilastukipiste-olka. Metropolia ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [viitattu 2018-03-20]. Saatavissa: http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/91989/Forss_Josefiina_Teerioja_Jonna_Potilastukipiste_OLKA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

GRÖNFORS, Sofia 2014. KELPO: Pelkopotilaan huomioiva odotustilakonsepti terveydenhuollontiloihin. Savonia-ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2018-03-13.] Saatavissa: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/76231/Gronfors%20Sofia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

HARTIKAINEN, Mirka 2014. Odotustilan sisustussuunnitelma. Hämeen ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [viitattu 2018-03-23]. Saatavissa: <http://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/78046/OpinnaytetyoMirka%20Hartikainen.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

KETTUNEN, Ilkka 2001. Muodon palapeli. Porvoo: WS Bookwell Oy.

LUUKKANEN, Kati 2008. Peloton hammashoitola: Hoitoympäristön mahdollisuudet pelkäävän potilaan hoidossa. Metropolia ammattikorkeakoulu. Suun terveydenhuollon koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2018-03-23.] Saatavissa: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/1475/pelotonh.pdf?sequence=1>

MUHONEN, Virpi ja YLINAMPA, Saana 2010. Arvoista koruiksi: käyttäjälähtöistä suunnittelua messuille. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. (Viitattu 2014-00-00) Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2010120216719>

PUOHINIEMI, Martti 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva. Espoo: Limor kustannus.

RIHLAMA, Seppo. 1990. Värit ja valot sisätiloissa. Tampere: Paino-Team.

RIHLAMA, Seppo. 1993. Värit ja kuviot ympäristövaikuttajina. Vantaa: Tikkurila Oy.

RIHLAMA, Seppo 1997. Värioppi. 6. painos. Helsinki: Rakennustieto Oy.

RIHLAMA, Seppo 2000. Valaistus ja värit sisustussuunnittelussa. Helsinki: Rakennustieto Oy.

VERHE, Irma 1996. Selkeä ympäristö, Näkövammaisille soveltuvan toimintaympäristön suunnittelu. Helsinki: Rakennusalan Kustantajat RAK.

Kuvaluettelo

Kuva 1: Arvotutkija Martti Puohiniemen arvokehä ja arvojen keskeiset suhteet. (kuva). Kuva: Puohiniemi M, 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva, s.28.

Kuva 2: Arvotutkija Martti Puohiniemen yhdeksänluokkainen typologiakartta. (kuva). Kuva: Puohiniemi M, 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva s. 44.

Kuva 3: Kyselyyn osallistuneiden sukupuolijakauma. (kuva). Excel-taulukko.

Kuva 4: Taulukko 1. kyselyyn osallistuneiden koulutusjakauma. (taulukko). Excel-taulukko.

Kuva 5: Kuvio 2. kyselyyn osallistuneiden keski-ikä. (taulukko). Excel-taulukko.

Kuva 6: Naisten arvomaailmaa kuvaava graafi.

Kuva 7: Miesten arvomaailmaa kuvaava graafi.

Kuva 8: Pohjakuva.

Kuva 9: Tilojen kokonaispinta-ala ja tilajako.

Kuva 10: Itseohjautuvan universalistin mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 11: Itsenäisen mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva12: Individualistisen hedonistin mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 13: Kollektiivisen hedonistin mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 14: Egoistin mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 15: Turvallisuusmielisen mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 16: Turvallisuutta arvostavan universalistin mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 17: Hyväntahtoisen kollektiivisen mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 18: Opportunistin mielikuvakartta, (kuvakooste). Kuva: Pirjo Ryhänen, 2018. Sijainti: tekijän hallussa.

Kuva 19: pehmeä ja orgaaninen muotokieli vastaanottotiskin rakenteissa

Kuva 20: Lattiassa orgaanisen muodon omaava alue toimii kalustetun alueen rajana.

Kuva 21: Eritasoon asetetut riippuvalaisimet toimivat katseenvangitsijoina tuoden tilaan liikkeen tuntua.

Kuva 22: Pehmeä ja orgaaninen muotokieli irtokalusteissa

Kuvat 23,28: Pehmeää ja orgaanista muotokieleltä myös kiintokalusteissa

Kuvat 24, 25: Akustoivaa tilataidetta

Kuva 26: Akustoivaa taidetta tilassa sekä viherkasveja

Kuva 27: Viherkasvien sijoittelua tilassa