SAVONIA
ammattikorkeakoulu

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
KULTTUURIALA

ELÄMÄN MITTAINEN

Uudelleenkäytettävän hääasustekonseptin ideointia merkitysten rakentumisen näkökulmasta

TEKIJÄ Roosa Kumpulainen

Opinnäytetyö
Savonia-ammattikorkeakoulu
Muotoilun tutkinto-ohjelma

03/2024

Elämän mittainen

Uudelleenkäytettävän hääasustekonseptin ideointia merkitysten rakentumisen näkökulmasta

Roosa Kumpulainen

Kuva 1: Aamuaurinko iholla ennen tärkeää päivää (Kumpulainen 2018)

Elämän mittainen

Uudelleenkäytettävän hääasustekonseptin ideointia merkitysten rakentumisen näkökulmasta

Kulttuuriala
Muotoilun tutkinto-ohjelma
Roosa Kumpulainen
31.3.2024
Sivumäärä 55
Ohjaaja Laura Pakarinen

Avainsanat
semantiikka, uudelleenkäytettävä, hääasusteet, konseptisuunnittelu, merkitykset

Tiivistelmä

Opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä ymmärrystä häiden historiasta ja tuotesemantiikasta ja soveltaa tätä tietoa konsepti-ideaan uudelleenkäytettävästä hääasuste kokonaisuudesta. Työn tarkoituksena oli tarkastella malliston suunnittelua merkitysten näkökulmasta. Ymmärryksen luomisen jälkeen konsepti-idean pohjalta tuotettiin haastattelu, jonka havaintoja visualisointiin luonnoskirjaan. Luonnoskirjaan tehtiin benchmark -leikeaukeamia ja idealuonnoksia.

Aihetta lähestyttiin tutustumalla Suomen hää historiaan, symboliikkaan ja merkitysperinteeseen. Nyky hääkulttuuriin ja tämän hetken trendeihin tutustuminen tapahtui kahdilla häämessuilla vierailessa. Tuotesemantiikkaa tarkasteltiin merkitysten näkökulmasta yleisellä tasolla aiheeseen tutustuen. Työssä pohditaan hääasusteiden kertakäyttökulttuurillista ongelmaa ja sitä, kuinka ihmisten käsitystä hääasusteiden elinkaaresta voisi muuttaa merkitysten kautta.

Opinnäytetyön muotoiluprosessin tarkoituksena oli sukeltaa ongelmanasettelu kysymyksen pohdintaan; *Kuinka muotoilla uudelleenkäytettävä hääasuste kokonaisuus niin, että se kulkisi elämässä mukana seuraavatkin merkittävät juhlat?* Muotoiluprosessia ohjasi vastuulliset arvot, tavoite pitkäikäisestä elinkaaresta. Prosessin lopputuloksena syntyi konsepti-idea ja luonnoskirja, joiden työstäminen jatkuu vielä opinnäytetyön jälkeen. Tuotesemantiikkaan perehtyminen avasi ymmärrystä siitä, kuinka merkitysten tarkastelua muotoiluprosessissa voisi hyödyntää ja kuinka tällä voitaisiin saavuttaa parempia käyttäjän ja tuotteen välisiä kokemuksia.

Life-long

Ideation of a reusable wedding accessory concept from the point of view of the construction of meanings

Culture
Degree Programme in Design
Roosa Kumpulainen
March 31, 2024
Number of pages 55
Supervisor Laura Pakarinen

Keywords
semantics, reusable, wedding accessories, concept design, meanings

Abstract

The aim of the thesis was to gather an understanding of the history and product semantics of weddings and apply this knowledge to the concept idea of a reusable wedding accessory. The purpose of the work was to examine the design of the collection from the point of view of meanings. After creating an understanding, an interview was produced based on the concept idea, the observations of which were visualized in a sketchbook. Benchmark scrapbook pages and idea sketches were made in the sketchbook.

The topic was approached by getting to know the history, symbolism and meaning tradition of Finnish weddings. The author go to know the current wedding culture and current trends by visiting two wedding fairs. Product semantics was examined from the point of view of meanings at a general level, getting to know the topic. The work considers the cultural problem of disposable wedding accessories and how people's perception of the life cycle of wedding accessories could be changed through meanings.

The purpose of the thesis formulation process was to delve into the problem statement and consider the question; *How to design a reusable wedding accessory ensemble so that it will go along with the next significant celebration in life?* The design process was guided by responsible values, the goal of a long life cycle. The end result of the process was a concept idea and a sketch book, which will continue to be worked on even after the thesis. Learning about product semantics opened up an understanding of how the examination of meanings could be used in the design process and how this could achieve better experiences between the user and the product.

Sisällysluettelo

1 JOHDANTO 6
1.1 Avainsanoja 7
1.2 Aiheen valinta ja merkitys 9
1.3 Opinnäytetyön tavoitteet 10

2 HÄÄT taustatutkimuksena 11
2.1 Häiden historia Suomessa 12
2.2 Häiden symboliikka ja merkitysperinne 13
2.3 Hääpaikka ja koristelu 14
2.4 Häälahjat 15
2.5 Morsiuspuku 16
2.6 Omat havainnot ja kokemukset häämessuilta 17

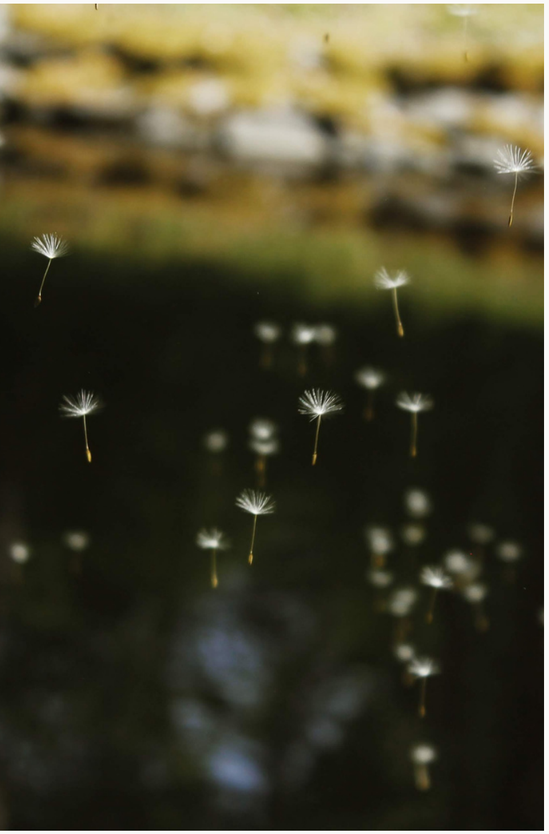
3 MERKITYKSET taustatutkimuksena 20
3.1 Tuotesemantiikasta kiinnostuminen 21
3.2 Tuotesemantiikka ja ongelmanasettelu 22
3.3 Tuotteen merkitys, perinne ja kulttuuri 23
3.4 Merkityksellisyyden syntyminen ja symbolinen ympäristö 24
3.5 Tuotesemantiikan kritisointi 27

4 PROSESSI 28
4.1 Työn lähtökohdat 29
4.2 Lähtökohtien arvoajattelua ja strategiaa 32
4.3 The Collection Design Cycle 35
4.4 Muotoiluprosessi 37

5 LUONNOSKIRJA 39
5.1 Haastattelu ja visualisointi 40
5.2 Benchmark ja visualisointi 43
5.3 Elämän mittainen konsepti-idea luonnoksina 46

6 POHDINTA 50

LÄHTEET 54



Kuva 2: Taianomainen hetki veden äärellä (Kumpulainen 2018)

Kuva 3: Perhonen symboloi iloa ja muutosta (Kumpulainen 2018).

1 Johdanto

Työn tarkoituksena on tarkastella malliston suunnittelua merkityksellisyyden näkökulmasta. Työn tavoitteena on kerätä ymmärrystä häiden historiasta ja tuotesemantiikasta. Ymmärryksen luomisen jälkeen oman kehitysidean pohjalta tuotetaan vertailuanalyysi ja haastattelu, jonka havaintoja visualisoidaan luonnoskirjaan. Työssä pohditaan uudelleenkäytettävien hääasusteiden mahdollisuuksia, niiden kertakäyttökulttuurillista ongelmaa ja sitä, kuinka ihmisten käsitystä hääasusteiden elinkaaresta voisi muuttaa. Työn aihe on valittu, koska häiden kulutustottumuksissa olisi parannettavaa ja aihe kiehtoi itse opinnäytetyöntekijää.

1.1 Avainsanoja

Uudelleenkäytettävä
Uudelleenkäyttö on prosessi, jossa käytöstä poistettua tuotetta, sen osia tai komponentteja käytetään uudelleen samaan tai muuhun tarkoitukseen kuin alkuperäisesti. Tässä tuote ei ole missään välissä jätettä. Uudelleenkäyttöä on myös esimerkiksi vanhojen vaatteiden muokkaaminen ja käyttäminen materiaalina uusien vaatteiden tekemiseen. (Etappi julkaisuaika tuntematon) Uudelleenkäyttö on ehdottomasti myös ekologista toimintaa, koska sillä ehkäistään jätteen syntymistä ja tarvetta uuden materiaalin hankinnalle ja käytölle. (Les Pyy, julkaisuaika tuntematon) Termiä uudelleenkäytettävä käytetään opinnäytetyössä. Sillä tarkoitetaan työssä konsepti idean tuotekehitystä siihen suuntaan, että hääasusteita käytettäisiin uudelleen tulevissakin juhlissa. Aihetta käsitellään luvussa 4.

Symboliikka
Symboli on ymmärrettävissä vain, jos sen merkityksen on oppinut (Väkevä 1987, 22). Symboolikan määritelmä on symbolikieli eli oppi symboleista. Symboliikan tutkija yrittää selvittää symbolien tarkoitusta ja sisältöä. (Tieteen termipankki 2014) Symboli, symbolinen ympäristö ja symboliikkaa käsitellään taustatutkimus kappaleissa 2 ja 3, sillä ne ovat käytettyjä termejä niissä aineistossa.

Tuotesemantiikka
Tuotesemantiikassa tutkitaan esineisiin liittyvää symboliikkaa sekä niiden käyttöön liittyviä psykologisia ja sosiaalisia yhteyksiä. Tuotesematiikan avulla analysoidusta tiedosta on paljon hyötyä muotoilijalle, sillä sen avulla suunnitteluvalintoja tehtäessä tuote voidaan kohdistaa valitulle käyttäjäryhmälle ja lisäksi parantaa ja lajeentaa tuotteiden käytettävyyttä ja esteettistä vastaanottoa (Muotio 2022.) Tuotesemantiikkaa käsitellään opinnäytetyössä tausta-aineistona ja sieltä poimittuja oppeja merkityksellisyyden näkökulmasta sovelletaan omaan konsepti-ideaan. Aihetta käsitellään luvussa 3.

Merkki
Semiotiikan keskeisimpiä käsitteitä on merkki. Jokainen koulukunta määrittelee merkin käsitteen hieman eri tavalla ja jotkut eivät käytä sitä ollenkaan. Merkki edustaa jotain näkymätöntä tai poissaolevaa. Merkki kehittyy tulkinnassa kun ihminen yhdistää mielessään merkin sen tarkoitteeseen. (Väkevä 1987, 17-18) Sanaa merkki käytetään opinnäytetyön luvussa 3, sillä se on yksi keskeinen käsite aineistossa.

1.1 Avainsanoja

Merkityksellisyys
Merkityksellisyyteen liittyy usein ymmärrystä ja universaalimpaa kokemusta oman elämän tärkeydestä, joka saattaa kummuta tulevaisuudesta, menneisyydestä tai tästä hetkestä. Merkityksellisyys on yksi eettisyyden yleiskysymys ja liittyy usein kokemukseen. (Tarjanne-Lekola 2019) Merkityksellisyyttä voi katsoa monesta eri näkökulmasta. Tässä opinnäytetyössä merkityksellisyyttä tarkastellaan malliston suunnittelun kontekstissa luvussa 3, 4 ja 5.

Konseptisuunnittelu
Konsepti tarkoittaa luonnosta. Konseptin tavoitteena on, että katsoja näkee ongelman ratkaisun ja sen pääkohdat: toiminnan, materiaalit, tekniikan, muodon ja värit. Konseptissa ei ratkota vielä yksityiskohtia. Konseptimuotoilun tarkoituksena on, että uusi tuote saa muotoilun periaateratkaisut. (Kettunen 2000, 59)

Konsepti tarkoittaa jäsenneltyä ajatusta, luovaa ideaa ja esitystä siitä, miten konseptisuunnitelma toimii käytännössä. Konsepti on sisältösuunnitelma, jonka tavoitteena on kiteyttää brändin ydin ja arvolupaus kohderyhmää herättäväksi sisällöksi. Konsepteja on erilaisia eri tarkoituksiin, se voi olla kampanjan ydinviesti tai verkkosivujen kantava idea. (Paper Planes julkaisuaika tuntematon) Opinnäytetyössä on tarkoituksena kasata konsepti-ideaa uudelleenkäytettävistä hääasusteista, aihetta käsitellään kappaleessa 4.

Hääasusteet
Häissä käytetään nykyään paljon erilaisia asusteita ja koristeita. Hääasusteita naisilla yleisesti ovat: hiuskoristeet, morsiuskimppu, huntu ja korut. Miehellä: viehe, kravaatti ja rusetti. Yleisiä hääasusteita ovat myös sormustyyny, kaasonrannekkeet, rusetit, nauhat sekä kaikki muu koristelumateriaali. Hääasusteita käsitellään luvussa 4 ja 5.

1.2 Aiheen valinta ja merkitys

Häämailma on kiinnostanut minua aina. Olen kokenut sen kauniiksi, herkäksi ja iloiseksi aiheeksi, toki olen myös itse haaveillut alttarille kävelemisestä. Muistan kuinka luin ihaillen harjoitteluraporttia, kun alamme opiskelija oli ollut Zazabellalla harjoittelussa ja suunnitellut häämekkoja heidän Dazzling-mallistoon.

Kiinnostus hääasusteisiin heräsi alku vuodesta 2024, kun suunnittelin tuttavani save the date -hääkutsua. Suunnitellessani kortin visuaalista ilmettä tajusin, että häämaailmasta voisi löytää inspiroivan opinnäytetyön aiheen. Opinnäytetyön aihepiirin keksittyä lähetin kolmelle eri hääalan yrittäjälle sähköpostia ja kysyin heidän kiinnostusta yhteistyöhön opinnäyteyön osalta. Sain yhden kieltävän vastauksen resurssien johdosta. Muiden vastauksia en jäänyt odottamaan, sillä aika oli rajallinen työn aloituksen suhteen.

Aiheeseen syventymisen aloitin vierailemalla kahdessa eri häämessussa keväällä 2024. Vierailin Kuopiossa Onnen aika -häämessuilla, jotka olivat pienet, enimmäkseen koruihin ja hääalan palveluihin keskittyvä messutapahtuma. Toinen vierailuni oli Helsingissä Love me do Winter Fair -häämessuilla, jotka ovat Suomen suurimmat häämessut.

Messuilta löytyivät kaikki häiden eri osa-alueita koskevat messupisteet, kuitenkin enimmäkseen koru- sekä hääpukuyrittäjiä. Helsingin messuilla pääsin verkostoitumaan eri yrittäjien kanssa. Messujen jälkeen lähdin pallottelemaan aihettani laajemmin. Huomasin hyvin nopeasti, että opinnäytetyön aiheelle oli löytynyt suunta hääasusteista, uudelleenkäytettävyyden ja merkityksellisyyden lisäämisen kautta. Halusin aiheen koskevan asusteita, sillä viimeisimmät projektini koulussa olivat käsitelleet vaatteita.

Koin tärkeäksi valita opinnäytetyön aiheeksi työn, joka olisi merkityksellinen paremman suunnan etsimisessä hääasusteiden maailmassa. Paremmalla tarkoitan pitkäikäisempää. Halusin myös tarkastella aihetta, jolla olisi jonkinlainen markkinapotentiaali, sillä se olisi mahdollinen vaikuttava tekijä työllistymiseen sekä oman ammatti identiteetin kasvuun. Koska häät ovat nykyään valtava bisnes, on sen vastuullisuusnäkökulmat myös huomioitava. Päätin tarkastella häiden historiaa ja malliston suunnittelua merkityksellisyyden näkökulmasta, koska käyttöön liittyvät sosiaaliset ja psykologiset yhteydet, esineiden funktiot, merkitys ja symbolien syntyminen kiehtoivat minua.

1.3 Opinnäytetyön tavoitteet

Työn tarkoituksena on tarkastella malliston suunnittelua merkityksellisyyden näkökulmasta. Työn tavoitteena on rakentaa ymmärrystä häiden historiasta, symboliikasta ja merkitysperinteestä. Ymmärryksen rakentamisen jälkeen kehitysidean pohjalta tuotetaan vertailuanalyysi, jonka havaintoja sekä ideoita visualisoidaan luonnoskirjaan. Työssä pohditaan hääasusteiden kertakäyttökulttuurillista ongelmaa ja sitä, kuinka ihmisten ymmärrystä hääasusteiden elinkaaresta voisi muuttaa.

Tavoitteena on perustella aihevalintaa eri näkökulmista, avata työn tavoitteet ja tarkoitukset. Työssä on tavoitteena pohtia opinnäytetyössä saavutettuja tuloksia ja niiden pohjalta tehdä oikeita johtopäätöksiä. Työn tavoitteena on olla työelämälähtöinen ja osoittaa muotoilunalan tuntemusta. Tavoitteena on oppia prosessin aikana osoittamaan kyky soveltaa tietoa ja osaamista käytännön asiantuntijatehtävässä. Tavoitteena on pohtia kuinka opinnäytetyöprosessi kehitti ammattillisesti sekä kuinka se syventää alan osaamista. Tavoitteena on oppia hallitsemaan kehitystyö kokonaisuutta.

Toiveena on, että opinnäytetyön avaa uusia näkökulmia toimia teollisena muotoilijana. Työn tavoitteena on avata silmiä muotoilun näkökulmasta ja kehittää osaamista ja sen kautta lisätä varmuutta jo olemassa olevista taidoista. Tavoitteena on, että opinnäytetyö vahvistaa oman muotoilunäkemyksen löytämistä. Opinnäytetyö parhaimillaan ohjaa työelämässä uuteen suuntaan ja antaa ponnistusta alalle.

Hääasusteista ei ole tässä rajatussa aihepiirissä aiemmien kirjoitettu opinnäytetyötä. Työ tuo siis Savonia ammattikorkeakoulun opinnäytetyö kokoelmaan uutta näkökulmaa. Semantiikasta, emotionaalisesta muotoilusta ja konseptisuunnittelusta löytyy opinnäytetöitä Suomen laajuisesti.

Kuva 4: Ruusu mielletään rakkauden kukaksi (Kumpulainen 2018)

Kuva 5: Ruusut ovat yleinen valinta morsiuskimppuun (Kumpulainen 2018).

2 Häät

taustatutkimuksena

Häät ovat kahden ihmisen vihkiytymisen juhla. Häitä juhlitaan perinteisesti lähisuvun, ystävien ja perheen kanssa. Häitä järjestetään, koska halutaan sitoutua virallisesti oman puolison kanssa. Tarkastelin häähistoriaa, perinteitä, symboliikkaa ja merkityksiä opinnäytetyön taustatutkimuksena. Päätin tarkastella häiden historiaa ja malliston suunnittelua merkityksellisyyden näkökulmasta, koska käyttöön liittyvät sosiaaliset ja psykologiset yhteydet, esineiden funktiot, merkitys ja symbolien syntyminen kiehtoi minua. Häiden historiaan perehtyminen antoi minulle arvokasta tietoa siitä mitä häiden kulutustottumukset olivat ennen. Perehtyminen aiheeseen johti jo syntyneen oman idean kehittymistä vahvemmaksi.

2.1 Häiden historia Suomessa

Avioliitto oli ennen sukujen välinen sopimus, jossa morsian siirtyi vanhempiensa kotoa sulhasen luo. Taloudellisiin näkökulmiin kiinnitettiin paljon huomiota. Kristillinen kirkko ryhtyi säätelemään avioliittoa. Ruotsi-Suomessa luterilainen avioliitto määrättiin pakolliseksi 1612 vuonna, kirkkolaissa 1686 ja viimein vuonna 1734 valtakunnan laissa. Suomessa siviilivihkiminen on ollut mahdollista 1917 vuodesta saakka. (Kaivola 1994, 9-11)

Avioliiton esteiden tutkinta tulee suorittaa ennen vihkimistä, se kestää seitsemän vuorokautta. Todistus suorituksesta on voimassa neljä kuukautta. Vuoteen 1864 asti kosijan täytyi saada avioliittolupa naisen naittajalta, joka oli lähes aina naisen isä. Samasta vuodesta lähtien, naisen täytettyä 21 vuotta, sai hän mennä naimisiin ilman naittajan suostumusta. Naisen käden pyytämisestä oli syntynyt tapa ja sitä jatkettiin ehkä kohteliaisuudesta vielä 1900-luvun puolelle. Kosintaa pohjusti yleensä maalla ennakkotiedustelu, tämän jälkeen lähdettiin kosimaan. Usein puhemies kertoi asian, sulhanen saattoi olla mukana näytteenä tai ei ollenkaan paikalla. Usein kosittiin syksyn puolella. Kosintaretkelle lähdettiiin parhaalla hevosella, salassa ja myöhään. Matkaan otettiin **kihlat**, sormus, huivi, hopearahoja ja varojen mukaan muutakin. (Kaivola 1994, 9-11)

Puhemies kysyi asiaa naisen vanhemmilta ja nainen kutsuttiin paikalle, mikäli vanhemmat myöntyivät. Puhemies jatkoi sulhasen mainostamista ja kihlat annettiin naiselle. Nainen saattoi ottaa kihlat usealtakin kosijalta, mutta hänen piti palauttaa ne lyhyen harkinta-ajan jälkeen, mikäli tarjous ei miellyttänyt. Työläiset ja palvelusväki eivät käyttäneet puhemiestä vaan kihlautuivat itsenäisesti. (Kaivola 1994, 9-11)

Kihlaus oli sitova ja sen purkaminen oli mahdollinen vain oikeuden päätöksellä. Keskiajalla ja 1500- ja 1600-luvulla pappi toimitti kihlaus tilaisuuden, jossa oli sulhasen isä ja morsiammen naittaja parin lisäksi. Kihlaus vahvistettiin kädenlyönnille jonka jälkeen pari vaihtoi kaksistaan kihlaesineitä. Kihlauksesta ei ennen edes säätyläispiireissäkään paljoa ilmoiteltu, ennemmin salailtiin, mutta 1880-luvulla lehtiin alettiin laittamaan kihlailmoituksia. (Kaivola 1994, 9-11)

2.2 Häiden symboliikka ja merkitysperinne

Kapiot ovat vaate-esineitä, joita sekä säätyläis- että talonpoikaismorsiamen piti tuoda mukanaan naimisiin mennessään osalta myötäjäisiä. Myötäjäiset olivat ikäänkuin ennakkoperintöä. Kapioihin kuului vaatteita morsiammelle itselleen ainakin avioliiton alkuvuosiksi, lakanoita, pyykeitä, liinavaatteita ja vuodepeitteitä, näin aviomiehen ei tarvinnut käyttää varojaan vaimon vaatettamiseen (Terttu Kaivola 1994, 16.)

Sormus edustaa ikuisuutta ja täydellisyyttä, kahden ihmisen välisen liiton symbolina. Nimenomaan naisen ja miehen välisen liiton merkkinä sormusta ovat käyttäneet jo juutalaiset ja roomalaiset. Kristityt ottivat sormusten käytön kihlauksen merkkinä keskiajalla roomalaisilta. Sormukset ovat olleet koristeltuja tai yksinkertaisia, hopesia, kultaisia tai jotain halvempaa materiaalia. Kihlasormusten käyttö saapui Pohjoismaihin vasta 1500-luvulla, niiltä ajoilta on tietoa, että varakkaat sulhaset antoivat sormuksen kihlatulleen. (Kaivola 1994, 17-19.)

Kansanomainen kihlauksen todentaminen oli ennen sormuksen yleistymistä kädenlyönti. Ensin sulhanen ja morsiamen naittaja kättelivät, sitten sulhanen ja morsian. Tästä on syntynyt sanonta “käden pyytämisestä” ja usein tunnistettava **kuvasymboli yhteenliitetyistä käsistä**. Suomessa olivat kauan uudella ajallakin usein keskiaikaista tyyppiä olevat uskonnollisten symbolien koristamat hope- ja kultaosormukset. 1500-luvun puolimaissa ilmestyi “uskollisuus”-sormus, jota koristi sydän ja yhteenliitetyt kädet. 1600-luvulla alkoi ilmestyä sileitä sormuksia sekä tapa antaa kaksi sormusta. Arvokkaat sormukset saatettiin joutua kuitenkin myymään liiton aikana ruokarahan puutteessa. Sormuksiin on kaiverrettu jo varhain pariskunnan nimet tai nimikirjaimet. Kihlasormukset ovat usein sileitä, mutta nykyään sormuksiin upotetaan paljon timantteja ja muita kiviä osoittamaan ikään kuin komeita häitä ja muotitietoisuutta. (Kaivola 1994, 17-19.)

2.3 Hääpaikka ja koristelu

Kukat ja kynttilät *ovat yleistä koristelumateriaalia sekä kirkossa että hääjuhlassa. Amerikkalaisittain on viime aikoina häissä alettu käyttämään ilmpalloja, rusetteja ja nauhoja, joilla voidaan esimerkiksi koristella hääparin auto. (Kaivola 1994, 27-28.)*

Entisajan häissä kynttilöillä valaistiin talvea, jotta hääpari näyttäytyisi odottavalle joukolle. Kattoon ripustettiin **kynttiläkruunuja ja himmeleitä**. Talvella lattiat koristeltiin havuilla ja kesällä lehtipuiden oksilla sekä lehdillä. 1900-luvulle saakka häitä varten on punottu köynnöksiä **katajan- tai kuusenoksista, katinlieosta, puolukanvarvuista, kukista ja saniaisista**. Koristeita ripustettiin katonrajaan ja talon ulkoseinille. Köynnöksestä saatettiin muotoilla nimikirjaimia tai lauseita. Savupirttiaikana tummuneet savutuvan seinät saatettiiin häitä varten piiluta valkoiseksi. Häätuvan seinät on saatettu päällystää päreillä. Ylellinen läntinen tapa oli vuorata häähuoneiden seinät ja katto naulaamalla niihin lakanoita, joiden päälle aseteltiin **hapsuhuiveja, ryijyjä, tekokukkia, peilejä, tauluja ja valokuvia**. (Kaivola, 1994 27-28.)

Vihkipaikalla lattialle on pantu ryijy ja sen päälle **vihkipallit** liinoilla tai tyynyillä koristellut jakkarat, joille vihkipari polvistui. Kuten juhannuksenakin pihamaalle pystytettiin hääkoristeeksi koivuja ja lehtimaja. Länsi-Suomessa on käytetty **hääsalkoja**, kokonaan tai osittain karsittuja kuusenrunkoja, jotka saatettiin koristella köynnöksillä tai paperi- ja kangassoiroilla. Lipputankoon kiinnitettiin kirjavia lippuja, maan itsenäistyttyä Suomen lippu. Häävieraat vastaanotti latvoista yhteen taivutetuista puunrungoista rakennettu kunniaportti, joka oli ylhäältä koristeltu. (Kaivola 1994, 27-28.)

Lahjaksi saatettiin antaa omatekemä taulu johon oli maalattu kukkasia ja ornamenttejä sekä kirjoitettu hääparin nimet. Vihkitilaisuuden pidettäessä kotona, tehtiin vihkipaikan yläpuolella “morsiantaivas” suurista huiveista, joista hapsut riippuisivat alaspäin. Morsiusparin kohdalle, hääparin yläpuolelle saatettiiin tehdä toinen morsiustaivas tai seppele. (Kaivola 1994, 27-28.)

2.4 Häälahjat

Kihloihin mentäessä *morsian ja sulhanen lahjoittivat toisilleen kihlasormuksen, sulhanen osti morsiammelle vihkisormuksen ja morsiuskimpun ja mahdollisesti vielä huomenlahjan korun vihkimisen jälkeen. Hääparin sukulaiset ja ystävät lahjoittivat porukalla tai yksin hääparille käyttötavaroita, sekkejä ja lahjakortteja. (Kaivola 1994, 36-38.)*

Parin on mahdollista laatia toivomuslista **häälahjoista**, jonka häissä avustavat toimittavat vieraille. Nuoripari kiitti tavallisesti lahjanantajaa lähettämällä heille hääkuvansa. Varhaisimpina aikoina **talonpoikaiseen naimisiinmenoon** liittyi lahjojen antoa, moninaisempaa kuin nykyään. Kihloiksi sulhanen antoi morsiamelle sormuksen, silkkihuivin ja muitakin lahjoja varojen mukaan. Morsiamen isälle ja puhemiehelle sulhanen antoi viinapullon ja morsiamen äidille yleensä pukukankaan. Varkempina aikoina morsian ei ostanut sormusta sulhaselle. Teki tälle vaikka itse paidan tai vihkipuvun. (Kaivola 1994, 36-38.)

Morsiamen kuului antaa sulhasen suvulle ja jopa koko hääseurueelle vaatelahjoja, jotka valmisti itse. Lahjoja olivat lapaset, nenäliinat, pirtanauhat, huivit ja esiliinat, kalleimmat lahjat annettiin sulhasen vanhemmille. Tapa juontaa juurensa ainakin 2000 vuoden taakse. Morsiammen antamat lahjat olivat eräänlaista näytettä ja mainostusta hänen käsityötaidoistaan, joka oli tärkeää **omavaraistalouden** aikaan. Lahja annettiin myös puhemiehelle. (Kaivola 1994, 36-38.)

Ostolahjat yleistyivät maalaisväestön häissä 1900-luvun alkukymmeninä. Oli morsian köyhä tai rikas, tuli hänen jo kihlausaikana kiertää vanhemman naishenkilön kanssa lähialueilla keräten morsiamenapua. Morsiamelle lahjoitettiin erilaisia kankaita, joista hän valmisti kapioita ja morsiamenanteja. Morsiamenapuja on kerätty jo 1500-luvulta asti ja tietoa siitä löytyy vielä 1930-luvulta. Naapurit ja häävieraat toivat lahjaksi ruokaa, lahjaksi annettiin vanhoissa suomalaisissa talonpoikasihäissä rahalahjoina tai lupauksina. Lupaukset saattoivat olla kotieläimiä tai peltotilkkuja. (Kaivola 1994, 36-38.)

944 Morsiamen kirja suosittelee häälahjaksi hyvänlaatuisia kotimaisia lasi- ja posliiniesineitä, tietosanakirja, mehuttaja tai vaikka rex-keittiön. Morsiamelle voi antaa sukukoristeita, sukuhopeita, muinaisesineitä, koruja ja turkiksia. Morsian voi antaa sulhaselle esimerkiksi matkalaukun. (Kaivola 1994, 40-41.)

2.5 Morsiuspuku

Morsiuspuku on nykyään roolipuku, jolla ei ole mitään muuta käyttöä. Puku joko teetetään, ostetaan tai vuokrataan vain hääpäivää varten. (Kaivola 1994, 41-44.)

Romanttinen häämuoti alkoi 1980-luvulla, jolloin suosituin häämekko oli prinsessamallinen kapeavyötäröinen, puhvihihainen, runsaasti koristeltu valkea täysipitkä puku, ehkä vielä huntu, hiuskoristeita ja ehdottomasti morsiuskimppu. Runsaasti julkisuutta saaneet seurapiirihäät saattoivat vaihdittaa tätä ilmiötä, kuten esimerkiksi **Englannin prinssi Charlesin ja Dianan** seremonia. Ennen ajateltiin, että valkea morsiupuku ja huntu kuuluivat neitsytmorsiammille, nykyään tämä on vanhoillinen ajatus. Valkea puku ja huntu ovat perinne ja ainakin ensimmäistä kertaa vihittäessä luonnollinen asuvalinta. Morsiuspuvun näyttävyydellä halutaan ilmaista varakkuutta, kapea vyötäröisyyttä sillä ettei luulla, että häät järjestetään vauvan tulon takia. (Kaivola 1994, 41-44.)

Ennen morsiuspuku ei eronnut tavallisesta trendikkäästä juhlapuvusta. Kun morsiamelle oli hankittu uusi puku, se pysyi hänen parhaana pukunaan niin kauan kuin mahtui hänen ylleen. Tämän jälkeen se siirtyi esimerkiksi tyttärelle perinnöksi. Puvun lisänä olleet kruunu, seppele ja morsiuskorut tekivät kokonaisuudesta hääpuvun. Morsiuspuvut olivat aikansa muotipukuja, ne eivät aina olleet valkoisia vaan ajankohdan muotivärejä ja kankaita. (Kaivola 1994, 41-44.)

1600-luvun häät kestivät monta päivää ja morsiammella oli eri **hääpuku jokaisena juhlapäivänä**. Valkoiset morsiupuvut alkoivat tehdä tuloaan 1700-luvulla, uusklassisessa muotivaiheessa, tällöin valkea väri alkoi symboloida viattomuutta. Morsiuhuntu rantautui 1800-luvun alkupuolella yhä yleisemmäksi. Aikansa tyypillinen itämainen romantiikka, orientalismi vaikutti tähän todennäköisesti. Alkujaan huntu oli pieni pitsialunen hiusten tekokukille, mutta pian siitä kehittyi suuri, pitkä pitsihuntu. (Kaivola 1994, 41-44.)

2.6 Omat havainnot ja kokemukset häämessuilta

Häät, häiden suunnittelu, koristeet ja asusteet, hääpuvut ja koko häämailma on nykypäivänä valtava bisnes. Pääsin itse todistamaan tätä Helsingissä keväällä 2024, kun vierailin ***Love me Do Winter Fair*** *-häämessuilla.*

Messut järjestettiin Kaapelitehtaalla Helsingissä, jossa valtava tila mahdollistaa erilaisille tapahtumille toimivan tilan. Kaapelitehdas oli täynnä iloisia ja innokkaita hääalanyrittäjiä, joista lähes jokainen kysyi “milloin menette naimisiin?, tarjosi tämän jälkeen palveluitaan ja ohjasi osallistumaan arvontaan. **Arvonnoissa** jaettiin palkinnoiksi koruja, valokuvauspalveluita, lahjakortteja, majoitusmahdollisuuksia, polttariaktiviteetteja, hääasusteita, stailauspalveluita, kukkakimppuja, kuljetusvaihtoehtoja ja kaikkea muuta mitä voi vain kuvitella tarvitsevansa häähumun keskellä. Arvontojen ehtoina oli usealla pisteellä yrityksen useamman Instagram-tilin seuraaminen, ehkä kuvan jakaminen omaan tarinaan ja hashtagien käyttö.

Messupisteillä jaettiin alennuskuponkeja yrityksen palveluihin. Alennuskupongit ja muut edut olivat kuitenkin voimassa vain messujen ajan eli kaksi päivää.

Koska häät voivat olla todella iso kuluerä, on mielestäni kohtuutonta(myynnillisesti nerokasta) tarjota ihmiselle kaikki ja vielä vähän enemmän, mutta vaatia kuitenkin ostopäätöstä niin hektisessä tilanteessa tai sinä samana viikonloppuna, koska saat vain nyt jonkun edun. Varsinkin jos haluat tehdä vastuullisen valinnan palveluiden tai tuotteiden suhteen huomioiden sen hinnan, tulee ihmisellä olla aikaa puntaroida vaihtoehtoja.

Ymmärrän, että häämessuille lähdetään usein inspiraatio- ja ihastelukävelylle, mutta voin kyllä sanoa, että moni oli messuilla selvästi ostohousut jalassa.

Näin onneksi yrityksiä joilla ei ollut arvontoja tai etukuponkeja jaossa, vaan he tarjosivat käyntikortin ja kertoivat avoimesti yrityksen toiminnasta. Isojen ja pitkän linjan yrittäjien joukosta löytyi myös aivan uusia hää- tai tapahtuma-alan yrittäjiä. Tämä oli mahtava huomata, koska uskon, että messuille on pitkä jono yrittäjien puolesta. Messuilla oli nähtävissä myös hääasusteita, joita opinnäytetyöni käsitteleee uudelleenkäytettävyyden näkökulmasta. Asusteet olivat pääasiassa erilasia hiusasusteita.

2.6 Omat havainnot ja kokemukset häämessuilta

Joukosta löytyi yrittäjiä, joilla oli pehmeämpiä palveluita kaiken sen kaupallisuuden keskellä, kuten energiahoitoja ja stressimeditaatio palveluita. Tällaisia palveluita tarvitaankin enemmän ja kuluttajilta niihin uskomista, sillä ihmiset ovat vain enemmissä määrin stressaantuneita, uupuneita, ylisuorittajia, jolloin häiden järjestelystäkin saattaa tulla arjen toinen työ. Häät ovat kuitenkin ihana, herkkä ja merkityksellinen askel elämässä, jossa tulee olla lempeyttä ja harkintaa matkassa.

Nykyään näin **sosiaalisen median aikakaudella** tehdään häille myös omia Instagram-tilejä. Pariskunta saattaa pitää tiliä yllä 2-1 vuotta ennen häitä ja tilin huipentuma tapahtuu hääpäivänä, josta kaikki kokemukset jaetaan nettiin. Pari julkaisee häiden suunnittelun matkan varrelta sisältöä, vinkkejä, tekevät yhteistyötä yritysten kanssa ja niin edelleen. Tutustuin muun muassa häälehtien kautta nykypäivän häihin, somehäävaikuttajiin ja huomasinkin, että lähes jokaisessa lehdessä nostettujen hääparin hääbudjetti oli yli **20 000 euroa**. Summa on aivan puistattava. Täytyy kuitenkin muistaa, että häälehtiin nostetut hääparin ovat vain yksittäisiä pareja muiden pienempien häiden joukossa ja tässä maailman tilanteessa kaikki maksaa, varsinkin jos haluat unelmiesi häät.

Häitä varten saatetaan hankkia useampi häämekko. Jotkut morsiamet eivät ole varmoja ensimmäisestä valinnastaan ja tämän johdosta hankkivat toisen. Jotkut morsiamet tilaavat varalle jonkun puvun ja toiseksi puvuksi ostavat sitten esimerkiksi arvokkaamman puvun. Kuitenkin myös yllättävän unelmiensa häitä järjestävä hankkii usean puvun hääpäivän eri vaiheisiin. On erikseen seremonia-, vastaanotto- ja iltapuku. Jokainen näistä on kallis hääpuku ja se vaihdetaan mielestäni täysin näyttävyyden ja huomion takia. On vastuutonta hankkia useita hääpukuja joita käyttää vain yhden kerran, yhtenä päivänä elämästään.

Mielestäni tulisi valita yksi itselleen täydellinen vuokra- tai omistuspuku. Koruilla, asusteilla ja kenkillä voi täydentää kokonaisuuden ilmettä. Koska kenkiä, koruja ja asusteita todennäköisesti käyttääkin hääpäivän jälkeen, on se huomattavasti vastuullisempi valinta. Tätä tapaa käytettiinkin pitkään Suomen hää historiassa, siitä kerrotaan luvussa 2.3.

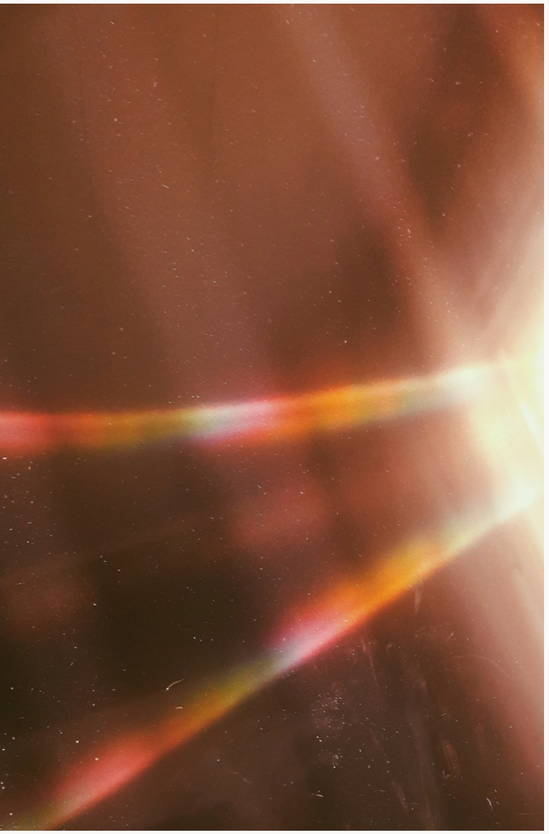
2.6 Omat havainnot ja kokemukset häämessuilta

Lähi vuosina häätrendeissä on näkynyt erilaisia hääperinteistä vapautumisesta kertovia tarinoita. Hääparit ovat enemmissä määrin rohkeammin päättäneet panostaa vain itselle tärkeisiin asioihin. 2024 häätrendi ennusteissa maailmalta näyttää palaavan luksushäiden into. Nyt hääpareille luksus on jotain erilaista ja uniikkia extraa, mitä ei löydy normiarjesta. Trendiennusteita vuoden 2024 häistä on monikromaattiset värit, selkeä linjaiset asut ja asusteet, Build a Bride -tyyli, pienemmät häät, uniikit vieraskirjat, cocktail hour, omatekemät vihkivalat, lapsimorsiusneitojen tilalla kukkaisneitona joku myy tärkeä häävieras, iltaruokana muuta kuin hääillallisen jämiä sekä hääkukkien kuivatus. (Häät.fi 2023)

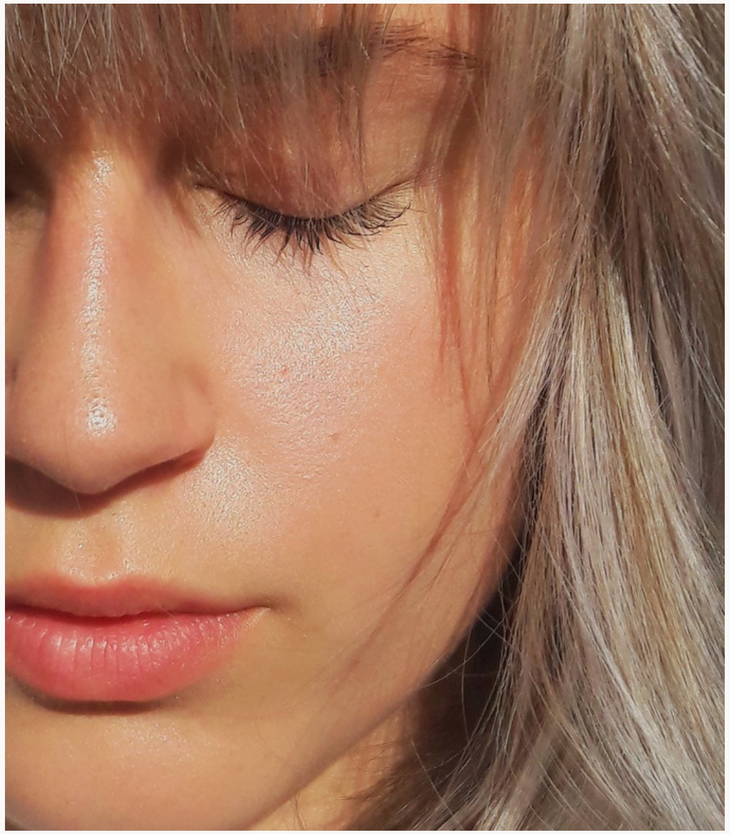
Jos kapion tapaista perinnettä jatkettaisiin nykypäivänäkin voitaisiin **kulutustottumuksiin** vaikuttaa pitkällä tähtäimellä, koska tarkoituksena olisi säästää avioliittoon sitouduttua. Häiden historiaa tutkiessa voimme huomatakin, että häälahjat olivat ennen hyvin paljon käytännöllisempiä(luku 2.4) kuin nykyään. 2024 yleisiä häälahjoja ovat arvoesineet, elämyslahjat ja rahan antaminen häämatkaa varten.

Häämaailmaan tutustuessa olen löytänyt muun muassa häävalokuvaajan, joka kuvaa vain intiimejä häitä saavuttaakseen merkittävän kokemuksen itse sekä tuottamalla sen saman materiaalin kuvien ja videoiden kautta hääparille. Alalta löytyy myös useita suomalaisia hääalanyrittäjiä, jotka tekevät esimerkiksi käytetyistä pitsikankaista hääpukuja ainoastaan tilaustyönä, jolloin he eivät tuota jatkuvasti uusia mallistoja.

Merkityksellisyyden näkökulmasta on häiden kulutustottumuksissa ja valinnoissa paljon kehitettävää. Häätuotteisiin tulisi saada sisällytettyä enemmän **tunnearvoa** ja kiertokulku ajatusta. Kun välitämme jostain tuotteesta, pidämme sen kiertokulussa pidempää ja näin tuote saa pitkäikäisen elämän. Uudelleenkäytettävä, merkityksellinen tuotekehitys hääasusteiden saralla voisi olla yksi ratkaisu kertakäyttökulttuuriin.



Kuva 6: Prisma ilta-auringon viimeisissä säteissä (Kumpulainen 2018)



Kuva 7: Häävalokuvaus on usein osa hääpäivää (Kumpulainen 2018).

3 Merkitykset

taustatutkimuksena

Merkitys tuotteen taustalla voi olla monisyinen. Tuotteen merkityksen määrittelee tulkitseva yleisö, ei suunnittelija tai käyttäjä. Näkökulmani opinnäytetyössä oli tarkastella tuotesemantiikkaa malliston muotoilun ja hääasusteiden kautta, pohtia aihetta työn ympärillä ja löytää mahdollisia ratkaisuja hääasusteiden kertakäyttökulttuurilliseen ongelmaan. Pohdin kuinka aiheen kulutustottumuksen voisi ratkaista muotoilun menetelmin ja keinoin. Pohdin merkityksiä ja sitä kuinka ihminen tarvitsee syyn pitää, säilyttää ja huolehtia jostain esineestä ja kuinka oma konsepti-ideani voisi aiheen kautta kehittyä. Perehtyminen aiheeseen johti suunnitteluratkaisujen kriittiseen tarkasteluun ja samalla oman muotoilufilosifian kehittymiseen.

3.1 Tuotesemantiikasta kiinnostuminen

Tuotesemantiikan tarkastelu opinnäytetyössäni alkoi, kun en saanut alkuperäisestä ideastani, emotionaalisen muotoilun käsitteistä kiinni työn kontekstissa.

Tajuttuani aiheen tutkivan merkityksiä, tuotteiden funktioita olin varma, että tässä on aihe jota haluan tarkastella. Semiotiikka, semantiikka ja tuotesemantiikka ovat minulle uusi aihepiiri, siksi tarkastelen käsitteitä yleisellä tasolla pääasiassa Väkevän (1987) teoksen pohjalta. Aihe kiinnostaa minua merkityksien kautta ja siksi olen valinnut sen yhdeksi opinnäytetyöni taustatutkimuslähteeksi.

Koen itse tarvetta löytää syitä ja selityksiä, miksi pidän asioista niinkuin pidän. Olen huomannut että yleensä tuotteella on jokin syvempi merkitys esimerkiksi lahjaksi saatu esine, perintötavara tai itsetekemä tuote. Tuotteilla on tarkoitus ja merkitys, joita me ihmiset luemme ja käsittelemme eri tavalla.

Merkityksellisyys oli siis alusta asti yksi työni pääsyistä, avainajatuksista ja mahdollinen ratkaisija. Merkityksellisyys on tärkeä näkökulma työni kannalta, koska se kantaa muotoiluajatustani, ratkaisuideaa siitä, kuinka tuotteiden, erityisesti hääasusteiden elinkaarta voisi pidentää. Lähdin tarkastelemaan aihetta tuotesemantiikan kautta.

Valitsin Väkevän (1987) lähteeksi, koska teos sukeltaa heti semantiikan historiaan ja kertoo sen syntymisestä sekä siitä, kuinka se on rantautunut Suomeen. Teos oli mielenkiintoinen, asiapitoinen, luotettava ja ammattimainen. Alkuun käsittelyssä oli muitakin aiheen lähteitä, mutta päädyin Väkevän (1987) teokseen sen kompaktiuden takia.

3.2 Tuotesemantiikka ja ongelmanasettelu

1970-luvulla Helsingissä alkoi kehittyä Euroopasta levinnyt semiotiikasta kiinnostuneisuus, samoihin aikoihin semiotiikka termiä alettiin käyttämään kansainvälisesti. 1979 Suomessa perustettiin Suomen Semiotiikan seura. Semiotiikka on alkanut vaikuttaa Suomessa 1980-luvulla. De Saussure määritteli semiologian tieteeksi, joka tutkii merkkien elämää yhteiskunnassa. Näin ollen semiologia olisi osa psykologiaa ja kielitiede ainoastaan osa semiologiaa. (Väkevä 1987, 15-17)

Tuotesemantiikka käsite on kehittynyt Yhdysvalloissa luvun 1980 alussa selittämään melkein kolmenkymmenen vuoden ajan kehittynyttä muotoilun kehitysaskelta. Merkityksenmuodostuksen ja viestinnällisten ominaisuuksien tutkimus alkoi Saksassa muotoilukorkeakoulussa Hochschule für Gestaltungissa Ulmissa 1950- ja 60-lukujen vaihteessa. Samoihin aikoihin Peirce identifioi semiotiikaksi formaalin merkkioppinsa. Alun alkaen de Saussure painotti merkin sosiaalista luonnetta ja Peirce loogisia toimintoja. Moni tästä koulusta valmistunut muotoilija toimi korkeakoulujen teollisen muotoilun professoreina. Tomás Maldonadon ja Gui Bonsiepen tutkimuksen työ leviää edelleen maailmalla heidän oppilaidensa opettaessa uusia muotoilijoita.

Yhtenä merkittävänä tuotesemantiikan teoreetikkona voidaan pitää entistä Ulmin opiskelijaa **Klaus Krippendorffia**. Hän määrittelee tuotesemantiikan siten, että se tutkii esineiden symbolisia ominaisuuksia niiden sosiaalisissa ja psykologisissa käyttöyhteyksissä, ja soveltaa näin ollen saatua tietoa teolliseen muotoiluun. (Väkevä 1987, 39)

Kirjassa Väkevä (1987, 10) muotoilee työlleen ongelmanasettelu kysymyksen ja pohtii miten tuotteita voi muotoilla niin, että niiden merkitykset ovat käyttäjän tulkittavissa. Valitessani opinnäytetyön aiheen näkökulmaa pohdin hääasusteiden kertakäyttökulttuuria. Olin pohtinut ongelman mahdollisia muotoilullisia ratkaisuja, kuinka voisi muotoilla hääasusteita niin, että ne olisivat käytettävissä häiden jälkeen uudelleen, eri juhliin ja kuinka tämän viestisi käyttäjälleen. Totesin, että asusteen täytyy viestiä laadukkuutta, kestävyyttä ja ajattomuutta. Muotoilin ongelmanasttelu kysymyksen seuraavanlaisesti;

Kuinka muotoilla uudelleekäytettävä hääasustekokonaisuus niin, että se kulkisi elämässä mukana seuraavatkin merkittävät juhlat?

3.3 Tuotteen merkitys, perinne ja kulttuuri

Tuotteen vahva tunneside edellyttää merkityksiä käyttäjälle. Nämä merkitykset voivat olla esimerkiksi perinne. Perinne voi olla tuotteen käyttöön liittyvä tapa esimerkiksi hääpuku, joka on kulkenut suvussa. Perinne tuotteen taustalla voi olla laadultaan henkinen esimerkiksi onneatuova koru, joka puetaan aina tai vain tärkeänä päivänä ikäänkuin siunaamaan onnistumista. Perinne voi olla myös kaukaa historiasta toistuva kaava jonka pohjalta esimerkiksi häät vietetään.

Perinteet liittyy kulttuuriin ja kasvatukseen, perinteisiin toisin sanoen synnytään ja ne opitaan, siksi niillä saattaa olla erittäin vahva merkitys emotionaalisesti. Perinteet ovat myös arvoja ja niitä toteuttamalla uudelleen tehdään arvovalintoja. **Arvovalintoja** johtaa usein merkityksellisyys, tunne sisimmässä valita jokin suunta. Perinteet voivat olla myös tottumuksia, vanhoillisia ja jopa ahdistavia. Perinteitä halutaan nykypäivänä myös rikkoa useastakin syystä esimerkiksi epätasa-arvon tai erilaisuuden huomion herättämiseksi. On myös nähtävissä, kuinka perinteitä tuodaan takaisin ja arvostus niitä kohtaan nousee. Tämä on huomattavissa esimerkiksi Vintage-hääpuku valinnoissa ja mittatilaus hääasujen teettämisessä.

Toki edellämainittujen valintaa voi ohjata myös eettiset arvot. Työtäni pohjustaa suomalainen hääkulttuuriperinne. Perinteen valintaa ohjaa kuitenkin itse käyttäjä, koska hän haluaa saavuttaa tietyn kokemuksen. Hääpäivän kokemuksellisuus onkin asia, jota todella voisi pohtia useastakin eri näkökulmasta. Kuitenkaan tässä opinnäytetyössä sitä ei käsitellä.

Tiesin, että työni kannalta on tärkeää tutkia häiden historiaa, merkitysperinnettä, symboliikkaa, käyttäjää ja häätuotteita, jotta voin kehittää ymmärrystäni siitä, mikä olisi ratkaisu hääasusteiden kertakäyttökulttuurilliselle ongelmalle. Tuotesemantiikan soveltamiselle muotoilussa yhtenä lähtökohtana on ymmärtää ja kerätä tietoa tuotteen käyttäjästä ja sen käyttöyhteydestä. Ihmisen ominaisuuksien ja kulttuurikohtaisten ennakko-odotusten ymmärtäminen tässä kontekstissa on tärkeää. Sosiologia ja psykologia antavat mahdollisuuden löytää arvokasta tietoa tuotesemantiikan käytännön harjoittamiselle. Muotoilijan on tärkeä ymmärtää ja hallita oman kulttuuritaustansa vaikutukset työhönsä. (Väkevä 1987, 11)

3.4 Merkityksellisyyden syntyminen ja symbolinen ympäristö

Ymmärsin, että tuotesemantiikan kautta malliston suunnittelun tarkastelu tuo esiin lisää ristiriitoja. Tuotesemantiikka ei tarjoa ratkaisua ennaltamäärättyyn lopputulokseen, sillä tuotemuotoilun ratkaisujen valinnat tarvitsevat vahvaa ymmärystä käyttäjästä ja tuotteen tarkoituksesta.

Väkevä pohtii miten kielitieteen ehdoilla kehitetty semiotiikka on sovellettavissa materiaalisiin esineisiin erilaisista lähtökohdista välittämättä. Lisäksi hän pohtii esinejärjestelmän käsittelyä kielenä, millaiselle sanastolle se perustuisi. Hän toteaa, että esineiden järjestelmää voisi pitää hypoteettisesti kielenä ja esineiden valmistusta, suuunnittelua, myyntiä ja käyttöä kommunikaatioakteina. (Väkevä 1987, 28)

Muotoilijat kykenevät hallitsemaan paremmin tuote- ja ympäristösuunnitteluun liittyviä inhimillisiä tekijöitä tuotesemantiikan tarjoaman ajatusmallin kautta. Tuotesemantiikan ansiosta muotoilijat voivat hajottaa monimutkaisen teknologian myytin, helpottaa tuotteiden ja niiden käyttäjien välistä vuorovaikutusta ja saavuttaa mieluisammat itseilmaisun mahdollisuudet. (Väkevä 1987, 40-41)

Tuotesemantiikan **symbolisella ympäristöllä tarkoitetaan** tuotteen käyttöön liittyviä sosiaalisia, psykologisa ja kulttuurisia tekijöitä. Tuotesemantiikkaa soveltamalla yritetään huolehtia tuotteen soveltumisesta tuotteelle tyypilliseen ympäristöön ja sen tuotekielen viestinnän ymmärrettävyydestä ympäristössämme. Tuotteen muoto viestii itseään sekä sen laajemmista käyttöyhteyksistä. Tuotteen käyttäjä tulkitsee viestejä verrataessaan aikaisempia kokemuksia ja ympäristöä havaintoonsa. Tuotteen muoto ei pelkästään selitä sen olemusta tai tarkoitusta vaan sen käyttäjän ymmärtämien viestien kokonaisuudesta. (Väkevä 1987, 40-41). Esimerkiksi ovenkahva viestii käyttäjälleen siihen tarttumisesta ja oven avaamisesta painaessa kahvaa alas.

3.4 Merkityksellisyyden syntyminen ja symbolinen ympäristö

Muotoilua pystytään arvioimaan kommunikaatioina, jonka viestit muodostuvat tuotteen symbolisista ominaisuuksista. Muotovalinnoilla voi viestiä käyttötarkoituksen lisäksi tuotteen mahdollisista käyttötavoista, kulttuuriperinnöstä tai muotoilijan kokemuksista ja tyylistä. Ominaisen tuotekielen kehittäminen on jossain määrin mahdollista, mutta viestin perillemeno on käyttäjän oman tulkinnan varassa. Muotoilija ei ole täysin vastuussa tuotteen lopullisesta hahmosta, mutta muotoilijaa voidaan pitää merkittävimpänä vaikuttajana. (Väkevä 1987, 43)

Ulmin entiset opiskelijat Klaus Krippendorf ja Reinhart Butter asettivat tuotesemantiikan tavoitteiksi kehittää sellaisia tutkimusmenetelmiä, jotka eivät synnytä rajoittavia väärin tai oikein-asetelmia, vaan näyttäisivät käyttökelpoiset vaihtoehdot. **Konkreettiset havainnot ja kokemukset tuotteen ja käyttäjän välisen vuorovaikutuksen malleista** ovat tulevaisuudessa välttämättömiä, jotta tuotteen symbolisia ominaisuuksia kuvaava kieli voi kehittyä. (Väkevä 1987,39 ja 46)

Tuotesemantiikka ei oikeuta tunkeutumista käyttäjän yksityiselämään. Tuotesemantiikka ei ole ainoastaan psykologisoitua uusfunktionalismia, se on tuotteiden ja ihmisen välisessä vuorovaikutuksessa esiintyvien merkitysten tutkimusta, joka ei määräydy tiettyyn tyylisuuntaan. Tuotesemantiikkaa soveltamalla voimme avartaa mielikuvitustamme ja välttää epäonnistumisia, niissä tapauksissa joissa syy liittyy tuotteiden symbolisiin ominaisuuksiin. **Lopputuloksena** pystymme tavoittelemaan tuotteita jotka ovat helposti tunnistettavia, käyttötarkoituksensa paljastavia, käyttötavan etsimistä rohkaisevia sekä harmoniassa symbolisen ympäristönsä kanssa. (Väkevä 1987, 46)

Tuotesemantiikan asiantuntija saksalaisyntyinen, mutta Yhdysvalloissa vaikuttanut Krippendorf kertoo, ettei tuotteita voi ymmärtää tuntematta niiden sosiaalisia ja psykologisia käyttöyhteyksiä. Hän esittää ajatuksen, jonka mukaan tuotteen merkitys on sen kaikkien potentiaalisten käyttöyhteyksien joukko. Oikeanlaatuinen tietoa **käyttäjän kognitiivisista malleista ja mielikuvista** on siis erityisen tärkeää. (Väkevä 1987, 56-57)

3.4 Merkityksellisyyden syntyminen ja symbolinen ympäristö

Kommunikaatiomalli edistää tuotesemantiikkaa välineenä, joka auttaa ymmärtämään tuotteeseen suunniteltavan käyttöinformaation merkityksen. Joka tapauksessa muotoilijan on myönnyttävä tilanteeseen, jossa käyttäjä tulkitsee tuotteen merkityksen tilanteessa täysin odotttamattomalla tavalla. (Väkevä 1987, 56-57)

Merkityksen luominen muotoilussa ei ole täysin ongelmatonta. Tuotteen yleisen merkityksen luo tulkitseva yhteisö, ei valmistaja, suunnittelija tai käyttäjä. Tutkimuksessa havaittuja tuloksia tarkasteltaessa on syytä muistaa, että merkitykset kulttuurin eri järjestelmissä ovat sopimuksenvaraisia, nopeasti muuttuvia ja pätevät usein vain rajatusti määritellyssä joukossa. On myös ymmärrettävä, että erilaiset analyysimenetelmät tuo ilmi sen, minkä analysoija jo tietää. **Muotoilijan on oltava** kattavasti perillä tuottetta käyttävien ihmisten ihmisten ja heidän päätöksentekoonsa vaikuttavien ryhmien luonteesta ja tyyleistä antaa merkitys eri asioille, sillä muotoilija ei voi muotoilla tuotteeseen sen vallitsevaa merkitystä. Rajatun ryhmän mielipidekokonaisuudesta, elämäntavasta sekä heidän suhteessa olemassaoleveniin tuotteisiin voidaan tehdä merkittäviä johtopäätöksiä. (Väkevä 1987, 66-67)

Ihminen rakentaa toimintansa aikaisempiin kokemuksiinsa, havaintoonsa, tietoonsa ja tiettyihin opittuihin tai luontaisiin malleihin. Nämä kaikki vaikuttavat ihmisen suhteeseen tuotteisiin ja niiden käyttämiseen. Edeltävät kokemukset ovat vahvistaneet mentaalii malleja, joiden johdosta tulkinta tapahtuu. (Väkevä 1987, 68)

3.5 Tuotesemantiikan kritisointi

Väkevä kritisoi tuotesemantiikkaa muotoilun näkökulmasta ja toteaa, että teoria on tervetullut teollisen muotoilun konkretisistiseen ilmapiiriin. Tuotteen ymmärtäminen käsitteelliseksi objektiksi muokkaa suunnittelun painopisteen materialiselta tasolta mentaaliselle tasolle, jolloin uusien suunnittelumenetelmien käyttöönotto mahdollistuu ja tietotekniikan parempi hyväksikäyttö sujuvoituu suunnittelussa. Mentaalisella tasolla suunnitteleminen tarkoittaa tuotteen ominaisuuksien määrittelyä ja sen toimintojen strukturointia ensisijaisesti käsitteellisellä tasolla, jolloin nykyinen funktiokeskeisyys korvattaisiin kysymyksellä ihmisen kyvystä ymmärtää ja hyväksikäyttää haluttua toimintoa.(Väkevä 1987, 69)

On siis löydettävä keinot realististen ongelmien löytämiseksi ja olennaisten kysymysten tekemiseksi. Nykyään pystymme helpostikin ratkaista ongelman, on vain tärkeää kyetä löytämään lopputulokseen nähden perusteltu ongelmanasettelu. *Itse muotoilu, tuotteen mentaalisen mallikuvauksen ymmärtäminen teollisuuden määrittämien ehtojen valossa, tulee pysymään yhtä kiehtovana ja vaativana kuin tähänkin asti. Muotoilijan ammattitaidolle asetettavat vaatimukset eivät tule vähenemään vaan päinvastoin. (Väkevä 1987, 69)*

Tuotesemantiikan soveltaminen enemmissä määrin muotoilussa voisi lisätä merkityksellisyyden ja tunnearvon ajattelua suunnitteluvaiheissa. Pelkkä tuotesemantiikka ei tarjoa itsessään riittävän laajaa vastausta käyttäjän valintojen ennustamiseen ja huipputuotteen suunnitteluratkaisujen onnistumiseen. Kuten Väkevä teoksessa (1987, 66-67) sanoo, tulee muotoilijalla olla laaja ja laadukas ymmärrys käyttäjän valintoihin vaikuttaviin tekijöihin, kulttuuriin ja mielikuviin. *Tämän johdosta herkistelytehtävät, monipuoliset haastattelut ja asiakastutkimukset ovat enemmän kuin tärkeintä ja tuleekin pitää osana muotoilua.*

Muotoilu on todellakin psykologista tutkimusta silloin, kun sukelletaan syvälle ihmisen valintoihin vaikuttaviin tekijöihin. Emotionaalinen -ja käyttäjälähtöinen muotoilu tukevatkin tuotesemantiikan soveltamista. **On tärkeää ymmärtää tuotteen symbolinen ympäristö, koska muotoilijan tulisi luoda tuote tarpeeseen ja tarkoitukseen tai kehittää vanhaa paremmaksi käyttökokemukseltaan.** Tuotesemantiikkaan perehtyminen oiva tapa rakentaa omaa muotoiluidentiteettiä vahvempaan suuntaan ja opetella perustelemaan valintoja merkityksillisin syin.

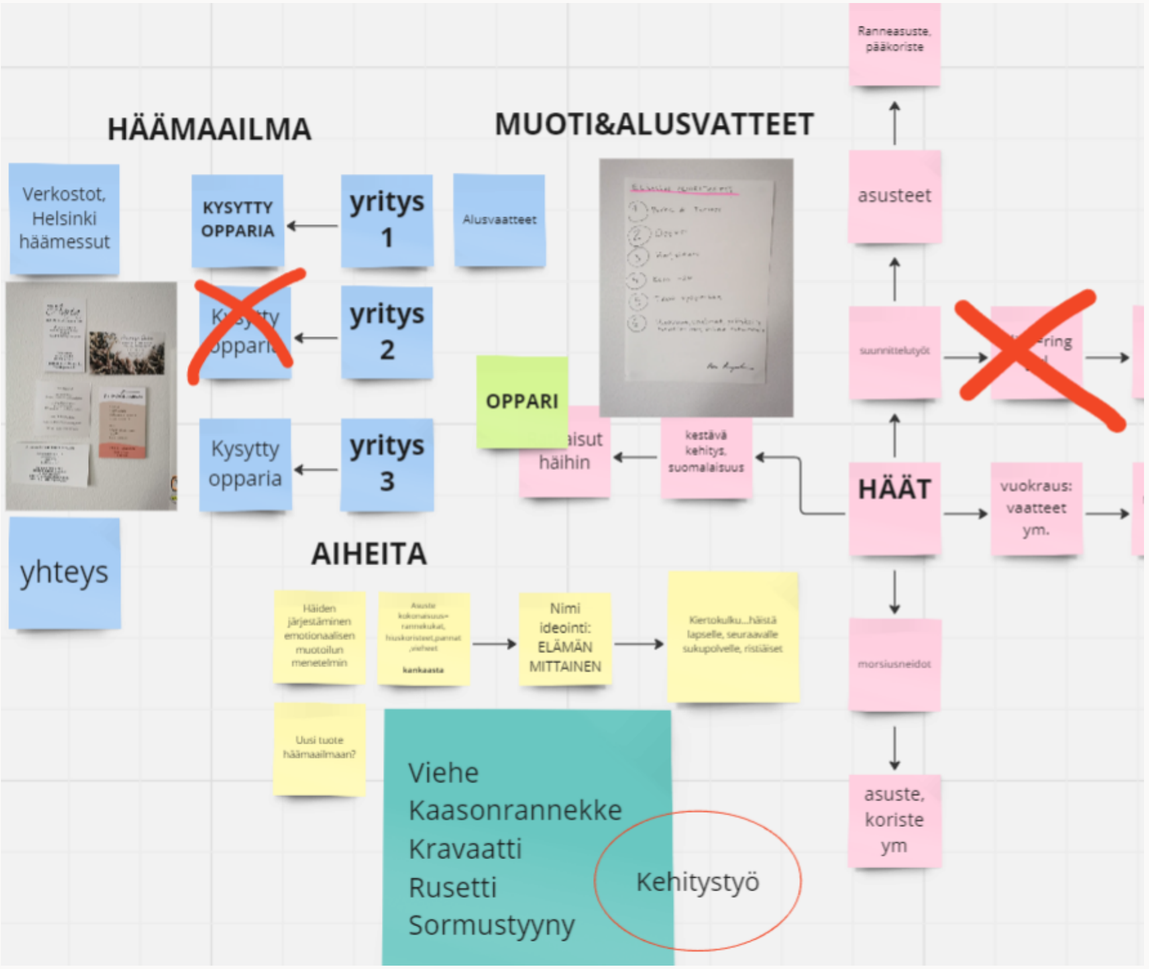
Kuva 8: Valon ja varjon kontrasteja kavoilla (Kumpulainen 2018)

Kuva 9: Voikukan elämänkaari (Kumpulainen 2018)

4 Prosessi

Tässä työssä ajatellaan, että muotoiluprosessi tarkoittaa ennaltasuunniteltua järjestystä toteuttaa jokin luova suunnitelma. Muotoiluprosessi käsittelee työn eri vaiheet. Työn ongelmanasettelu kysymys oli; kuinka muotoilla uudelleenkäytettävä hääasuste kokonaisuus niin, että se kulkisi elämässä mukana seuraavatkin merkittävät juhlat? Muotoiluprosessin lopputuotteena syntyi luonnoskirja, johon oli visualisoitu prosessista nousseita havaintoja ja idealuonnoksia. Muotoiluprosessi ohjasi työskentelyä määrätietoisesti tavoitteisiin.

4.1 Työn lähtökohdat

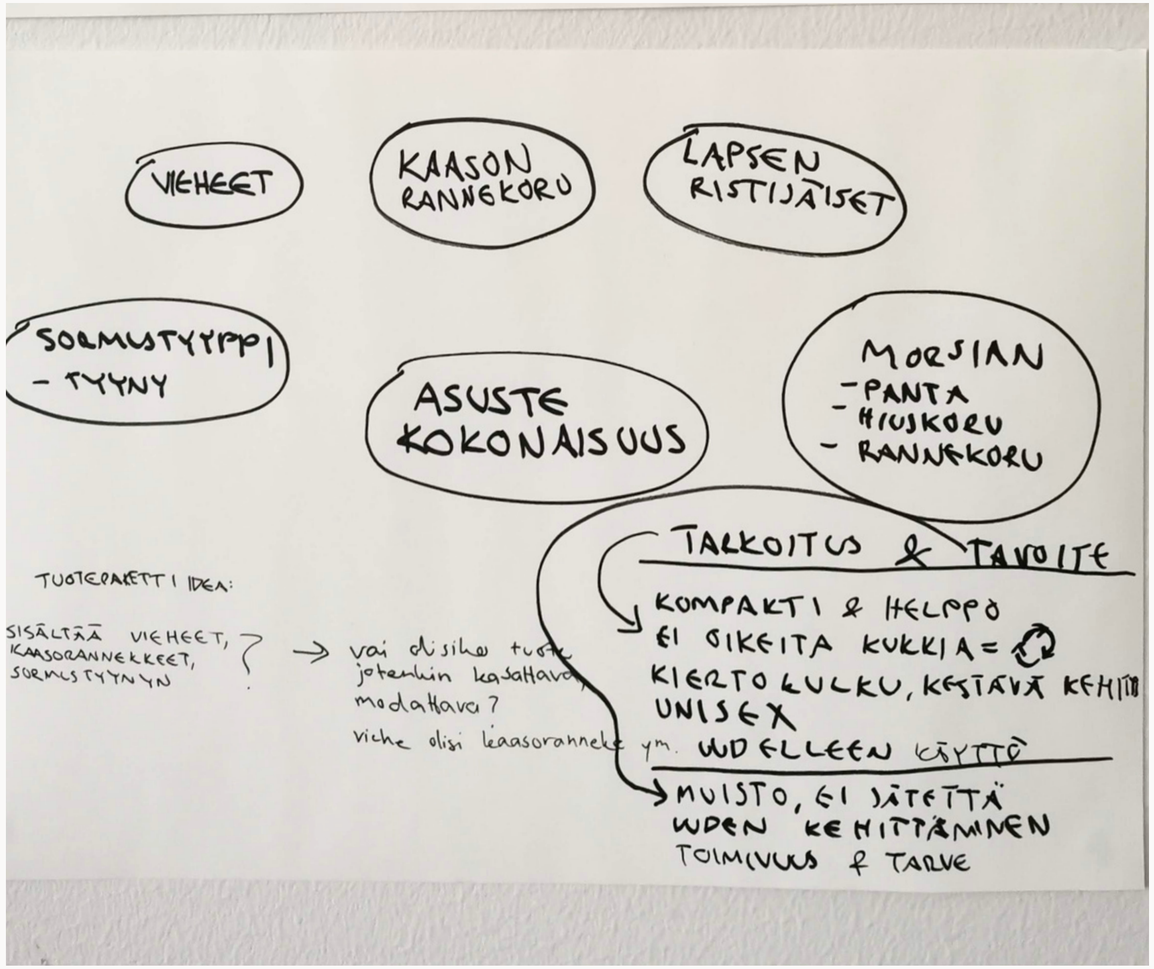


Kuva 10: Työn lähtökohtien suunnittelua Mirossa (Miro 2024)

Opinnäytetyö alkoi Tutkivan muotoilun kurssitehtävällä, jossa ymmärrystä luotiin tutustumalla aiheen jo tehtyihin opinnäytetöihin. Työskentelin ilmaisella Miro-työskentelyalustalla. Järjestelin ajatuksiani vasemmalla olevan kuvankaappauksen (kuva 10) tavoin. **Sinisillä post-it** -lapuilla on mainintaa häämaailman verkostoista häämessuilta. **Vaaleanpunaisilla post-it** -lapuilla esittelen häiden yleisiä aiheita, esimerkiksi asusteet, vuokrauspalvelut, ratkaisut häihin ja kotimaisuus. **Keltaisille post-it** -lapuille nostin jo mieleen tulleita aihe- tai nimiehdotuksia.

Rajasin kiinnostustani erityisesti nykypäivänä häissä käytettäviin rannekukkiin, hiuskoristeisiin, pantoihin, vieheisiin, sormustyynyihin, kravaatteihin ja rusetteihin. Idealle uudelleenkäytettävä asustekokonaisuus keksin rosessin alussa nimiehdotuksen: Elämän mittainen. Tajusin haluavani ideoida hääasuste kokonaisuutta, jolla olisi kiertokulullinen näkökulma häiden jälkeen. Asuste kulkisi juhlasta juhlaan perheessä ja siirtyisi seuraavalla sukupolvelle esimerkiksi ristiäisten muodossa. Päätin suunnata ajatusta jo vanhan kehitämiseen uuden suunnittelun sijasta.

4.2 Lähtökohtien arvoajattelua ja strategiaa



Kuva 14: Viitekehys työn ympärillä (Kumpulainen 2024)

Mietin myös hääasusteiden **tuotepaketti-ideaa**, joka sisältäisi vieheet, kaasonrannekkeet ja sormustyynyn. Pohdin olisiko asusteet jotenkin kasattavia, modulaarisia, yksi tuote olisikin useampi tuote toiminnoiltaan. Viehe olisikin toiselta käyttötarkoitukseltaan kaasonranneke.

Tuotteiden pitäisi olla helposti käytettävissä ja pieni kokoisia. Kuten perinteisessä vieheessä ja kaasonrannekkeessa ei ideassani käytettäisi oikeita kukkia vaan kangasta ja tai muita materiaaleja, jotta sen käyttöikä olisi pidempi. Kiertokulullinen ajatus minulla liittyi käyttötarkoituksen pidentämiseen ja sen kautta kestävään ajatteluun, uudelleenkäyttöön. Ajattelin tuotteen olevan olemukseltaan unisex.

Tavoitteena pidin, että tuote olisi muisto, ei vain käyttötavara häihin. Halusin kehittää jotain toimivaa tarpeeseen. Aiheeni rajauduttua hääasusteisiin tuli minun perehtyä historiaan, käytin tähän lähteena kulttuuritutkimus tietokirjallisuutta kirjastosta. Seuraavana edessä oli suunnitteluprosessin luominen ja aikataulun tarkistaminen, menetelmien ja lähteiden valitseminen.

4.2 Lähtökohtien arvoajattelua ja strategiaa

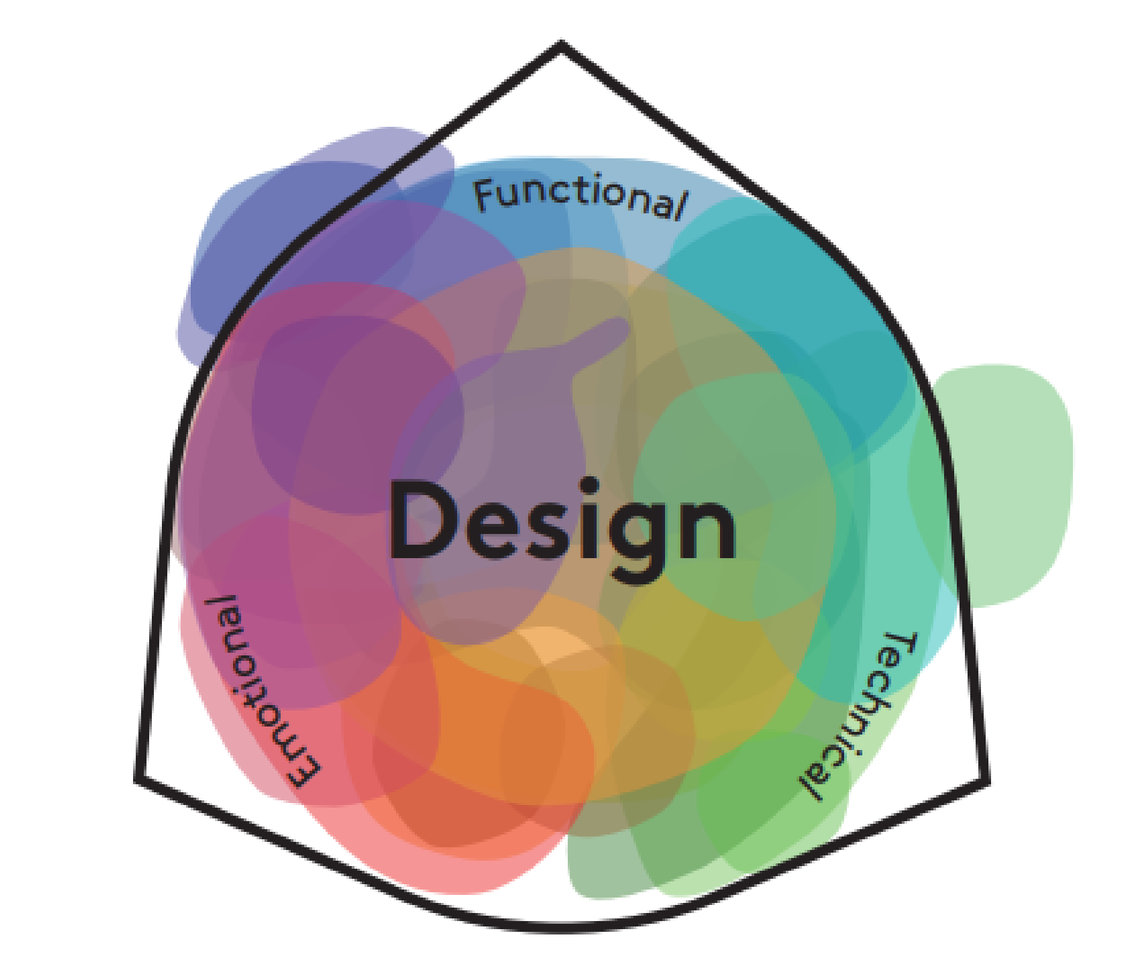
Kuva 15: Mirossa työskentelyä (Miro 2024)

Tässä vaiheessa **merkityksellisyys ja pitkäikäisyys** nousi vahvasti esille työssäni. Merkitykset luvussa 2 kerroin kuinka emotionaalinen muotoilu oli aluksi taustatutkimus lähteeni. Tutkin aihetta Puettavan muotoilun ja muodin kurssiaineistoista sekä Intiimin kosketus (Vänskä, Hokka ja Särmäkari 2022) kirjan kautta. Koin, etten saanut lähteiden sisältöä sovellettua omaan työhöni ja aloin pohtia sen käytettävyyttä ja tarkoitusta omassa projektissani.

Emotionaalisen muotoilun sisällön tilalle löysin semantiikan. Sukelsin aiheeseen samantien ja koin, että tässä on minua kiehtova näkökulma sillä se tukisi upeasti aiempaa ajatustani merkityksellisyydestä hääasuste kokonaisuudessa. Semantiikasta löytyy mielestäni niukasti suomalaisia aihetta käsitteleviä teoksia ja artikkeleita. Väkevän (1987) teos antoi minulle mahdollisuuden tutustua uuteen aiheeseen.

Seuraavassa kappaleessa tutustutaan opinnnäytetyön lähtökohtien arvoajatteluun ja strategiaan.

4.2 Lähtökohtien arvoajattelua ja strategiaa

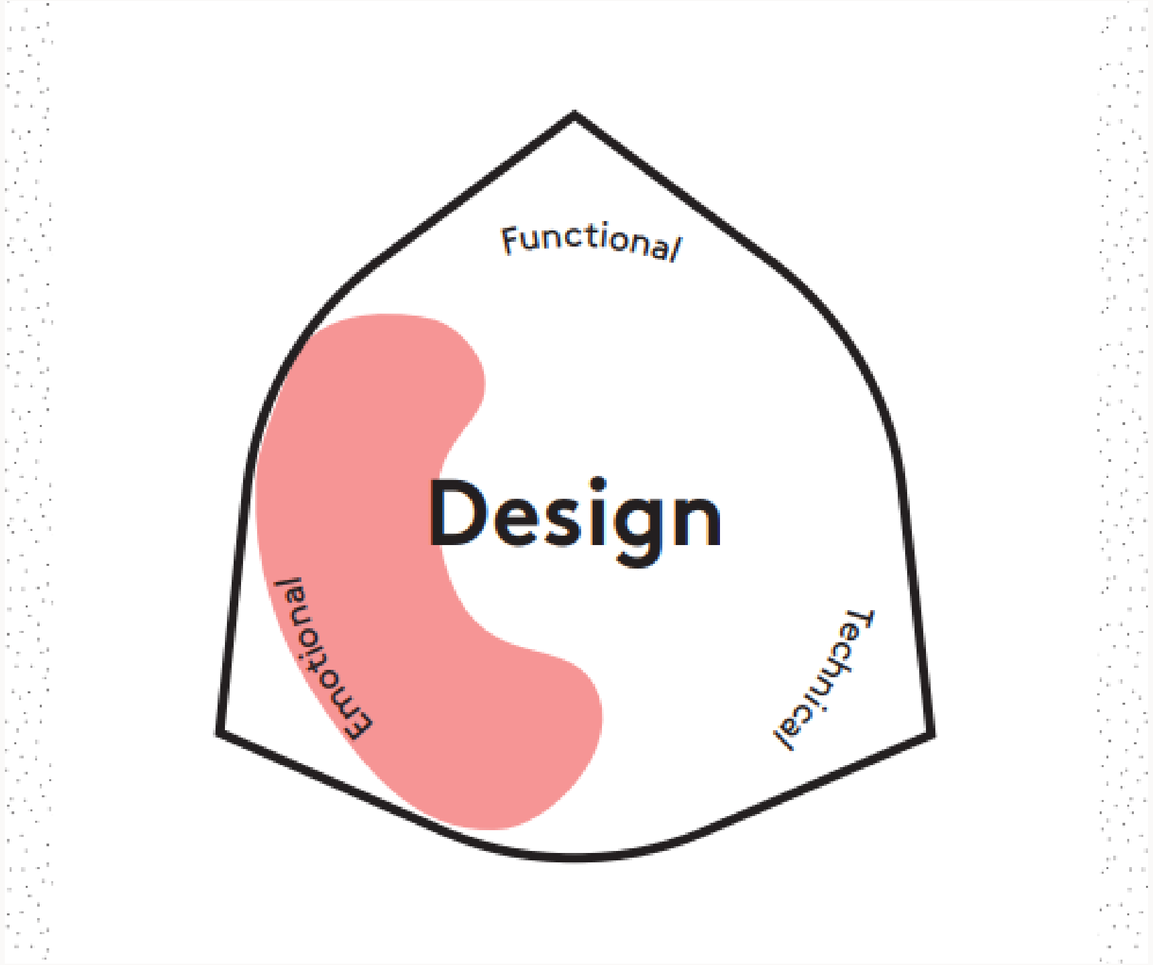


Kuva 11: Sustainable Design Cards
(Hasling, Reabild, Kofoed 2019)

Sustainable design cardsit on tarkoitettu käytettäväksi monella eri tapaa, erilaisille ihmisille eri tarkoituksiin. Jokaisessa kortissa on graafinen puoli ja sisältöpuoli. Kortin graafisella puolella on kompassi ohjaamassa, kuinka kortin sisältö linkittyy kolmen eri vastuullisen suuntauksen välillä.
Technical (tekninen) osuus kartoittaa niitä asioita kuinka kauan tuote pysyy käytössä ennenkuin se menee rikki.
Functional (funktionaalinen) osuus kartoittaa pituutta, kuinka kauan tuote pysyy käytössä kunnes sen funktionaalisuus ei enää vastaa käyttäjän odotuksia tai tarpeita.
Emotional (emotionaalinen) osuus kartoittaa sitä pituuttaa kuinka kauan tuote pysyy käytössää kunnes käyttäjä ei enää koe emotionaalista kiintymystä siihen. (Andersson 2018.)

Verkkosivulla kerrotaan useita tapoja käyttää kortteja. Valitsin niistä tavan, jossa tarkoituksena on löytää korteista tietoa ja arvoja esimerkiksi monialaisissa tiimitöissä. Ohjeena on valita 2-4 korttia ja käyttää niitä raameina konseptin kehityksessä. Tarkoituksena on tarkkailla kuinka korttien valinnalla voidaan vaikuttaa konseptin kehityksen ja kuinka kortit voivat vaikuttaa kokonaisvaltaiseen lähestymistapaan. (Andersson 2018.)

4.2 Lähtökohtien arvoajattelua ja strategiaa



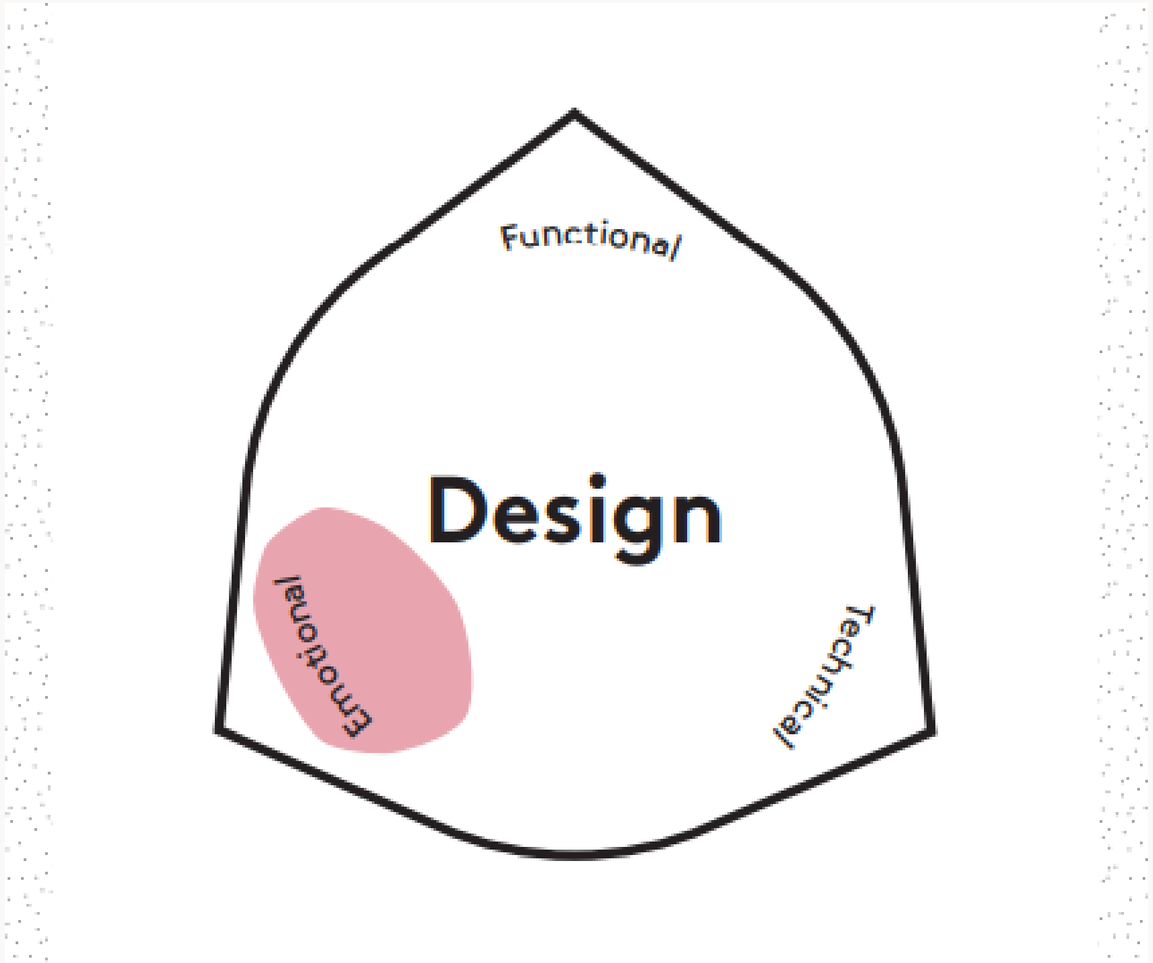
Kuva 12: Aesthetic Lifetime
(Hasling, Reabild, Kofoed 2019)

Aesthetic Lifetime (esteettinen elinikä)

Estetiikan kanssa voi työskennellä usealla tapaa. Tuotteen elinkaaren varmistumiseksi on hyvä tarkkailla tukeeko estetiikka sen käyttöikää. Tavoitteena tietenkin ettei tuote menetä sen esteettistä arvoa. On myös hyvä varmistaa, että esteettinen käyttöikä kulkee linjassa kiertotalousajattelun kanssa. Esteettiset keinot voivat pidentää tuotteen pitkäikäisyyttä. Esteettistä elinikää ja sitä ohjaavia näkökulmia on vaikea ennustaa. Klassinen ja riisuttu estetiikka ovat ajattomampi, jolloin nopeasti vaihtuvat trendit eivät vaikuta niihin. (Hasling, Reabilf, Kofoed, 2019.)

Valitsin tämän vastuullisuus kortin konseptini suunnittelun lähtökohdaksi, sillä se tukee hyvin ajatustani merkityksellisestä suunnittelusta. Tuotteen toiminnallisuus ja symboliikka vaikuttavat tuotteen visuaalisuuteen ja näin myös estetiikkaan.

4.2 Lähtökohtien arvoajattelua ja strategiaa



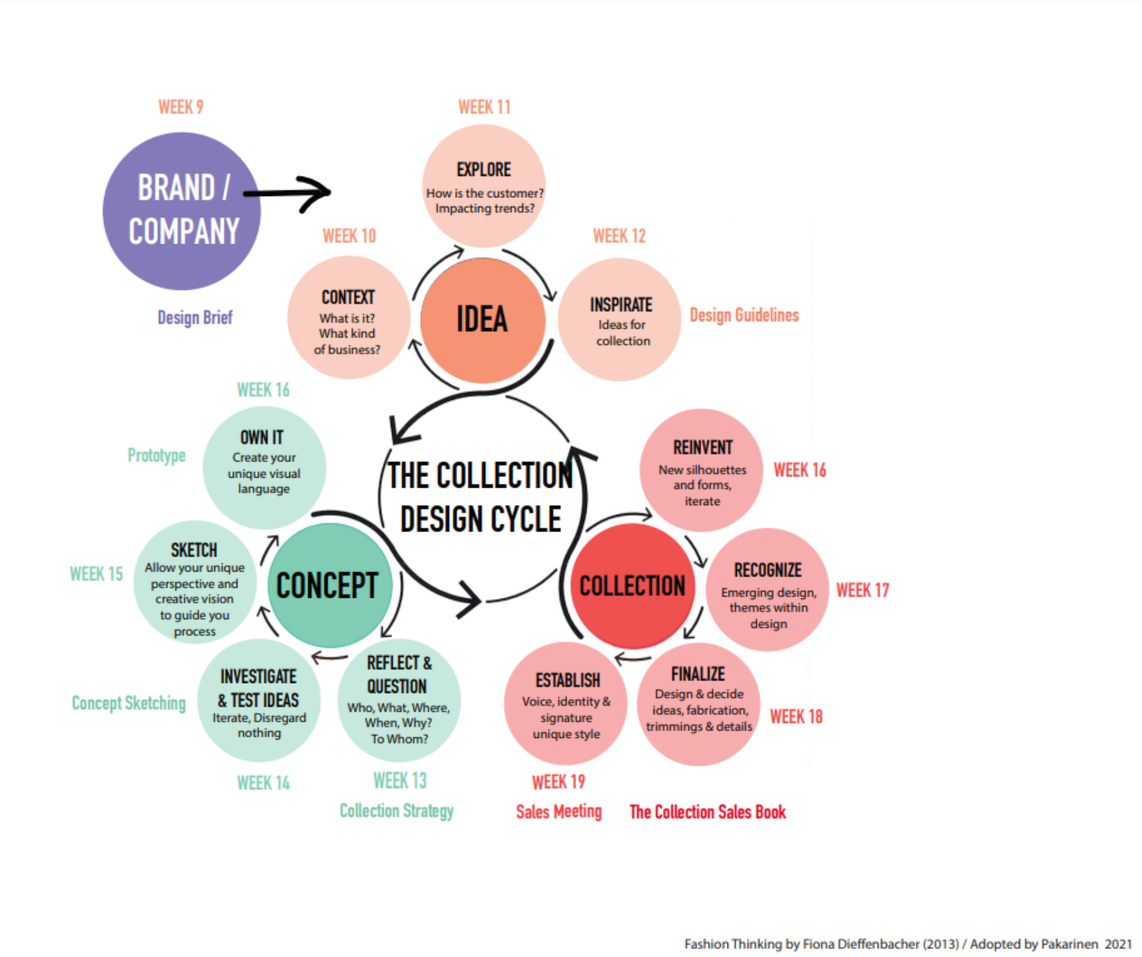
Kuva 13: Embedded Storytelling
(Hasling, Reabild, Kofoed 2019)

Embedded Storytelling (sisällytetty tarinankerronta)

Tuotteeseen sisällytetyt tarinat voivat luoda tunnearvoa. Arvo voi syntyä suunnittelijan tai käyttäjän omien käyttökokemuksien kautta. Tuotteen elinkaari voi pidentyä käyttäjän tunnearvon kehittymisen kautta. Emotionaalista kiintymystä on vaikea ennustaa tai tehdä konkreettisesti tuotteeseen. (Hasling, Reabilf, Kofoed, 2019.)

Valitsin tämän vastuullisuus kortin toiseksi konseptini suunnittelun lähtökohdaksi, sillä se tukee hyvin ajatustani merkityksellisestä suunnittelusta. Opinnäytetyön aihe merkitysten näkökulmasta tuotesuunnittelun keskiössä muistuttaakin kuinka tärkeää tuotetarinoiden ja tunteisiin vetoaminen on.

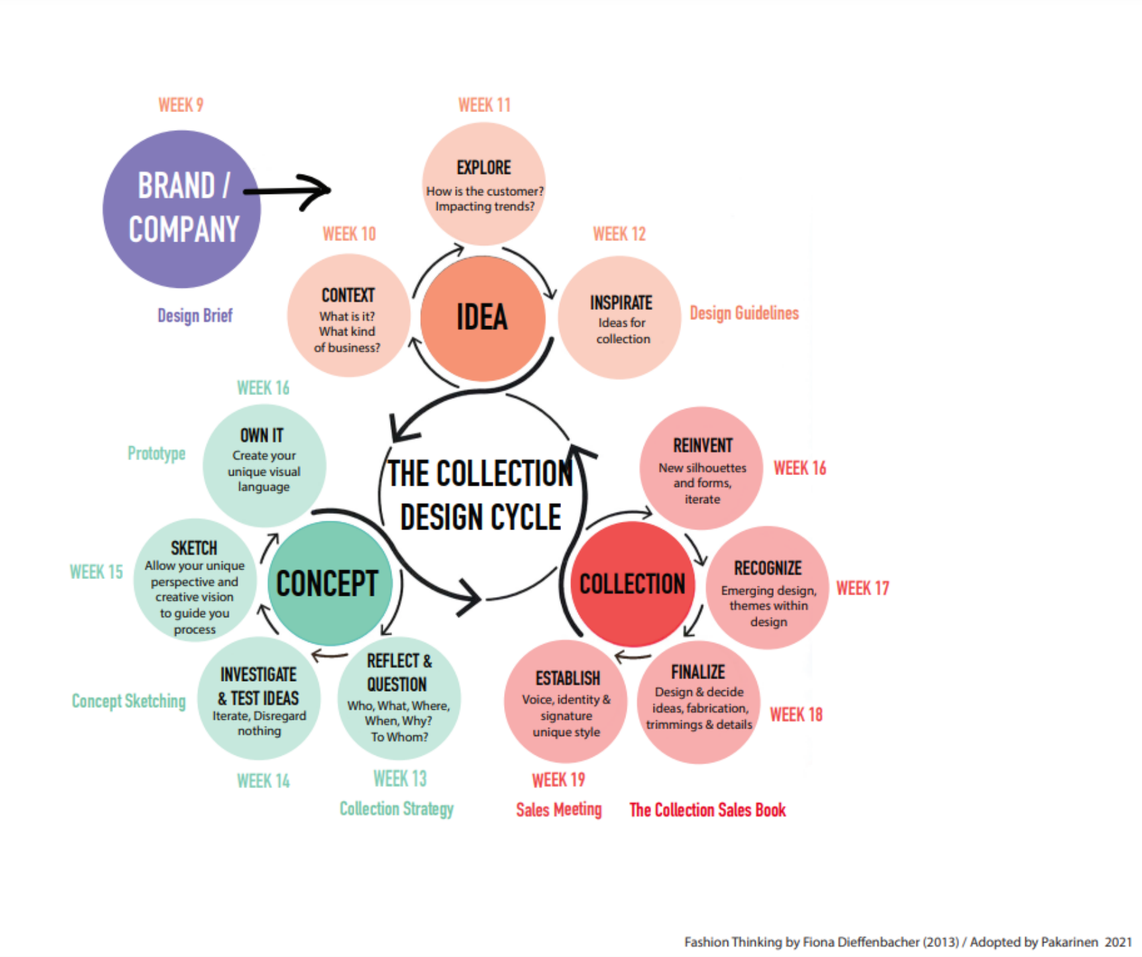
4.3 The Collection Design Cycle



Kuva 14: The Collection Design Cycle
(Pakarinen soveltanut Dieffenbacheria 2021)

Käytin opinnäytetyössäni uudelleenkäytettävän hääasuste kokonaisuuden tarkastelun prosessin pohjana The Collection Design Cycle- prosessikaaviota (2021). Kyseistä kaaviota on käytetty Malliston muotoilu-kurssilla opetusmateriaalina ja on sitä kautta minulle tuttu. Tämä kaavio on Savonia muotoilun opettajan Laura Pakarisen sovellus The Design Cycle-prosessikaaviosta, joka on nähtävissä Dieffenbacherin kirjasta Fashion Thinking (Dieffenbacher 2013, 13). Käytin Pakarisen sovellusta muotoiluprosessini luomisen pohjana, koska olin kokenut sen hyvin toimivaksi ja laadukkaaksi tavaksi tuottaa ammattimainen ja kestävä mallistokonsepti kurssityönä.

4.3 The Collection Design Cycle



Kuva 15: The Collection Design Cycle
(Pakarinen soveltanut Dieffenbacheria 2021)

Prosessi aloitetaan tarkastelemalla asiakasyritystä. Tämän vaiheen kohdalla tutustuin häiden historiaan ja semantiikkaan.

Idea-vaiheessa tavoitteena on tutkia ideoita, asiakasta, lähteitä. Tämän vaiheen kohdalla tuotin haastattelun, pohdin kokemuksian häämessuilta ja tämän hetkisiä ajatuksia häämaailmasta.

Konsepti-vaiheessa pohditaan malliston strategiaa, tutkitaan markkinoilla olevia vastaavia tuotteita tai palveluita, luonnostellaan ja ideoidaan. Tämän vaiheen kohdalla luonnostelin, kokosin leikakirjaa, rajasin ajatustani, ideoin uudelleenkäytettävyyttä. *Opinnäytetyö on tässä vaiheessa prosessia.*

Mallisto-vaiheessa viimeistellään mallistokonsepti. Viimeisessä vaiheessa tuotetaan kokeiluja, protypointeja, mietitään materiaaleja, värejä, muotokieliratkaisuja. Mallisto vaiheen tavoitteena on koota kaikki aiempi tiivitetysti ja viimestellysti Collection Sales Bookiksi, jossa esitellään koko konsepti, sen tuotteet, materiaalit ja värit.

4.4 Muotoiluprosessi

Kuva 16: Tämän opinnäytetyön muotoiluprosessissa edettiin seuraavanlaisesti: havainto ja ymmärrys, tutkimus, idea ja konsepti. Muotoiluprosessin tarkoituksena oli ohjata työtä ymmärryksen laajentamisen jälkeen ideointiin ja konseptisuunnitteluun. (Miro 2024)

4.4 Muotoiluprosessi

Loin oman muotoiluprosessini vaiheet The Collection Design- prosessikaavion pohjalta Mirossa (kuva 18). Pääpaino opinnäytetyössä on tarkastella hääasustekonseptin ideointia merkitysten näkökulmasta. The Collection Design Cycle- prosessikaaviossa on esitelty työn viimeiseksi vaiheeksi mallistokonseptin valmistuminen, se ei kuitenkaan ole työni pääpaino ajan rajallisuuden takia.

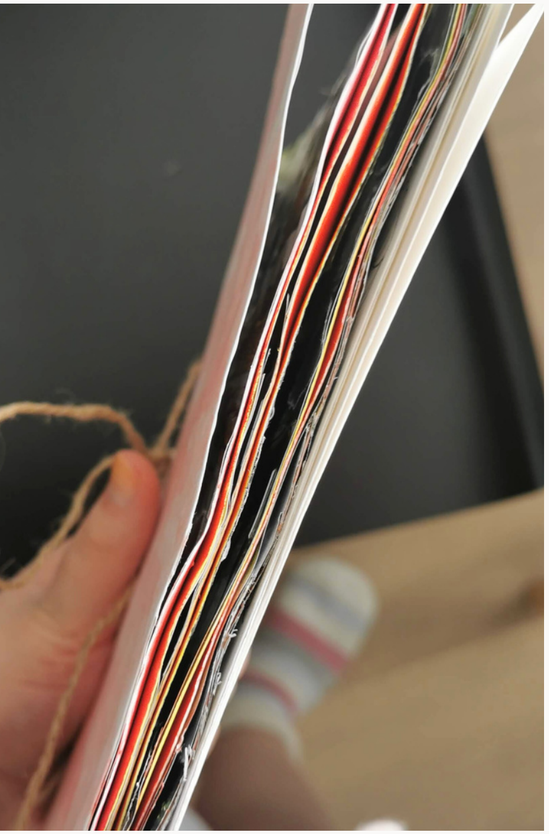
Havainto ja ymmärrys: Ongelma= kertakäyttökulttuuri hääasusteissa. Häämaailma on valtava bisnes, häissä käytetään paljon koristeita, erilaisesta asusteita ja niitä saatetaan jopa vaihtaa kesken hääjuhlan. Hääasusteiden uudelleenkäytettävyys on ekologisen näkökulman omaava kehitysidea. Haluan viestiä muutosta, jossa hääasusteet eivät olisi vain yhden juhlan tuote. Havainto ja ymmärrys vaiheessa vierailin häämessuilla Helsingissä ja Kuopiossa. ks. s. 17.

Tutkimus: Häiden historia, symbolit ja merkitysperinne. Häiden historiaan perehtyminen avasi silmiäni siitä mitä kulutustottumukset ovat ennen olleet. Halusin löytää aiheesta konkreettisia esimerkkejä miten asusteita ja koristeita on ennen käytetty ja tämän löysin.

Tutkimus vaiheessa perehdyin tausta-aineistoon häiden historia ja tuotesemantiikka sekä tein haastattelun. ks. s. 11.

Idea: Tuotesemantiikan avulla parempia hääasusteita. Paremmalla tarkoitan pidempää elinkaarta tuotteissa. Tämä olisi uusi näkökulma tuotteen alkuperäiseen käyttötarkoitukseen. Näin ollen hääasuste on uudelleenkäytettävä tulevissa perheen juhlissa. Tuotteen arvoja olisivat siis pitkäikäisyys ja merkityksellisyys. Tavoittelin visuaalisen aineiston tuottamista koko prosessin ajan. Idea vaiheessa hyödynsin työskentelyssäni Sustainable Design Cardseja (Hasling, Reabild, Kofoed 2019). ks. s. 28.

Konsepti: Oma ideani uudelleen käytettävästä hääasuste kokonaisuudesta oli konsepti-ideani. Mitkä ovat minun arvoni tuotteelle, viestit ja merkitykset, miten se ilmenisi muotoiluna. Muotoiluprosessin lopputuloksena syntyy luonnoskirja kaikesta aiemmasta havainnosta, huomioista ja ideoista. Konsepti vaiheessa käytin menetelmänä piirtämistä. ks. s. 39.



Kuva 17: Luonnoskirjaan voi lisätä sivuja helposti (Kumpulainen, 2024).

Kuva 18: Käsin kasattu luonnosvihko (Kumpulainen, 2024)

5 Luonnoskirja

Luonnoskirja on yleensä paperivihko, johon ihminen kirjoittaa, piirtää, maalaa tai liimaa muistiin tärkeitä asioita ja ideoita esimerkiksi suunnitteluprosessista. Luonnoskirja on yleinen työkalu muotoilijalle. Luonnoskirja voi olla myös digitaalinen. Päätin tuottaa mutoiluprosessin lopputuotteena luonnoskirjan, sillä se sopi hyvin konsepti-idean suunnitteluun sekä malliston muotoilun tarkasteluun. Luonnoskirjaan on visualisoitu myös haastattelun tuloksia. Luonnoskirja mahdollistaa konsepti idean jatkamisen samaan paikkaan ja sen fyysisen todellisuuden tarkastelun. Omien ajatusten piirtäminen paperille konkretisoi ideat uudelleenkäytettävästä hääasuste kokonaisuudesta. Luonnoskirjan työstäminen jatkuu vielä opinnäytetyön jälkeen.

5.1 Haastattelu ja visualisointi

Opinnäytetyötä varten on haastateltu yhtä kesällä 2024 naimisiin menevää 35-55-vuotiasta naista. Henkilö on valittu haastateltavaksi lähipiiristä. Haastateltavan kulttuuritaustan tietäminen, päätökseentekoon vaikuttavien tekijöiden ja henkilön luonteen tunteminen lisäsi ymmärrystä haastattelun tulosten analysointiin. Jotta opinnäytetyön muotoiluprosessi jatkuisi laadukkaana konsepti-ideana eteenpäin, olisi edessä laajempi haastattelu, käyttäjätutkimuksia ja protypointeja.

1.Mitkä perinteet ovat sinulle tärkeitä?

2. Mitkä hääasusteet/koristeet ovat sinulle merkityksellisiä?

3. Mitkä hääasusteet näet tärkeinä hääpäivänä?

4. Mihin olet valmis käyttämään rahaa häissä?

5. Minkä yhden asusteen valitsisit itsellesi? minkä puolisolle?

6. Mitä sinusta häävärit ovat? Valkean symboli?

1.Lähisuku ja ystävät paikalle, pienet puheet, hääkimpun heitto ja mahdollisesti sukkanauha jutut kivoja. Itse ei niin perusta leikkehin, ennemmin stand-up, esiintyjä tai taikuri. Vihkiminen kirkollisesti on juhlavaa. Kirkko: paikkana näyttävä, arvokas, juhlava, musiikki ja häämarssi vaikuttava, kirkkoa ei tarvitse koristella, hieno korkea tila jo itsessään, kaunis.

2. Morsiuskimppu samaan tyyliin viehe, yleisesti sama teema ja koristelu, näyttävät kukat sisääntulossa, pöytäkoristelut, yhteinen väriteema.

3. Morsiuspuku on tärkeä.

4. Ruoka, hääasu, meikki, kampaus ja esiintyjä. Olisi valmis maksamaan valokuvauksesta, luottamus tärkeää, sää vaikuttaa moneen asiaan.

5. Morsiuskimppu ja miehelle viehe, ei tiaraa, hiuksissa voisi olla kukkia.

6. Valkea, musta, harmaa, luonnonvalkea, hento roosa, syksyssä maanläheisiä värejä, värimaailmaan vaikuttaa vuodenaika. Valkoinen: puhtaus perinteessä, morsiupuku on yleensä valkea. Murros on tapahtunut.

5.1 Haastattelu ja visualisointi

7. Mitkä kasvit, kukat, luonnonmateriaalit sinusta sopivat häihini?

8. Näetkö, että voisit käyttää hääpäivänä käytettyä asustetta tai tuotetta uudelleen häidem jälkeenkin?

9. Historiasta keskustelu

7. Neilikka. Heinäkuussa häät joten sen ajan luonnonantimia, lumipallo, ihania kukkia, runsaus ja näyttävät kukka-asetelmat ja harsokukka. Voisi olla puuta, Pinterest inpsiraationa, juuttinaru. Viestin luonnonläheisyyttä, edullisuus, kauniita, järkeviä, kaikkea ei tarvitse ostaa, pienellä vaivalla tehdä itse, muista apua koristelussa. Ekologinen ja ympäristöystävällisempi vaihtoehto. Puun voi polttaa jälkeenpäin.

8. Hääpuku ei ole selvä, varmaan vuokrattu, ei ainakaan uudelleenkäytössä itsellä. Myisi uuden kuitenkin pois. Luulee ettei mene kiertoon perheessä. Koru voisi olla että käyttää uudelleen, kukat kuihtuu....kimpun voisi kuivattaa. Kengät uudelleenkäytössä.

9. Historiassa järkevää, arvostus materiaaleissa, materiaalia on niin paljon ettei ihmiset enää ajattele. Siihen aikaan työtä on ollut niin paljon, ruokaa ei ollut, mitoissa pysyminen tärkeää sillä kelle puku on teetetty. Tavallaan tosi järkevää, hyödynnetään sama puku aina uudelleen hienoon juhlaan.

5.1 Haastattelu ja visualisointi

Kuva 19: Haastattelun visualisointi leikesivu (Kumpulainen 2024)

Kesähäät kukkien keskellä

Kasasin luonnoskirjan käsin. Leikkeet on otettu 2023-2024 häälehdistä. Sivut ovat vesiväripaperia, jotta se kestäisi liimojen, tussien ja vesivärien käytön. Kirja on kiinnitetty juuttinarulla niin, että se on helppo avata ja sisältöä voi jatkaa lisäämällä sivuja kirjan loppu päähän. Visualisoin haastattelun tuloksia leikekirja -tyyppisesti luonnosvihkoon.

Aukeamalla on selvästi huomattavissa kukkien voima, luonnonvärit, yksinkertainen kattaus ja sirot korut. Kuitenkin oikeaan ylänurkkaan on nostettu mustia hääpukuja haastateltavan vastattaessa yhden häävärin olevan musta. Leikesivua tehtäessä ajattelin haastateltavan persoona ja leikittelin hänen vastauksilla.

Sivu huokuu kesää, elinvoimaa, kukkia, luonnonsävyjä pienellä ripauksella mustaa.

5.2 Benchmark ja visualisointi

Kuva 20: Benchmark ja trenditutkimus leikesivu 1 (Kumpulainen 2024)

Omassa vaaleanpunaisessa kuplassa

Tämä on ensimmäinen benchmark- ja trenditutkimus-aukeama. Aukeamalla on selvästi huomattavissa vaaleanpunainen unelma, herkkyys, rakkaus ja upeat hiuskoristeet aukeaman alakulmissa. Aukeamalla on myös esillä taianomaiset vihkisormukset. Leikesivua tehtäessä kasasin selvää pastelli väriteemaa, tunnelmaa, yksittäisiä näyttäviä elementtejä ja asusteita.

Sivu huokuu unenomaisuutta iloa ja onnea punaisen eri sävyjen saattelemana.

5.2 Benchmark ja visualisointi

Kuva 21: Benchmark ja trenditutkimus leikesivu 2 (Kumpulainen 2024)

Luonnonvoimista vahvin on rakkaus

Tämä on toinen benchmark ja trenditutkimus aukeama. Aukeamalla on selvästi huomattavissa Suomen luonto, luonnonmukainen teema, historia, uniikit hääpuvut ja yksinkertaiset elementit kuten kattaus oikealla alhaalla. Kuitenkin oikeaan yläreunaan on nostettu vahva, voimakas keltakultasormus. Leikesivua tehtäessä ajattelin aukeamalla nähtävää kahta paria ja heidän mielenmaisemaa.

Sivu huokuu Suomea, historiaa, sanatonta yhteyttä ja lämpöä.

5.2 Benchmark ja visualisointi

Kuva 22: Benchmark ja trenditutkimus leikesivu 4 (Kumpulainen 2024)

Häät ilman ystäviä ovat kuin juhlat ilman musiikkia

Tämä on kolmas benchmark ja trenditutkimus aukeama. Aukeamalla on selvästi huomattavissa ystävyys, vihreät sävyt, runsaat morsiuskimput ja upea harmaa miestenpuku valkealla rusetilla. Leikesivua tehtäessä ajattelin aukeamalla nähtäviä ystävyksiä ja heidän yhteen liitettyjä käsiä.

Sivu huokuu turvaa ja lempeyttä, ystävien naurua ja ajatonta kauneutta.

5.3 Elämän mittainen konsepti-idea luonnoksina

Kuva 23: Luonnoksia kukista
(Kumpulainen 2024)

Luonnoksia kukista, ajatuksia luonnosta

Lähdin selvittämään ajatuksiani piirtämällä kukkia ja hakemalla inspiraatiota luonnonantimista. Halusin päästä ajatuksissani siihen, miksi kukat ovat niin ihania. Herkkyys, hauraus, tuoksu ja värit tekevät sen.

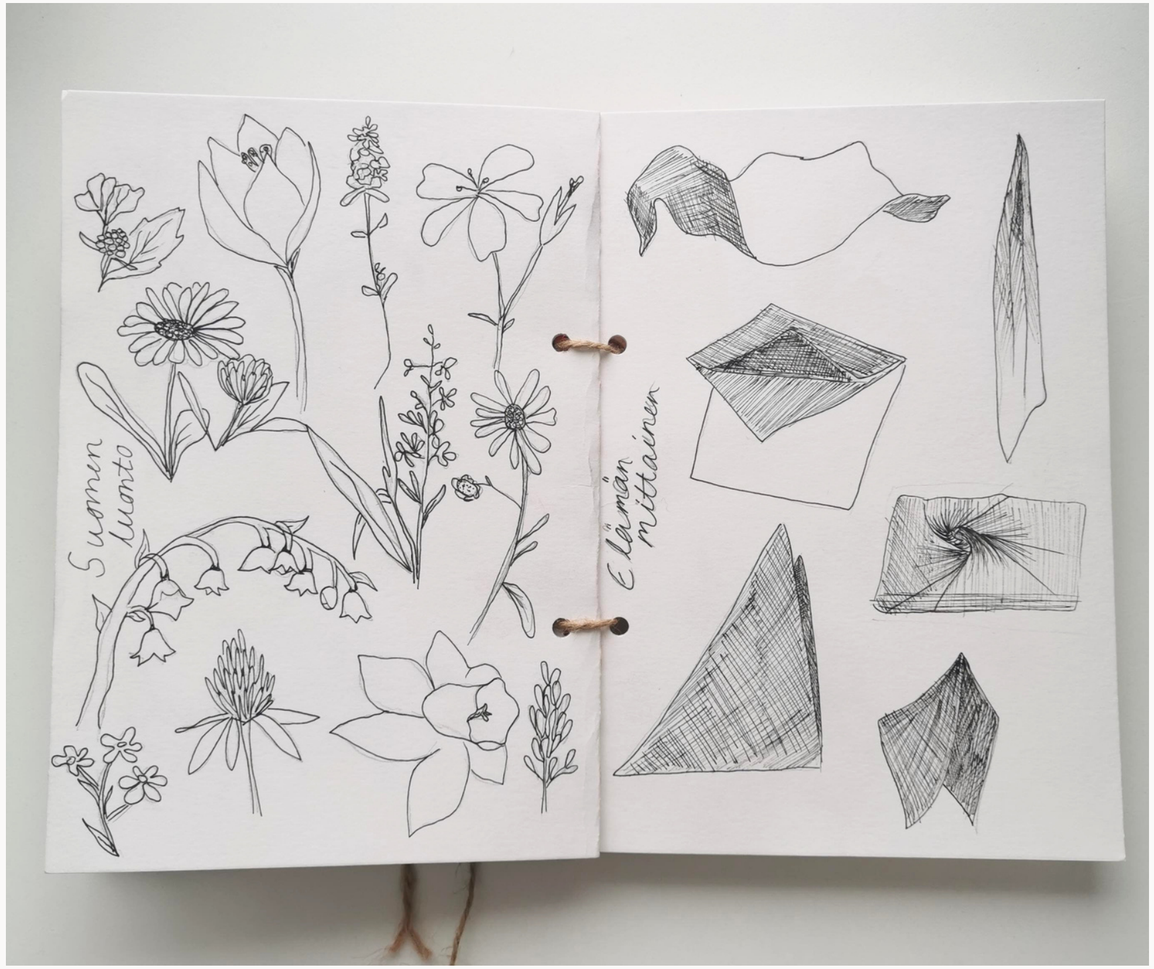
5.3 Elämän mittainen konsepti-idea luonnoksina

Kuva 24: Luonnoksia vieheistä ja rannekukista
(Kumpulainen 2024)

Vieheessä ja rannekukassa yleensä sama teema

Seuraavaksi piirsin vieheitä ja rannekukkia sellaisina kuin ne usein näkee. Ne ovat yleensä samaa teemaa väreinä ja kukkalaatuina. Kyseisiä asusteita löytyy vähän myös esimerkiksi satiinista tehtyinä ruusuina koristeineen, mutta omaan silmään ne kaikki olivat halvan näköisiä. Oikealle alhaalle on piirretty kolme netissä nähtyä kangas rannekukkaa. Totesinkin ettei uudelleenkäytettävän hääasusteen tarvitse muistuttaa kukkaa itsessään ulkomuodolta tai matkia mitään jo aiemmin nähtyä.

5.3 Elämän mittainen konsepti-idea luonnoksina



Kuva 25: Luonnoksia Suomen luonnosta ja nopeita sketchejä liinasta eri asennoissa (Kumpulainen 2024).

Suomen luonto ja liina

Siirryin piirtämään pelkästään Suomen luonnon kukkia ja kasveja sillä halusin viestiä kotimaisuutta ja arvostusta ympäröiväämme ihmeeseen. Ideani uudelleenkäytettävästä hääasuste kokonaisuudesta lähti polveilemaan liinaan. Kaunis pala kangasta taipuu moneen asentoon ja siihen voi sisällyttää tärkeitä sanoja, kuvia, muotoja tai jotakin muita elementtejä.

5.4 Elämän mittainen konsepti-idea

Ongelmanasettelu kysymykseen palaaminen;

Kuinka muotoilla uudelleenkäytettävä hääasuste kokonaisuus niin, että se kulkisi elämässä mukana seuraavatkin merkittävät juhlat?

Millaisessa muodossa tuote olisi häissä ensimmäistä kertaa? Onko kertaakaan historiassa ollut tällaista meidän kulttuurissa? Mitä tuotteen saaja asusteesta ajattelisi? Syntyykö uusi perinne?

Häissä on käytetty aina erilaisia asusteita korostamaan itse hääpukua, asusteet ovat tietenkin vaihtuneet kulttuurien ja aikakausien välillä huomattavasti kuten luvussa 2 kerrotaan Suomen hääperinteistä. Samoin on miesten asusteissa. Tulisi tarkastellaan onko historiassa nähty hääasustessa, joka olisi ollut unisex tuote. Käyttötarkoitus ei olisi ollut välttämättä tismalleen sama, mutta samaa tuotetta esimerkiksi vaatetta olisi käyttäneet kumpikin sukupuoli.

ELÄMÄN MITTAINEN

Tärkeintä on, että esine on mukana juhlasta toiseen. Tuotteen merkitys kasvaa, kun esimerkiksi mummo, tai ukki ojentaa oman liinansa seuraavalle sukupolvelle ja heidän lapsenlapsensa ristiäisiin. Tarina jatkuu... kulutus vähenee... muistot säilyy.

Ideointi: LIINA

- miehellä taskuliina
- naisella ranteessa, hiuksissa vai myös rinnassa
- pöydässä, kehyksissä
- sormustyynyn tilalla liinana
- vihkitilaisuudessa parin käsissä
- lapsen ristiäisissä useampikin tapa käyttää

- Slogan = Elämän mittainen
- Stategia = Uudelleenkäytettävä hääasuste
- Statement = pitkäikäisyys, elinkaari ja muisto
- Yhteys = siirtymä perheen sisällä
- Arvo = muisto, tunnearvo
- Tavoite = tuote pysyy suvussa juhla-asusteena

Kuva 26: Inspiraatio pulppuaa luonnonihmeistä (Kumpulainen, 2018)

Kuva 27: Kesäjuhlat Suomessa (Kumpulainen, 2018)

6 Pohdinta

Hääbisneksen vain kasvaessa on kestävän kehityksen näkökulmat otettava huomioon. Häiden kasvava järjestäminen ja niiden kaupallisuus ei näytä taittuvan pois näköpiiristä. On siis vähintäänkin aika miettiä tuotteiden merkityksiä pidemmän elinkaaren kautta.

6.0 Pohdinta

Työskentelyni opinnäytetyöprosessin aikana eteni vahvalla määrätietoisuudella. Työskentelyäni ohjasi tiukka aikataulu, jonka määritteli viimeinen opiskeluvuosi, tuleva harjoittelu yrityksessä ja opinnäytetyön valmistuminen. Opinnäytetyö prosessin aloitin tammikuun lopussa 2024 ja työ valmistui 31.3.2024.

Olen käynyt myös töissä opinnäytetyön ohessa, joten on merkittävää tarkastella aikataulussa onnistumista ennaltaodottamattomien työvuorojen määrän lisääntymisen näkökulmasta. Kuitenkin yksi vaikuttava tekijä oli ei niin onnistunut aikataulun laatiminen työn muuttuvissa vaiheissa. Vaikeuksia tuotti esimerkiksi ymmärrys siitä, kuinka paljon tietokirjallisuuden lukemiseen menee aikaa sekä lisäksi luetun ymmärryksen jäsentelyyn. Näen, että olisin päässyt parempaan lopputulokseen keskittymällä vain opinnäytetyöhön.

Ratkaisuksi opinnäytetyön ja arjen hallinan kannalta kirjasin elämäni prioriteetteja paperille. Kokemattomuuteni raportoinnista, lähdeviittauksista sekä tietokirjallisuuteen perehtyneisyydestä iski vasten kasvoja, mutta onneksi mukana elämässä on muita asiasta tietäviä ja lähes kaikkeen löytyi vastaus ohjaajan tai internetin kautta.

Työskentelyvaiheiden laajuuden hallitseminen oli haastavaa ja tähän näkisin ratkaisun olleen tarkemman ja laajemman työsuunnitelman laatiminen.

Taustatutkimusaiheeksi merkitysten ja semantiikan valikoiduttua koin haastavaksi valita ymmärryksen syventymisen laajuuttaa. Väkevän (1987) tutkielma taiteen kandidaatti opinnäytetyö oli osin hyvin haastavaa luettavaa ja tämän sisäistäminen ja lukeminen vaati minulta aikaa. Opinnäytetyöprosessi todellakin kertoi, kuinka paljon tarvitsen aikaa rakentaa ymmärrystä ja kuinka se kumuloituu useasta eri paikasta ja oivalluksista. Tein myös valinnan jättäytyä sosiaalisesta mediasta täysin pois ainakin opinnäytetyön ajaksi. Ehkä palaan, sillä pidän kuitenkin alallani merkittävänä mainostusalustana esimerkiksi Instagramia.

Muotoiluprosessin hallinta ja työn suunnitelmallinen eteneminen tapahtui loppua kohden painoittuvasti. Tiesin mitä teen, vaikka sisältöni ailahteli hieman projektin aikana esimerksi sen johdosta kun jätin emotionaalisen muotoilun varjoon ja valitsin tilalle perehtyä tuotesemantiikkaan.

6.0 Pohdinta

Sovelsin menetelmiä tuotesemantiikka ja Sustainable design cards mielestäni hallitusti ja ammattimaisesti, vaikkakin tuotesemantiikka oli minulle täysin uusi aihe opinnäytetyön alussa. Sustainable design cards oli minulle tuttu työkalu ja menetelmä jo kahdelta aiemmalta opintojaksoltani, tätä olenkin pitänyt miellyttävänä tapana löytää arvovalintoja omiin muotoiluprojekteihin.

Taustatutkimuslähteenä minulla oli häiden historia ja tuotesemantiikka. Hurahdin aiheisiin ja olisin halunnut vain lukea, en kirjoittaa tai raportoida sisältöä. Tämä oli kuitenkin välttämätöntä toteuttaa opinnäytetyön teoria osuuden onnistumiseksi. Luin aiheista paljon, ehkä liiankin paljon, enkä aina osannut ymmärtää mitä jättää pois tai mikä kannattaisi olla työssä.

En ole varma miten määritellä ymmärrykseni tasoa semantiikka tai tuotesemantiikka niiden ollessa niin moniulotteisia käsitteitä. Koen, että ymmärsin niiden tarkoituksen ja pystyin poimimaan oivalluksia työhöni siitä mitä merkitykset ihmiselle ovat ja kuka merkityksen luo. Kuitenkin niiden hallinnaksi vaatisisi se pitkää ja monipuolista lukemista aiheesta. Kuten työssäni mainitsen, pääsin raapaisemaan aihetta merkityksellisyydestä.

Testimenetelmiä omalle konsepti idealleni oli haastattelu ja vertailuanalyysi. Tämän opinnäytetyön tavotteisiin on listattu vertailuanalyysin tekeminen. Olin ajatellut vertailuanalyysin tehtävän historian tai nykyhetken ja oman konsepti-idean välillä hääasusteista. Kuitenkin muotoiluprosessin rajautuessa tässä aikataulussa ei konsepti-idea ole vielä niin pitkällä, jotta sitä voisi verrata vertailuanalyysin tavoin. Opinnäytetyön työvaiheiden laajuuden rakentaminen oli siis hieman liian intohimoinen työn alkaessa, sillä kaikkia tavoitteita ei pystytty saavuttamaan. Vertailuanalyysi tulee täydentymään muotoiluprosessin edetessä, kuitenkaan tässä opinnäytetyössä sitä ei käsitelty.

Tuotesemantiikan ymmärryksen toteutuminen ja sen soveltaminen vaatii vahvaa ja oikeanlaatuista ymmärrystä käyttäjästä, tämän johdosta laaja haasatteluotanta ja niiden tulosten käsittely olisi tässä kontekstissa ollut toivottavaa. Perustelen yhden haastattelun tuottamista kuitenkin ajan rajallisuuden johdosta. Tiedän, että käyttäjälähtöinen muotoilu ja onnistuneet tuotekehitykset vaativat prototypointeja, testauksia, käyttäjätutkimuksia, havainnointia ja niistä johtopäätösten tekemistä. Tämä olisikin seuraava askel ja suunta työni laadukkaan lopputuloksen saavuttamiseksi.

6.0 Pohdinta

Opinnäytetyössä tavoiteltiin luonnoskirjan tuottamista koko prosessin ajan. Todellisuudessa luonnoskirjan kasaaminen, piirtäminen ja leikeaukeamien työstäminen painoittui työskentelyn loppuvaiheisiin. Leikekirjan kasaaminen tuki inspiraation syntymistä ja aiheeseen syventymistä siten ,että ymmärrys nykypäivän hääkulttuurista Suomessa vahvistui. Luontoaiheen ympärillä piirtäminen johti ajatukseen liinasta, joka oli ensimmäinen idea uudelleenkäytettävästä hääasusteesta. Konseptin jatkamiseksi ja kehittämiseksi olisi edessä useita luonnosteluhetkiä.

Oman merkityksellisyyden käsityksen sanoittaminen työhön oli mietittävä tarkkaan, sillä halusin, että ajatukseni näkökulma tulisi esiin. Koska työn loppuun saattaminen muotoiluprosessina on vielä kesken, en voi täysin arvioida onnistumistani ongelmanasettelukysymykseeni vastauksena. Tarkastelin tuotteiden merkitysten syntymistä, suunnittelun luomisprosessia ja hääasusteiden kehitystyötä merkitysten näkökulmasta ja mielestäni onnistuin tässä. Opinnäytetyön otsikointi kehittyi työn varrella. Muutosten jälkeen otsikoinnin ja tiivistelmän oikeanlaatuisuus ohjaa lukijaa työn sisältöön totuudenmukaisesti.

Pidän omasta konsepti-ideasta, koska ajatukseni Elämän mittaisesta asuste kokonaisuudesta saa alkunsa häistä joka on liittoutuma, rakkauden, ilon ja siirtymän kokonaisuus. Arvovalintani konseptissa ovat vastuullista toimintaa edistäviä. Vaikka tuotesemantiikka tutkii tuotteiden symboleja, konkreettisia esineitä, toin työssäni tuotesemantiikan ajatusta itse muotoiluprosessiin ja suunnitteluun. Konsepti ideani vaatii vielä paljon jatkokehitystä, kuitenkin vahva pohja on nyt luotu.

Tuon hääalalle uudenlaisen näkökulman hääasusteiden käyttötarkoitukseen. Näkökulmani on vahvasti merkityksellinen. Ideallani voi olla markkinapotentiaalia ja kiinnostuneita yhteistyökumppaneita. Tämä selviää sillä, että otan häämessuilla verkostoituihin yrittäjiin yhteyden. Työelämän näkökulmasta työni osoittaa vahvaa suunnitteluosaamista, ideointia ja suuren kokonaisuuden hallintaa. Opinnäytetyöni voi ohjata minua alalla uusiin kohtaamisiin ja tätä kautta työpaikkoihin. Muotoilijaidentiteettini vaatii työn onnistumisen jäsentelyä päässäni vielä jonkin aikaa. Omakuva muotoilijana kehittyi vahvimmillaan päätöksien teon aikana, kun pohdin valintoja jo oppimani perusteella. Omaksi muotoilufilosifiaksi kehittyi jonkinlainen tavoite jatkumosta tuotesuunnittelussa.

LÄHTEET

Dieffenbacher, Fiona 2013. Fashion thinking. New York: Bloomsbury.

Etappi.com julkaisuaika tuntematon. Jätehuolto osana arjen kiertotaloutta. Verkkojulkaisu. https://www.etappi.com/jateneuvonta/jatehierarkia-ohjaa-toimintaa/. Viitattu 7.4.2024

Häät.fi 2023. Palaako luksus häihin 2024? – Katso trendiennuste tulevista häätrendeistä. Häät.fi -verkkolehti 11.12.2023. https://www.haat.fi/artikkeli/palaako-luksus-haihin-2024-katso-trendiennuste-tulevasta. Viitattu 24.3.2024

Vänskä, Annamari, Hokka, Jenni, Särmäkari, Natalia 2022. Intiimin kosketus. Helsinki: Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu

Kaivola, Terttu 1995. Kahden kauppa. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura.

Kettunen, Ilkka 2000. Muodon palapeli. Helsinki: Werner Söderström osakeyhtiö.

Les Pyy, Outi julkaisuaika tuntematon. Kierrätystä vai uudelleenkäyttöä. Outi Les Pyy blogi. https://outilespyy.com/kierratys-uudelleenkaytto-uusiokaytto-termi/. Viitattu 21.3.2024

Muotio, Leena 2022. Tuotesemantiikka muotoilun tutkimuksessa. Verkkojulkaisu. Muotoilu.info. https://www.muotoilu.info/index.php/tutkiva-muotoilu/menetelmat/tuotesemantiikka-muotoilun-tutkimuksessa/. Viitattu 21.3.2024.

LÄHTEET

Paper Planes julkaisuaika tuntematon. Konseptisuunnittelu. Verkkojulkaisu. https://www.paperplanes.fi/palvelut/konseptisuunnittelu/?utm_term=konseptisuunnittelu&utm_campaign=&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7808787077&hsa_cam=9500601264&hsa_grp=157941749506&hsa_ad=689560388396&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-299700707682&hsa_kw=konseptisuunnittelu&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&utm_term=konseptisuunnittelu&utm_campaign=Palvelut&utm_source=adwords&utm_medium=ppc&hsa_acc=7808787077&hsa_cam=9500601264&hsa_grp=157941749506&hsa_ad=689560388396&hsa_src=g&hsa_tgt=kwd-299700707682&hsa_kw=konseptisuunnittelu&hsa_mt=b&hsa_net=adwords&hsa_ver=3&gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw2PSvBhDjARIsAKc2cgPET7i5D1NhxpCdBCXEWbi6oVOkntC85eYxt68oFxWgcbCBGZ7vtZ8aAmLcEALw_wcB. Viitattu 22.3.2024

Sustainable Design Cards, Design School Kolding 2019. Pdf-tiedosto. Julkaistu 2019. https://moodleold.savonia.fi/pluginfile.php/2087372/mod_resource/content/1/Sustainable-Design-Cards-all%281%29.pdf cards. Viitattu 24.3.2024

Sustainable Design Cards julkaisuaika tuntematon. Introduction. Verkkojulkaisu. https://sustainabledesigncards.dk/using-the-cards/. Viitattu 24.3.2024

Tarjanne-Lekola, Henna 2019. Frank Martela: Merkitysellisyys on sisäinen kokemus. Tunne&Mieli -verkkolehti 14.1.2019. https://www.tunnejamieli.fi/2019/01/14/frank-martela-merkityksellisyys-on-sisainen-kokemus/. Viitattu 22.3.2024

Tieteen termipankki julkaisuaika tuntematon. Symboliikka. Verkkojulkaisu. https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kirjallisuudentutkimus:symboliikka. Viitattu 22.3.2024

Väkevä, Seppo 1987. Tuotesemantiikka. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.