



Mörkö vaatekaapissa

**Tutkimus pukeutumisen ja itsetunnon välisistä
suhteista sekä pukeutumisen esteistä**

Emilia Oinonen

**Opinnäytetyö
Huhtikuu 2009**

Vaatetusalan koulutusohjelma



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**

Tekijä(t) Emilia Oinonen	Julkaisun laji Opinnäytetyö	
	Sivumäärä 51	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen _____ saakka	
Työn nimi Mörkö vaatekaapissa, Tutkimus pukeutumisen ja itsetunnon välisistä suhteista sekä pukeutumisen esteistä		
Koulutusohjelma Vaatetusalan koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) Irma Boncamper		
Toimeksiantaja(t) Maarit Orell		
Tiivistelmä Opinnäytetyön toimeksiantaja oli pukeutumisneuvoja ja pukeutumisneuvojen kouluttaja Maarit Orell. Työn tarkoitus oli auttaa pukeutumispalveluiden parissa työskenteleviä ymmärtämään asiakkaitaan syvällisemmin. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään, millaisia ovat naisten pukeutumisen ja itsetunnon väliset suhteet ja millaisia mörköjä eli esteitä naisten pukeutumisessa esiintyy. Tutkimuksen pohjana toimi pukeutumisen tarkastelun kontekstuaalinen näkökulma. Tutkimus toteutettiin perehtymällä naisten pukeutumisvalintoihin vaikuttaviin tekijöihin, yksilön muistoihin, minäkäsitykseen ja itsetuntoon sekä erityisesti ulkoisen olemuksen kautta tapahtuvaan sosiaaliseen vuorovaikutukseen. Lisäksi aineistoa kerättiin haastattelemalla neljää nuorta aikuista naista heidän suhteestaan pukeutumiseensa. Työn lähestymistapa oli kvalitatiivinen ja tutkimusmenetelmänä käytettiin teemahaastattelua. Yksilön yleisellä itsetunnolla on vaikutusta hänen pukeutumiseensa. Pukeutumisella taas voi olla hetkellisesti nostava tai laskeva vaikutus itsetuntoon. Pukeutumisen möröt voivat perustua ikäviin muistoihin, stereotyyppiseen ajatteluun ja omiin esteettisiin näkemyksiin. Pukeutumisen möröt voivat olla myös tilannekohtaisia. Pukeutumispalveluissa asiakkaan syvälinen ymmärtäminen vaatii keskustelua asiakkaan kanssa esimerkiksi siitä, millainen vaikutus pukeutumisella asiakkaaseen on ja mitkä tekijät asiakas kokee pukeutumisessaan tärkeiksi. Pukeutumisneuvojan tulisi osata kohdata asiakkaan kanssa tämän pukeutumisen möröt, mutta niiden poistaminen ei välttämättä ole tarpeellista. Tilaaaja voi hyödyntää työn tuloksia sekä oman yrityksensä toiminnan kehittämisessä että uusien pukeutumisneuvojen koulutuksessa.		
Avainsanat (asiasanat) Pukeutuminen, naiset, esteet, minäkuva, itsetunto, muistot, sosiaalinen vuorovaikutus		
Muut tiedot		

Author(s) Emilia Oinonen	Type of Publication Bachelor's Thesis	
	Pages 51	Language Finnish
	Confidential <input type="checkbox"/> Until _____	
Title Monster in the Closet, A study of blocks in women's clothing choices and of the relationship between clothing and self-esteem		
Degree Programme Fashion and Clothing		
Tutor(s) Irma Boncamper		
Assigned by Maarit Orell		
Abstract The Bachelor's Thesis was assigned by Maarit Orell. The aim of the study was to help people working in the field of image consulting to have a deeper understanding of their clients. This was pursued by figuring out how the relationship between women's self-esteem and clothing work and what kinds of blocks women encounter while making clothing choices. The study was based on Kaiser's theory about the contextual perspective in the study of clothing including its meanings. The study included theoretical knowledge about self-image, self-esteem, memories, social interaction and the factors that affect women's clothing choices in their everyday lives. Interviews of four young adult women gave a deeper insight into the subject. The nature of the study was qualitative, and the method used the semi-structured interview. In general, the level of self-esteem seems to affect the clothing choices women make. In reverse, the clothing choices momentarily seem to affect self-esteem. The blocks in the clothing choices can be related to one's memories, stereotypical thought processes and aesthetic preferences. The monsters can also be situational only. A deeper understanding about the client can be achieved in the image consulting through a thorough conversation with the client about her relationship with clothing. The image consultant must be ready, together with the clients, to face the monsters they have in their closets. Nevertheless, removing those monsters may not be important. The assigner can use the results of the study in her work both as an image consultant and as a teacher of future image consultants.		
Keywords Clothing, women, self-image, self-esteem, social interaction, memory		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	3
2 PUKEUTUMISEN TUTKIMINEN	4
2.1 Pukeutumisen tarkastelun kontekstuaalisuus	4
2.2 Miksi naiset pukeutuvat niin kuin pukeutuvat?	6
3 YKSIÖ, ULKONÄKÖ JA SOSIAALINEN YMPÄRISTÖ	8
3.1 Muistot	8
3.1.1 Muisti ja sen rakenne	8
3.1.2 Vaatteet ja muistot.....	9
3.2 Käsitteet itsestä ja muista	10
3.2.1 Minuus.....	10
3.2.2 Minäkuva.....	10
3.2.3 Ruumiinkuva ja kompleksit	12
3.2.4 Oman itsen havainnointi	13
3.2.5 Muiden havainnointi	14
3.3 Itsetunto	15
3.3.1 Itsetunto ja sen rakentuminen	15
3.3.2 Itsetunto, ulkonäkö ja pukeutuminen	17
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	19
4.1 Tutkimuksen tavoite	19
4.2 Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu	20
4.3 Aineiston analysointi	21
4.4 Haastateltavat	22
5 TULOKSET	24
5.1 Pukeutuja A	24
5.2 Pukeutuja B	28
5.3 Pukeutuja C	31
5.4 Pukeutuja D	34

6 JOHTOPÄÄTÖKSET.....	37
6.1 Pukeutumiseen vaikuttavat tekijät.....	37
6.2 Pukeutuminen ja itsetunto.....	39
6.3 Pukeutumisen möröt.....	42
7 POHDINTA.....	47
7.1 Opinnäytetyöprosessi	47
7.2 Tutkimuksen luotettavuus	48
7.3 Tutkimuksen hyödynnettävyys.....	49
LÄHTEET	50
KUVIOT	
KUVIO 1. Pukeutumisen tarkastelun tasot ja näkökulmat.....	6
KUVIO 2. Esimerkki itsetunnon rakenteen moniulotteisesta mallista.....	17

1 JOHDANTO

”No siis määhän en ikinä vois laittaa mitään ruutuhousuja jalkaan!”

Haastateltava A

Pukeutumisneuvojalle tulee usein eteen tilanne, jossa asiakas ei voi omasta mielestään pukeutua tietynlaisiin vaatteisiin. Esteenä voi olla esimerkiksi vaateen malli, väri, tyyli tai mikä tahansa muu ominaisuus. Käsitykset siitä, mitä asiakas ei missään nimessä voi käyttää, ovat usein vahvoja ja niitä voi olla hankala muuttaa. (Orell 2008.)

Tässä opinnäytetyössä sanalla mörkö kuvataan näitä ihmisten henkilökohtaisia käsityksiä, jotka estävät heitä pukeutumasta tietynlaisiin vaatteisiin. Mörkö on siis lyhyesti ilmaistuna pukeutumisen este. Se voi olla erittäin henkilökohtainen, ja joskus ulkopuolisten voi olla vaikea ymmärtää sen olemassaoloa. Toisaalta taas erilaisilla ihmisryhmillä voi esiintyä yhteisiä pukeutumisen mörköjä.

Työn tilaaja on Jyväskylän alueella toimiva pukeutumisneuvoja Maarit Orell, joka työskentelee myös pukeutumisneuvojen kouluttajana. Pukeutumispalvelussa on tärkeää osata kohdata möröt asiakkaan kanssa ja kohdella asiakasta siten, että tilanteesta ei jää henkilölle mahdollisia uusia mörköjä. Pukeutumisneuvojen koulutuksessa harjoitellaan asiakaspalvelua, mutta syvempi tieto pukeutumisen möröistä ja niiden käsitlemisestä puuttuu. (Orell 2008). Tämän työn tavoitteena on lisätä tietämystä pukeutumisen möröistä ja niiden käsittelystä pukeutumisneuvojan työssä.

Vaatteet ja ulkonäkö ovat merkityksellisiä asioita ihmisten arjessa, mutta niitä ei välttämättä ajatella aktiivisesti. Silti erilaiset viestit, arvot ja asenteet, jotka pukeutumiseen liittyvät, vaikuttavat yksilöiden päätöksiin ja toimintaan päivittäin. (Honkavaara 2003, 286.) Pukeutuminen tunnistetaan nykyään yhdeksi yksilön hyvinvointiin vaikuttavaksi tekijäksi. Tämä on näkynyt esimerkiksi pukeutumispalvelujen suosion kasvussa viime vuosina. (Orell 2008.) Pukeutu-

mispalveluiden tavoitteena onkin löytää asiakkaille vaatteita, värejä tai tyylejä, joissa he näyttävät hyviltä, mutta erityisesti myös tuntevat itsensä hyväksi.

Opinnäytetyön toisena tavoitteena on ihmisen itsetunnon ja pukeutumisen välisen vuorovaikutuksen tutkiminen. Kiinnostuksen kohteina ovat erityisesti yksilöiden kokemukset siitä, miten itsetunto vaikuttaa pukeutumiseen sekä miten vaatevalinnat vaikuttavat itsetuntoon. Näiden kysymysten avulla pyritään tutkimaan, voidaanko pukeutumisneuvonnan avulla mahdollisesti nostaa asiakkaan itsetuntoa.

Vaatteita voidaan pitää jossain määrin yksilön sisimmän olemuksen ulkoistettuna ja laajennettuna muotona. Vaatteita kutsutaan joskus ”toiseksi ihoksi” ja ne toimivat yksilön läheisimmän ympäristön muotona (Kaiser 1997, 98). Samoin kuin muullakin ympäristöllä, vaatteilla voidaan olettaa olevan jonkin verran merkitystä henkilön elämään. Pukeutumisen tutkiminen on ihmisten käyttäytymisen tutkimista. (Kaiser 1997, 3.) Siksi tämän työn tietopohjassa vaatetusalan lisäksi tärkeässä asemassa ovat psykologian sekä sosiologian tieteenalat.

2 PUKEUTUMISEN TUTKIMINEN

2.1 Pukeutumisen tarkastelun kontekstuaalisuus

Professori Susan B. Kaiser on tutkinut laajasti pukeutumisen sosiaalista psykologiaa. Hänen mukaansa yksilön pukeutumista voidaan tarkastella osana suurempaa, yksilön ulkoisen olemuksen kontekstia. Ulkoista olemusta taas on hyvä tarkastella suhteessa ihmisten jokapäiväiseen elämään, sillä vaatteet ja ulkonäkö ovat kiinteä osa sitä. (Kaiser 1997, 3, 31.)

Pukeutumisen kokonaisvaltaiseen tarkasteluun vaadittava kontekstuaalinen näkökulma saadaan yhdistämällä toisiinsa kognitiivinen, symbolisen vuorovaikutuksen ja kulttuurin näkökulma. Niille kaikille yhteinen käsitys on se, että

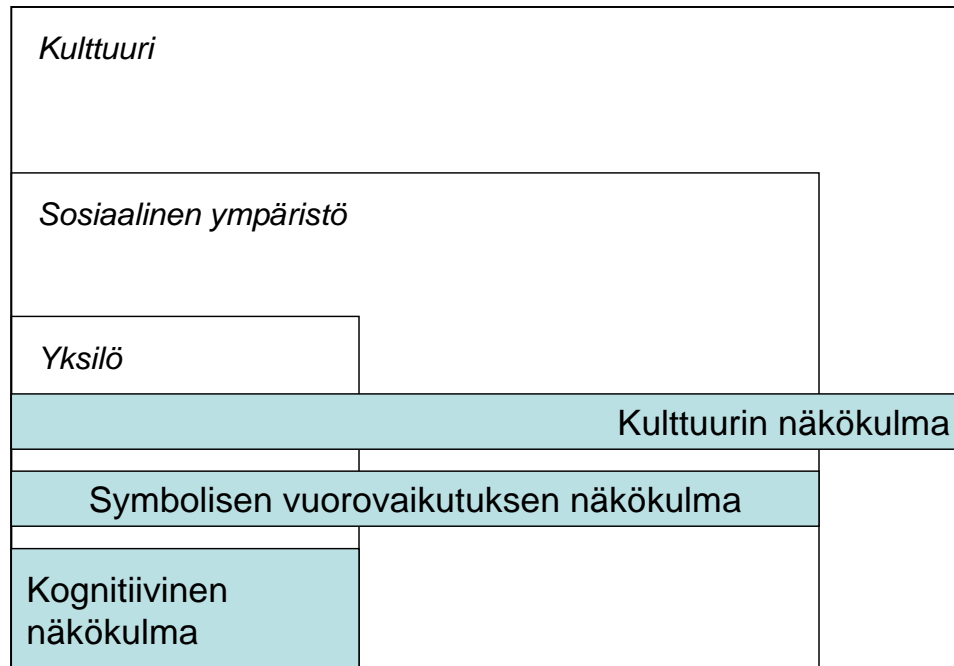
ihmiset käyttävät vaatteita jokapäiväisessä elämässään tekemään siitä mielekkäämmän ja jäsenneytymän. Näkökulmien painopiste vaihtelee, joten yksilön pukeutumisesta voidaan eri näkökulmia rinnakkain käyttämällä saada suhteellisen kattava käsitys. (Kaiser 1997, 3, 56 - 59.)

Kognitiivinen näkökulma on psykologiaan perustuva näkökulma, jonka tutkimus keskittyy pääasiassa siihen, miten yksilö havainnoi ja muodostaa käsityksiä muista sekä itsestään. Tarkastelun kohteena ovat yksilön ajatusprosessit. Ihmisillä on tarve selittää sosiaalisia tilanteita ja pyrkimys toiminnassaan jatkuvuuteen ja pysyvyyteen. Vaatteiden antamien vihjeiden avulla voidaan helposti määrittellä henkilöitä ja tilanneyhteyksiä, sillä ne toimivat vihjeinä siitä, mitä yksilö todellisuudessa on. Näkökulman peruseriaatteena on lisäksi ajatus siitä, että ihmiset etsivät jatkuvasti esteettistä stimulaatiota ympäristöstään. (Kaiser 1997, 32 - 37.)

Symbolisen vuorovaikutuksen näkökulman lähtökohtatieteenä on sosiologia. Yksilöä tarkastellaan vuorovaikutussuhteessa toisiin yksilöihin sekä ympäristöön. Symbolisen vuorovaikutuksen teorian mukaan ihmistä ei häntä tarkastellessaan pidä erottaa siitä sosiaalisesta ympäristöstä, missä hän kulloinkin sijaitsee. Tarkastelun kohteena ovat ulkonäön hallinta sekä ulkonäön havainnointi, sillä yksilö toimii aina samalla sekä viestin lähettäjänä että vastaanottajana. Yksilö myös luo osittain oman todellisuutensa ulkoisen olemuksensa kautta. Ihmiset käyttävät symboleita yhdenmukaistamaan toimintaansa ja vaatteet toimivat usein tällaisina symboleina. Symboleiden merkitykset taas muotoutuvat sosiaalisessa vuorovaikutuksessa, johon yksilön aiemmat kokemukset ja oma tulkinta tilanteista vaikuttavat. (Kaiser 1997, 32, 39 - 44.)

Kulttuurin näkökulma tarkastelee pukeutumista laajemmista kulttuurisista lähtökohdista. Tämä näkökulma on monitieteinen ja sen teorit pohjautuvat erilaisiin humanistisiin tieteenaloihin, kuten etnologiaan, antropologiaan, kuluttajatutkimukseen ja naistutkimukseen. Ihmiset muokkaavat ulkonäköään jollain tavalla kaikissa kulttuureissa. Kulttuurit taas pitävät sisällään omia arvoja, tapoja ja ideologioita, jotka määrittävät laajasti niin ulkonäköihanteita kuin sosiaalisen toiminnan sääntöjä. Yksilö myös pystyy jossain määrin vaikuttamaan kulttuuriin esimerkiksi vaatevalinnoillaan. (Kaiser 1997, 32, 48 - 49.) Samoin

kuin yksilöä ei voida täysin irrottaa sosiaalisesta ympäristöstä, yksilöä ja sosiaalista ympäristöä ei voida täysin irrottaa vallitsevasta kulttuurista.



KUVIO 1. Pukeutumisen tarkastelun tasot ja näkökulmat.

2.2 Miksi naiset pukeutuvat niin kuin pukeutuvat?

Sophie Woodward on kuvailut teoksessaan "Why women wear what they wear" (2007) Englannissa asuvien naisten suhteita pukeutumiseen ja vaatteisiin. Syvässä etnografisessa tutkimuksessa Woodward on tuonut esimerkkitapausten avulla esiin naisten suhteita pukeutumiseen ja vaatteiden valitsemiseen.

Yksittäisen naisen pukeutumiseen vaikuttavat kulttuurin, muodin ja median muokkaamat kauneuskäsitykset, jotka naisen on jollain tavalla sovitettava yhteen omien henkilökohtaisten kauneuskäsitysten, värimieltymysten ja muiden esteettisten näkemysten kanssa. Vaatevalintoihin vaikuttaa se, miltä vaate tuntuu päällä ja miltä sen materiaali tuntuu iholla. Vaatteiden valinnassa nainen miettii usein, sopiiko vaate yhteen oman persoonallisuuden kanssa tai voisiko nainen olla sellainen persoona, jota jokin tietty vaate hänen mielestään

ilmentää. Naisen on osattava myös muuntaa käsitys omasta naiseudestaan tai naisellisuudestaan ulkonäköönsä. (Woodward 2007, 28 - 29.)

Naisten pukeutumiseen vaikuttavat paljon sosiaaliset roolit ja tilanteet. Naisen elämän roolit voivat olla toisistaan hyvin kaukana. Esimerkiksi äidin tai vaimon rooli voi olla täysin erilainen kuin naisen rooli työpaikalla tai harrastuksen parissa. Erilaiset sosiaaliset tilanteet on otettava huomioon pukeutumisvalinnoissa, samoin kuin oma ikä sekä sosiaalinen asema. (Woodward 2007, 28 - 29.)

Vaatevalintoja tehdessään nainen usein miettii, millaisena muut hänet näkevät, miten hänen identiteettinsä vaatteiden avulla rakentuu sekä miten vaatteet toimivat yhdessä hänen kehonsa kanssa. Vaatevalinnoissa heijastuu lisäksi aina laajempi kulttuurin vaikutus. (Woodward 2007, 29.)

Anna-Mari Raunio on tehnyt Helsingin yliopistossa tutkimuksen (1996) 19-28 -vuotiaiden naisten lempivaatteista. Raunio löysi paljon erilaisia tekijöitä, jotka olivat vaikuttaneet siihen, miksi jotkin tietyt vaatteet olivat naisten lempivaatteita. Nämä tekijät voidaan myös käsittää niiksi tekijöiksi, joiden perusteella naiset päättävät jokapäiväisessä elämässään, miten pukeutuvat. Tekijät olivat fyysisiä, itseen liittyvä ja assosiatiivisia. Fyysisiin tekijöihin sisältyivät esimerkiksi materiaalin tuntu iholla, vaatteen muoto, malli ja koko, vaatteen väri ja yleisesti vaatteen koko ulkonäkö. Itseen liittyvät tekijät käsittivät vaatteen vaikutuksen itseen, vaatteen tekemisprosessin, vaatteen kehoa paljastavat tai peittävät ominaisuudet sekä vaatteen itseilmaisua auttavat ominaisuudet. Assosiatiiviset tekijät sisälsivät vaatteen herättämiä muistoja paikoista, tapahtumista tai ihmisistä. Lempivaate toi mieleen mukavia mielikuvia. (Raunio 1996, 185 - 187.)

Neene Honkavaara on tutkinut ihmisten käsityksiä pukeutumisesta ja näiden ilmenemistä heidän omassa pukeutumisessaan. Tutkimus on esitelty teoksessa Vaatekirja (2003), artikkelissa Pukeutumisen kontekstuaalisuus. Tutkimuksessa ilmeni voimakkaasti arvojen merkitys tutkittavien henkilöiden pukeutumisessa.

Satu Kivimäki on tehnyt tutkimuksen aikuisten naisten pukeutumiskäyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä ja pukeutumisen merkityksistä. Tutkimus on esitelty teoksessa Vaatekirja (2003), artikkelissa Aikuisen naisen vaatekaappi. Kivimäen tutkimustuloksissa esiintyy selviä yhteyksiä naisten pukeutumisen ja itsetunnon välillä.

3 YKSILÖ, ULKONÄKÖ JA SOSIAALINEN YMPÄRISTÖ

3.1 Muistot

3.1.1 Muisti ja sen rakenne

Muisti muodostaa perustan yksilön pysyvimmille käsityksille omasta itsestä. Muisti koostuu useista erilaisista järjestelmistä ja prosesseista. Muistot eivät ole tarkkoja tallenteita menneistä tapahtumista, vaan lähinnä siitä, miten yksilö on kokenut tapahtumat. Muisti keskittyy kokemusten aiheuttamiin merkityksiin, vaikutelmiin ja tunteisiin. Menneisyys vaikuttaa yksilön tapaan kokea päivittäiset tapahtumat, sillä jokainen kokemus koodautuu aivojen hermoverkkoihin, joita jo aikaisemmat kokemukset ovat muokanneet. Näin ollen jo olemassa oleva tieto ja kokemukset vaikuttavat uusien muistojen luonteeseen, rakenteeseen ja laatuun. (Schacter 2001, 15 - 16, 18.)

Ihmisellä on lyhytkestoinen muisti eli työmuisti ja säilömuisti. Säilömuisti käsittää proseduraalisen ja deklarativisen muistin. Proseduraalinen eli toiminnallinen muisti vastaa liikunnallisista taidoista, havaintovalmiuksista sekä päättelytaidoista ja ehdollistuneista reaktioista. Deklaratiivinen muisti eli sisältömuisti käsittelee opittuja kielellisiä ja kuvallisia tietoja ja taitoja eli semanttisia sisältöjä sekä koettuja tapahtumia ja kokemusten tilanneyhteyksiä eli episodisia sisältöjä. Deklaratiivisessa muistissa erilaiset tapahtumat aiheuttavat tunteiden viriämistä. Tunneilmiöillä ja oman elämän muistamisella taas on erittäin tärkeä yhteys. Omaelämäkerralliseen muistiin kuuluvat myös faktatiedot yksilön

menneisyydestä. (Lyytinen, Laine & Himberg 2005, 160 - 162; Simula 2008, 18.)

Schacterin mukaan muistivihjeiden avulla piilossakin olevia muistoja voidaan palauttaa mieleen. Muistivihjeenä pidetään jotain sellaista aistimusta, joka yksilön mielessä liittyy kokemuksiin jostain menneisyyden tapahtumasta. Muistivihje ja muistijäljet yhdessä muodostavat kuitenkin sen muiston, jota yksilö kulloinkin muistelee. Myös meneillään oleva hetki ja muistamisen motiivit vaikuttavat muiston sisältöön. (Schacter 2001, 34, 82 - 85.)

3.1.2 Vaatteet ja muistot

Naiset säilyttävät usein vaatteita, joita eivät enää kuvittelekaan käyttävänsä, muistoina aiemmista, eri aikoihin, ihmisiin tai paikkoihin liittyvistä identiteeteistään (Banim & Guy 2001, 205-206). Vaatteiden herättämät muistot eivät ole pelkkiä yksittäisten tapausten muistoja, vaan samoin kuin muutkin muistot, muistoja tunteista ja merkityksistä. Vaatteet myös toimivat helposti muistivihjeinä, sillä niihin voi liittyä monia eri aistimuksia. Esimerkiksi värihavaintoihin liittyy usein voimakkaita tunteita tai muistoja, jotka vaikuttavat siihen, miten henkilö ne myöhemmin kokee (Luutonen 2007, 41). Raunion tutkimuksessa yhtenä tärkeänä lempivaatteen muodostumisen tekijänä olivat vaatteen sisältämät assosiaatiot ja muistot (Raunio 1996, 187).

Kehityopsykologian mielihyväperiaatteen mukaan ihmisen mielen toiminta pyrkii maksimoimaan kokemukset mielihyvästä ja samalla minimoimaan kokemuksen mielipahasta. Negatiivisia muistoja pyritään välttämään, sillä niillä on huono vaikutus mielialaan. (Simula 2008, 24; Vuorinen 2004, 54.) Huonoja muistoja herättävät vaatteet usein heitetäänkin pois. Vaatekaapin sisällön järjestäminen, yksittäisten vaatteiden säilyttäminen samoin kuin vaatteiden hävittäminen on osa sekä muistamisen että unohtamisen prosessia, jonka avulla yksilö voi jäsentää ja manipuloida käsityksiä omasta menneisyydestään ja senhetkisestä itsestään. (Schacter 2001, 92 - 93; Woodward 2007, 51 - 52, 65.)

3.2 Käsitykset itsestä ja muista

3.2.1 Minuus

Kaiserin vaatetuksen kontekstuaalisen viitekehyksen kognitiivisessa näkökulmassa minuus määritellään jossain määrin pysyviksi ihmisen mielen rakennelmissa. Symbolisen vuorovaikutuksen näkökulman kannattajat taas pitävät minuutta prosessina, joka muuttuu sosiaalisen ympäristön ja tilanteiden mukaan. (Kaiser 1997, 148 - 150.)

Kehityspsykologiassa ihminen mielletään psyykkisesti alati kehittyväksi olenoksi, johon tärkeimpinä vaikuttavat aivojen fyysinen ja psyykinen kehitys, oma keho sekä fyysinen että sosiaalinen ympäristö. Minuus syntyy ihmisen mielessä ja vaikka se koostuukin osittain pysyvistä ihmisen mielen rakenteista, se käsitetään olemukseltaan prosessiksi, sillä se muuttuu ja kehittyy koko ihmisen elämän ajan. Jokainen yksilö on jatkuvasti välittömässä kosketuksessa omaan minuuteensa. Minuus tavallaan tuottaa itse itsensä, sillä ihminen kokee todellisuuden aina mielensä välityksellä ja elää joka hetki omassa todellisuudessaan. (Vuorinen 2004, 11, 13, 15, 49.)

Minuus on ihmisen psyykinen kokonaiskäsitelmä itsestä. Minuus rakentuu pitkälti lapsuudessa, kun yksilö kehittyy motorisesti, sosiaalisesti, emotionaalisesti ja kognitiivisesti. Minäkokemus muodostuu useista tiedostamattomista ja tiedostetuista kerroksista, joihin vaikuttavat erityisesti omasta kehosta muodostetut käsitykset ja havainnot eli kehominuus sekä sosiaalisesta vuorovaikutuksesta sisäistetyt mielikuvat. (Vuorinen 2004, 50, 72 - 74.)

3.2.2 Minäkuva

Minäkuva on tiedostettu minuuden taso, jolla ihmiset yleensä arvioivat ja ajattelevat itseään. Minäkuva rakentuu minäkokemuksen tavoin ruumiinkuvasta sekä sosiaalisesta vuorovaikutuksesta muihin. (Kaiser 1997, 165; Vuorinen 2004, 50.) Yksilöllä on kolme eri minäkuvan ulottuvuutta. Reaaliminäkuvassa yhdistyvät julkinen minäkuva, joka ilmaistaan sosiaalisessa vuorovaikutukses-

sa sekä yksityinen minäkuva, jota ei aina välttämättä paljasteta muille. Reaali-minäkuva on käsitys siitä, mitä itse todellisuudessa on. Ihanneminäkuva on käsitys siitä, millainen yksilö haluaisi olla. Normatiivinen minäkuva pitää sisälleen yksilön käsityksiä siitä, millainen yksilön pitäisi olla muiden mielestä. (Laine 2005, 23.)

Kaikki minäkuvan ulottuvuudet voidaan jakaa neljään suppeampaan osaan, suorituserminäkuvaan sekä sosiaaliseen, emotionaaliseen ja fyysis-motoriseen minäkuvaan. Suorituserminäkuva kertoo, millaisena yksilö pitää itseään erilaisissa kognitiivisissa suoritustilanteissa ja sosiaalinen minäkuva kertoo, miten yksilö suhtautuu itseensä ryhmän jäsenenä. Emotionaalisessa minäkuvassa on kyse siitä, millainen yksilö kokee olevansa luonteeltaan sekä tunne-elämältään ja fyysis-motorisessa minäkuvassa taas siitä, millaisena yksilö pitää itseään fyysisiltä ja ulkoisilta ominaisuuksiltaan. (Laine 2005, 23-24.)

Minäkuva muodostuu eri elämäntilanteissa saatujen aikaisempien kokemusten pohjalta. Pelkistettynä prosessia kuvaavat seuraavat vaiheet. Yksilö toimii ja muodostaa oletuksia siitä, miten muut mahdollisesti reagoivat toimintaan. Yksilö alkaa tarkkailla muita. Muut muodostavat arvion ja tulkinnan yksilön käyttäytymisen pohjalta ja antavat palautetta joko kielellisesti tai ei-kielellisesti. Tätä palautetta yksilö sitten vertaa minäkuvaansa ja tulkitsee sen tilanteen mukaan. Lopuksi palautteen avulla yksilö jäsentää ja muokkaa omaa minäkuvaansa. (Laine 2005, 32 - 33.)

Minäkuvaan liittyy läheisesti identiteetin käsite. Minäkuvan tavoin myös identiteetti on yksilön tiedostettu käsitys omasta itsestä, mutta siinä korostuu erityisesti yksilön paikan määrittely maailmassa sosiaalisten tekijöiden avulla. Näitä tekijöitä voivat olla esimerkiksi perhe, työ, rotu, kansallisuus sekä erilaiset roolit. (Laine 2005, 22.)

Joskus yksilön minäkuvan ja ympäristön välillä on ristiriita. Yksilöllä on useita keinoja selvitä tällaisista tilanteista, jotka saattaisivat vahingoittaa minäkuvaa. Tilapäisesti käytettynä minäkuvan puolustusmekanismit ovat ihmiselle tarkoituksenmukaisia ja hyödyllisiä. Puolustusmekanismeja ovat toimintastrategiat, joiden avulla yksilö pyrkii muuttamaan ahdistusta aiheuttavan tilanteen sitä ai-

heuttamattomaksi sekä kognitiiviset selviytymisprosessit, joilla pyritään muuttamaan ahdistavan tilanteen tulkintatapaa. (Laine 2005, 28 - 29.)

3.2.3 Ruumiinkuva ja kompleksit

Yksilön ruumiinkuva ja pukeutuminen ovat vahvasti kytköksissä toisiinsa. Ihminen ei koe tai havainnoi omaa kehoaan samoin kuin ulkopuoliset. Tiedostettu kuva omasta kehosta koostuu kehon kokonaisuuden havainnoinnista, kehon yksittäisten osien havainnoinnista, kehon osien ja kokonaisuuden kokokäsityksistä sekä kehon esimerkiksi ikään, sukupuoleen ja toimintaan liittyvistä käsityksistä. (Kaiser 1997, 98.) Vaatteita voidaan pitää tilannekohtaisena kehollisena toimintana, sillä vaatteita pidetään keholla, sen päällä ja ympärillä (Woodward 2007, 17). Anna-Stina Nykäsen Parhaat puoleni -tutkimuksen (2005, 51) mukaan ruumiinkuva tuntuu muotoutuvan pitkälti jo lapsuudessa kuultujen kommenttien ja läheisten lausuntojen perusteella.

Tyytymättömyys omaan vartaloon näkyy monenlaisina psyykkisinä ongelmina. Tärkeää on todellisen ulkonäön sijaan se, miltä ihminen kokee näyttävänsä. Ulkonäköön liittyvä kompleksi on huoli, jonka aiheuttaa jokin kuviteltu tai todellinen epäkohta omassa ulkonäössä. Kompleksi aiheuttaa ahdistumisen tunteita, jotka ovat lähtöisin enemmänkin yksilön omasta minäkuvasta kuin sosiaalisesta ympäristöstä. Suuri osa ihmisten komplekseista on alemmuuskomplekseja, joissa itseä pidetään jollain osa-alueella huonompana kuin muita. Nöyryyttävät kokemukset tai töykeä palaute voivat jättää arpia, joista parantuminen voi viedä kauan aikaa. (Andre & Muzo 2007, 91, 96, 98.)

Kompleksit voivat aiheuttaa paljon haittaa ja kärsimystä yksilölle, vaikka muut eivät tätä huomaisi. Niistä on mahdollista päästä yli, jos yksilö on itse valmis tekemään työtä asian eteen. Komplekseihin voidaan vaikuttaa muuttamalla yksilön minäkuvaa. Ensimmäisenä yksilön pitää oppia hyväksymään itsensä kuviteltuine tai todellisine vikoineen. Sitten hänen pitää altistaa itsensä säännöllisesti muiden katseille. Ahdistusta aiheuttavan tilanteen toistuva kohtaaminen ja siihen tottuminen voivat muuttaa yksilön komplekseja ylläpitäviä tunne-refleksejä. (Andre & Muzo 2007, 98, 102.)

3.2.4 Oman itsen havainnointi

Yksilö ei koskaan voi nähdä itseään aidosti muiden silmin. Sosiaalisessa vuorovaikutuksessa palaute sekä vertailu muihin auttavat yksilöä muodostamaan käsityksiä itsestä sekä arvioimaan itseä. Yksilö havainnoi muita jatkuvasti ja muodostaa heistä havaintojen ja niihin liittyvien tulkintojen pohjalta käsityksiä. Yksilö toimii samanaikaisesti sekä viestittäjänä että viestin vastaanottajana. Viestit voivat olla verbaalisia eli sanallisia tai nonverbaalisia eli sanattomia. (Kaiser 1997, 164; Laine 2005, 12, 82 - 83.)

Sanalliset viestit voivat joskus olla suoria kommentteja, mutta usein yksilön on poimittava piilomerkityksiä rivien välistä. Sanattomien viestien, kuten katseiden tai hymyn, tulkinta riippuu paljon viestin vastaanottajan etukäteen kuvitelluista mielikuvista siitä, mitä hän luulee muiden ajattelevan itsestään sekä siitä, mitä mieltä hän itse on omasta itsestään. Tähän liittyy myös viestin lähettäjän ja vastaanottajan suhde. Mitä tärkeämpi kommentoija on yksilölle tietyssä sosiaalisessa ympäristössä, sitä tärkeämmäksi tämän kommentti yleensä koetaan. Erityisesti sellaisten ihmisten kommentteihin kiinnitetään huomiota, joihin yritetään tehdä vaikutus. Sosiaalinen vertailu taas on ihmisille tyypillinen tarve, jonka tarkoituksena on oman itsen arviointi suhteessa muihin. Ulkonäkö on näkyvänä ominaisuutena helppo vertailukohde. (Kaiser 1997, 147, 165 - 167, 171.)

Vaatteet itsessään ovat tärkeä osa ihmisten nonverbaalia viestintää. Ne muodostavat suuren osan yksilön ulkoisesta esinekielestä, jonka perusteella muut tekevät tietoisia sekä tiedostamattomia tulkintoja yksilön luonteesta ja persoonallisuudesta, arvoista, statuksesta sekä viiteryhmästä. Eri tavoin pukeutuvia ihmisiä kohdellaan eri lailla. (Laine 2005, 88.)

Vaatteita voidaan pitää jossain määrin yksilön minäkäsityksen ulkoistettuna ja laajennettuna muotona. Yksilön pukeutumista tarkastellessa minuus ei ole universaali psykologinen kokonaisuus, jota vaatteet ilmentävät, vaan lähinnä jokin, jota yksilö kyseenalaistaa, kokeilee ja rakentaa vaatevalintojensa kautta. Vaikka vaatteet eivät suoraan ilmaise yksilön todellista aitoa sisintä, ulkoisen ja sisäisen minuuden välillä on aina jokin yhteys. Ulkoisen ja sisäisen minän

välillä vallitsee molemminpuolinen vuorovaikutussuhde. Esimerkiksi hyvännäköinen ja oikeanlainen tilannepukeutuminen voi tuoda henkilölle itsevarmuutta. Itsevarmuuden tunne saattaa kuitenkin kadota, jos henkilö kokee vaatteiden olevan ristiriidassa oman persoonallisuutensa kanssa. (Woodward 2007, 13 - 15, 21, 80.)

Nuoruudessa keskeisiä tekijöitä tietoisessa minuuden määrittämisessä ovat ikätoverien hyväksyntä, menestys elämän eri osa-alueilla sekä muilta saatu palaute esimerkiksi ulkonäöstä. (Nurmi, Ahonen, Lyytinen, Lyytinen, Pulkkinen & Ruoppila 2006, 143). Kivimäen mukaan pukeutumisella on tärkeä rooli suomalaisten aikuisten naisten elämän sosiaalisissa vuorovaikutustilanteissa ja tasapainoisen minäkuvan rakentumisessa läpi elämän. (Kivimäki 2003, 266.) Yksilön identiteetti vakiintuu yleensä jossain määrin nuorena aikuisena. Woodwardin tutkimuksessa naiset ovat löytäneet oman, suhteellisen pysyvän tyylin samaan aikaan, kun oma, suhteellisen pysyvä identiteetti ja minäkuva on muodostunut ja vakiintunut. Nuoruuden pukeutumistyyli on jossain vaiheessa hylätty epäsovivina suhteessa omaan persoonallisuuteen. (Woodward 2007, 61.)

3.2.5 Muiden havainnointi

Ihmiset havainnoivat sosiaalisessa vuorovaikutuksessa muita ja muodostavat heistä henkilökäsityksiä, joihin liittyy odotuksia siitä, miten henkilöt tulevat käyttäytymään eri tilanteissa. Yksilön omat asenteet, toisista muodostetut stereotypiat ja ennakkoluulot sekä ensivaikutelmat vaikuttavat henkilökäsitysten muodostumiseen. (Laine 2005, 89.)

Ihmisillä on taipumus arvioida sosiaalista ympäristöään. Yksilön asenteet perustuvat hänen henkilökohtaiseen sosiaaliseen kokemusmaailmansa ja niitä voidaan pitää arvioina, jotka osoittavat hänen orientoitumisensa johonkin kohteeseen. Asenteet eivät välttämättä tule esiin kovin tiedostetusti, mutta niillä on erittäin suuri vaikutus ihmisten käyttäytymiseen. Asenteet vaikuttavat pukeutumisen havainnointiin määrittämällä, mitä yksilö vaatteista tai niiden mer-

kityksistä tietää, mitä hän niitä kohtaan tuntee ja miten hän niitä kohtaan kohtaan käyttäytyy. (Kaiser 1997, 290, 294; Laine 2005, 89 - 91.)

Stereotypiat ovat jonkin ihmisryhmän muodostamia, usein liioiteltuja ja pelkistettyjä käsityksiä jostain toisesta ihmisryhmästä. Niiden muodostuminen on ihmiselle normaalia ja väistämätöntä tiedon prosessointia, sillä ne auttavat yksilöä poimimaan oleellisia kohteita moninaisesta ärsyketulvasta. Stereotypiat voivat olla sekä myönteisiä että kielteisiä, mutta ne ovat usein virheellisiä liiallisen yksinkertaistamisen ja kärjistämisen seurauksena. Kaikilla on elämänsä aikana stereotypioita, mutta toiset omaksuvat niitä helpommin kuin toiset. Ulkonäköön ja käyttäytymiseen, joihin molempiin vaatteet voidaan luokitella, liittyvät poikkeavuudet aiheuttavat stereotyyppistä ajattelua erityisen herkästi. Stereotypioihin liittyvät usein ennakkoluulot, jotka yleensä käsitetään negatiivisiksi. Ennakkoluulot vaikuttavat paljon siihen, millä tavalla jonkin ihmisen tai ihmisryhmän ominaisuudet tai teot ymmärretään. Negatiivinen ennakkoluulo johtaa usein negatiiviseen tulkintaan. (Kaiser 1997, 255; Laine 2005, 91 - 92.)

Ensivaikutelma muodostuu tapaamisen ensihetkellä ja on suhteellisen pysyvä, koska ihmisillä on taipumus pyrkiä pitämään kiinni jo muodostetuista käsityksistä. Ensivaikutelman muodostumiseen vaikuttavat erityisesti yksilön ulkoinen olemus sekä nonverbaali viestintä. (Laine 2005, 92-93.)

3.3 Itsetunto

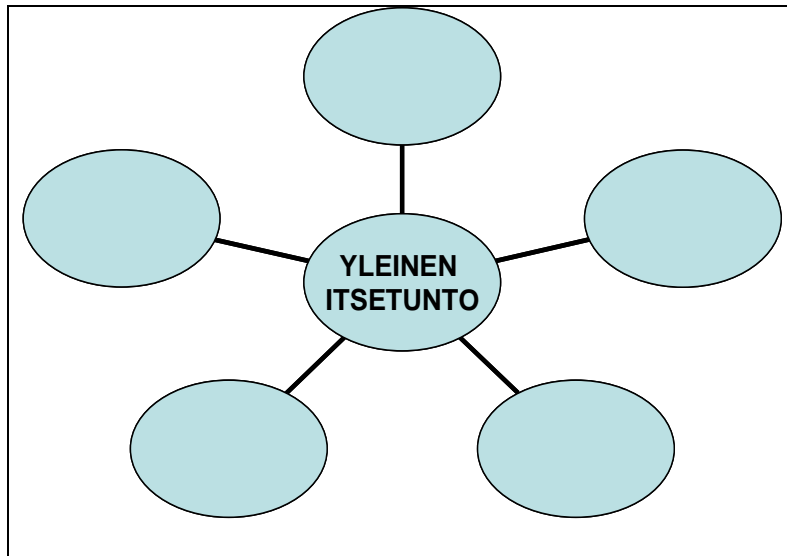
3.3.1 Itsetunto ja sen rakentuminen

Itsetunto on yksilön määriteltävissä oleva ominaisuus ja se on kiinteässä yhteydessä yksilön minäkuvaan. Sitä pidetään minäkuvan evaluoivana eli arvioivana osana, joka pystyy katsomaan itseä objektiivisesti. (Kaiser 1997, 174; Laine 2005, 22 - 24.) Itsetunnon kehitysprosessi on samanlainen kuin minäkuvan kehitysprosessi, joka pelkistetysti esitettynä etenee toiminnasta palautteen kautta käsitysten muuttumiseen (Laine 2005, 32 - 33). Itsetuntoa pidetään yleisenä yksilön kykynä luottaa itseensä, pitää itsestään ja arvostaa itse-

ään. Ihminen, jolla on hyvä itsetunto, näkee usein itsensä melko samalla tavalla kuin muutkin. Hän havaitsee itsessään hyvinä pitämiään ominaisuuksia, mutta hyväksyy myös heikkoudet. Jos yksilön reaalinäkuva, ihanneminäkuva sekä normatiivinen minäkuva ovat todella kaukana toisistaan, yksilön itsetunto usein kärsii. (Keltikangas-Järvinen 1996, 16 - 17; Laine 2005, 25.)

Itsetunnossa, samoin kuin minäkuvassakin, on yksityinen ja julkinen puoli. Nämä kaksi puolta eivät yleensä täysin vastaa toisiaan. Yksityisellä itsetunnolla tarkoitetaan niitä yksilön tunteita ja ajatuksia, joita hänellä itsestään o-massa mielessään todellisuudessa on. Julkinen itsetunto taas on sitä, mitä yksilö ilmaisee itsestään muille sanallisesti tai käyttäytymisellään ja joka tulee esiin usein myös erilaisissa psykologisissa testeissä. Tasapainoisella yksilöllä ei julkisen ja yksityisen itsetunnon välillä ole suuria eroja. (Keltikangas-Järvinen 1996, 24 - 25.)

Itsetunnon rakenne kuvataan tavallisimmin yksiulotteisena, moniulotteisena tai hierarkisena mallina. Kaikissa malleissa lähtökohtana on se periaate, että ihmisellä on yleinen, suhteellisen pysyvä itsetunto, joka koostuu useista erilaisista, osittain päällekkäinkin toimivista osista. Nämä voivat liittyä esimerkiksi yksilön minäkuvan eri osiin, kuten sosiaaliseen tai emotionaaliseen minäkuvaan tai rooleihin, joita yksilöllä on. (Keltikangas-Järvinen 1996, 26 - 27; Laine 2005, 25 - 26.) Yksilö voi kokea olevansa hyvä ratkaisemaan matemaattisia tehtäviä, mutta huono valitsemaan omalle vartalolle sopivia vaatteita.



KUVIO 2. Esimerkki itsetunnon rakenteen moniulotteisesta mallista. (Laine 2005, 25.)

Jotkin itsetunnon osat saattavat toimia erittäin hetkellisesti ja niiden sisältämät itsearvostuksen ja itseluottamuksen tunteet saattavat vaihdella suuresti. Yleinen itsetunnon taso määrittää sen, kuinka paljon esimerkiksi epäonnistuminen laskee itsetunnon tasoa. Jos henkilö kokee jatkuvasti hetkellistä itsetuntoa, joka eroaa paljon pysyvästä itsetunnosta, saattavat kokemukset nostaa tai laskea henkilön itsetuntoa pysyvämminkin. Useat onnistumisen tunteet jollain tietyllä osa-alueella saattavat nostaa yleistä itsetuntoa samoin kuin moni peräkkäinen epäonnistuminen voi madaltaa sitä. (Keltikangas-Järvinen 1996, 30 - 32.)

3.3.2 Itsetunto, ulkonäkö ja pukeutuminen

Eri kulttuureissa arvostetaan itsetunnon eri osa-alueita eri tavoin. Keltikangas-Järvisen mukaan (1996) amerikkalaisessa yhteiskunnassa painotetaan paljon enemmän ulkonäköä kuin suomalaisessa. Hänen mukaansa eräs amerikkalainen tutkimus todisti, että tyytyväisyys omaan ulkonäköön oli suorassa yhteydessä murrosikäisten tyttöjen itsearvostukseen. (Keltikangas-Järvinen 1996, 26 - 29, 45, 68.) Nuoruudessa ulkonäkö varmasti onkin tärkeässä asemassa itsetunnon muodostumisen kannalta, mutta siihen vaikuttaa moni muukin teki-

jä. Itsetunnon kannalta herkimät kehitysvuodet ovat ikävuodet 6 - 13. Tällöin lapsen elämässä on useita merkityksellisiä henkilöitä ja hänen havainto-, arviointi- ja päättelykykynsä ovat kehittyneet riittävästi, jotta oman olemisen ja toiminnan objektiivinen arviointi onnistuu.

(Laine 2005, 33.)

Itsetunnolla on eri tutkimusten perusteella havaittu olevan selkeä yhteys omaan kehonkuvaan. Erityisesti tyytyväisyys omaan kehoon näyttäisi olevan läheisesti yhteydessä yksilön yleiseen itsetuntoon. Naisilla näyttäisi olevan itsetunnon ja ulkonäön välillä hieman enemmän yhteyksiä kuin miehillä ja nuoremmilla enemmän kuin vanhemmilla. (Kaiser 1997, 108, 174 - 175.)

Kulttuuri muovaa ajan käsityksiä ihanteellisesta ja tavoiteltavasta ulkonäöstä. Median luoma kuva kunkin hetken ihanteesta on ristiriidassa monen naisen arkielämän ja ulkonäön kanssa. Harva on täysin tyytyväinen ulkonäköönsä ja useimmat myös pyrkivät vaikuttamaan ulkonäköönsä eri tavoin. (Kaiser 1997, 109; Luutonen 2007, 94.) Tässä pukeutumisella on tärkeä rooli, sillä vaatteiden avulla ulkonäköön voidaan ehkä helpoimmalla tavalla vaikuttaa.

Kaiserin mukaan monessa tutkimuksessa on käynyt ilmi itsetunnon vuorovaikutussuhde ulkonäköön ja pukeutumiseen. Yhteys siis on olemassa, mutta on hankala tutkia, onko tietynlainen pukeutuminen seurausta tietynlaisesta itsetunnosta vai onko pukeutuminen mahdollisesti syy yksilön itsetunnon tasolle. Henkilöillä, joiden itsetunto on matala, vaatteet saattavat tuoda tukea sosiaalisiin tilanteisiin ja toimia siten itsetuntoa korostavasti. Niiden kohdalla, joiden itsetunto on korkea, vaatteet saavat yleensä itseilmaisun muodon. (Kaiser 1997, 174 - 175.)

Kivimäen tutkimuksessa pukeutumisella katsottiin olevan jonkin verran vaikutusta itsetuntoon, sillä tutkimushenkilöiden mielestä vaatteet vaikuttivat mielialaan tai lisäsivät varmuuden tunnetta. Sosiaalinen ympäristö vaikutti itsetuntoon pukeutumisen kautta. Yksi tutkimushenkilö jäi mieluumin kotiin juhlista, koska hän oli epävarma itsestään eikä löytänyt tilanteeseen sopivaa vaatetusta. (Kivimäki 2003, 260 - 261.) Raunion lempivaatteita koskevassa tutkimuksessa mainittiin, että vaatteiden vaikutus itseen oli yksi niistä syistä, miksi jo-

kin vaate oli muodostunut lempivaatteeksi. Vaatteella voitiin saada yksilö näyttämään hyvältä ja sen seurauksena tuntemaan itsensä hyväksi tai pirstymään. (Raunio 1996, 186.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

4.1 Tutkimuksen tavoite

Tutkimuksen tavoitteena oli saada syvällistä tietoa yksilöiden suhteista heidän pukeutumiseensa. Erityisinä mielenkiinnon kohteina olivat itsetunnon ja pukeutumisen suhteet sekä pukeutumisessa esiintyvät möröt. Aiheita lähestyttiin määrittelemällä seuraavat oletukset ja kysymykset teorian pohjalta:

- Pukeutumiseen vaikuttavat yksilölliset, sosiaaliset sekä kulttuuriset tekijät. Mitkä tekijät yksilö itse tiedostaa tai kokee tärkeiksi vaikuttajiksi omissa vaatevalinnoissaan?
- Yksilöiden pukeutumisen ja itsetunnon välillä on jonkinlaisia yhteyksiä. Millaisina yksilöt kokevat nämä suhteet ja miten ne vaikuttavat heidän elämäänsä?
- Pukeutumisen mörköjä voi syntyä eri tavoilla. Miten pukeutumisen möröt ovat muodostuneet yksilöille ja miten ne vaikuttavat heidän elämäänsä?

Tutkimuksella pyrittiin sekä vahvistamaan teorian pohjalta tehtyjä oletuksia sekä syventämään tietoa erityisesti itsetunnosta ja pukeutumisesta sekä pukeutumisen möröistä.

4.2 Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tavoitteena on tutkimuskohteen ymmärtäminen. Tutkittavien näkökulma on tärkeä ja tapauksia tulee käsitellä ainutlaatuisina. Kvalitatiivisen tutkimuksen päämääränä ei ole tuottaa yleistettäviä päätelmiä, mutta taustalla toimii ajatus siitä, että yleinen toistuu yksityisessä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 155, 168 - 169.)

Teemahaastattelu on puolistrukturoitu haastattelumuoto, jolla pystytään hyvin tutkimaan haastateltavien subjektiivisia kokemuksia tilanteesta, jota tutkija on jo ennalta analysoinut. Teemahaastattelu on hyvä valinta, kun tutkija tietää jo ennalta tutkittavien kokeneen tutkittavan tilanteen. Yleisesti ottaen haastattelu toimii hyvin menetelmänä silloin, kun tutkittavat asiat ovat arkoja tai vaikeita. Haastattelulla päästään usein pintaa syvemmälle ja saatuja vastauksia on mahdollista selventää ja syventää tarvittaessa. Haastattelulla voidaan hyvin tutkia myös ennestään tuntematonta tai vähän kartoitettua aihetta. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 35, 47.)

Tässä tutkimuksessa teemahaastattelu katsottiin parhaaksi vaihtoehdoksi, sillä tutkittaville henkilöille aihe saattoi olla arkaluontoinen ja tutkimuksessa haluttiin saada syvällistä tietoa henkilöiden subjektiivisista kokemuksista. Aihe oli myös suhteellisen vähän kartoitettu eikä pukeutumisen möröistä löytynyt aikaisempia tutkimuksia.

Teemahaastattelussa jokaisen haastateltavien kanssa käydään läpi samat, ennalta määritellyt teemat, mutta jokainen saa halutessaan puhua varsin vapaamuotoisesti. Tämän ansiosta haastateltavan oma ääni pääsee hyvin esiin. Teemat auttavat haastattelijaa sekä haastateltavaa pysymään aiheessa ja helpottavat aineiston käsittelyä (Eskola & Suoranta 2001, 87; Hirsjärvi & Hurme 2001, 48.)

Haastattelun teemat ja runko määräytyvät niiden johtopäätösten tai oletusten mukaan, joihin tutkija on päätenyt tutustuessaan tutkittavan ilmiön tai tilanteen eri osiin sekä kokonaisuuteen. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47.) Tässä tutkimuk-

sessä haastattelun teemat johdettiin suoraan tutkimuskysymyksistä. Haastattelun teemat olivat:

1. Pukeutumisvalintoihin vaikuttavat tekijät.
2. Pukeutuminen ja itsetunto.
3. Pukeutumisen möröt.

Ensimmäinen teema piti sisällään kysymyksiä henkilön vaatevalintoihin vaikuttavista tekijöistä sekä erityisesti sosiaalisista vaikuttajista. Tämä osa toimi pohjustuksena kahdelle seuraavalle teemalle. Toisen teeman tavoitteena oli tutkia haastateltavien itsetunnon vaikutuksia pukeutumiseen ja käänteisesti pukeutumisen vaikutuksia itsetuntoon. Kolmannen teeman tarkoitus oli selvittää, millaisia mörköjä haastateltavien pukeutumisessa oli, miten ne olivat syntyneet sekä miten he kokivat mörköjen olemassaolon.

4.3 Aineiston analysointi

Aineiston kuvaileminen ja luokittelu muodostavat perustan analyysille. Aineiston yhdistelyvaiheessa etsitään luokkien välisiä yhteyksiä, säännönmukaisuuksia tai epäsäännönmukaisuuksia ja tehdään päätelmiä. Viimeisenä vaiheena on aineiston tulkinta, jossa tutkijan näkökulmalla on suuri merkitys. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 145 - 151.)

Haastattelut kestivät 40 - 60 minuuttia ja ne nauhoitettiin. Äänitteet litteroitiin suhteellisen tarkasti, kuitenkin selkeästi epäoleelliset kohdat jätettiin suoraan pois. Litteroitu aineisto purettiin luokittelemalla vastaukset alkuperäisten teemojen alle. Aineisto kuvailtiin haastattelukohtaisesti. Näin jokaisen haastattelun vastaukset etenivät suunnilleen samaa järjestystä noudattaen ja jokaisen haastateltavan pukeutumisesta saatiin kokonaiskäsitys. Aineisto on kuvailtu luvussa 5 Tulokset. Tutkimus eteni pääpiirteissään aineiston luokittelusta ja kuvailusta yhteenvetoon ja tulkintoihin, jotka on esitelty luvussa 6 Johtopäätökset. Tutkijan intuitio oli tärkeä tekijä vastausten merkitysten tulkitsemisessa.

4.4 Haastateltavat

Kvalitatiivisen tutkimuksen aineistona voi toimia joukko yksilohaastatteluja. Kohdejoukko on valittava tarkoituksenmukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2000, 155, 168). Tässä tutkimuksessa haastateltavat muodostavat harkinnanvaraisen näytteen kohderyhmästä eli suomalaisista nuorista aikuisista naisista.

Haastateltaviksi valittiin neljä 20 - 25-vuotiasta naista. Jotta tutkimuksen tuloksia pystyttiin jonkin verran vertailemaan keskenään, haastateltavien tuli olla jollain tapaa samanlaisia. Koska tutkimuksessa tärkeitä tarkastelun kohteita olivat yksilön minäkuva sekä itsetunto, samanlaistaviksi tekijöiksi valittiin minäkäsityksen ja itsetunnon kehitykseen vaikuttavat sosiaaliset kasvuympäristötekijät. Näitä ovat vanhemmat ja perhe, päiväkotia ja koulu sekä vertaisryhmä (Laine 2001, 41 - 44). Ryhmän muodostuminen nuoruudessa koettiin tärkeäksi, sillä nuoruudessa pukeutuminen ja ulkoinen olemus ovat tärkeitä itsensä arvioimisen kriteereitä ja niihin kiinnitetään paljon huomiota. Nuoruudessa myös johonkin kuulumisen tarve on suuri. Pienissä ryhmissä ulkoinen olemus voi tuoda yhteenkuuluvuutta ja kertoa ryhmän sisäisistä arvoista ja asenteista. (Kaiser 1997, 353.)

Kaikilla haastateltavilla on suhteellinen samanlainen perhetausta. Kaikilla esimerkiksi on sisaruksia. Kaikki ovat asuneet suurimman osan lapsuudestaan ja nuoruudestaan samalla paikkakunnalla Jyväskylän maalaiskunnassa. He ovat käyneet saman peruskoulun sekä lukion. He ovat myös kuuluneet yhteiseen kaveripiiriin viimeistään yläasteen lopulta saakka. Haastateltavat olivat tutkijalle ennestään tuttuja, sillä tutkija on myös kuulunut samaan kaveripiiriin. Tuttuihin haastateltaviin päädyttiin siksi, että haastateltavien oletettiin puhuvan henkilökohtaisista asioistaan helpommin tutulle kuin tuntemattomalle henkilölle. Sen, että tutkija tunsi haastateltavien tyylin ja arvomaailman ennalta, katsottiin helpottavan aineiston keräämistä ja tulkintaa.

Kulttuuritaustaltaan haastateltavia voidaan pitää niin sanotusti tavallisina suomalaisina. Haastateltavien arvomaailmassa ulkonäkö tai pukeutuminen ei saa yksittäistä huomiota, mutta siihen kiinnitetään huomiota ja sen katsotaan olevan jonkin

verran merkityksellinen asia jokapäiväisessä elämässä. Kukaan ei seuraa orgaanisesti pintamuotia, vaan kaikilla on omat tyyliinsä, jotka eivät tämän tutkimuksen kannalta kuitenkaan merkittävästi poikkea toisistaan.

Laineen teoksessa (2001, 38) Loevingerin teorian mukaan nuoren aikuisen eli 20 - 25 -vuotiaan yksilön minäkuvan kehitys on normaalitapauksissa vähintään niin sanotulla itsetietoisuuden tasolla. Yksilön perusitsetunto on suhteellisen vakiintunut ja hänen käsityksensä itsestä ovat realistisia. Usein kuitenkin stereotyyppiä määräävät suhtautumista muihin ja johonkin ryhmään kuuluminen koetaan vielä tärkeäksi. Yksilön minäkuva voi kehittyä tästä vielä kolmen kehitystason verran, mutta toisaalta monen aikuisen minäkuva jää tälle kehitystasolle.

Haastateltavat eivät enää etsi itseään tai tyyliään samoin kuin aiemmin nuoruudessa. He ovat hyvä tutkimuksen kohde, sillä heidän minäkuvansa ovat vähintään itsetietoisuuden tasolla. Heidän itsetuntonsa ja identiteettinsä ovat suhteellisen vakiintuneet ja heidän käsityksensä itsestään ovat realistisia. Myös haastateltavien pukeutuminen ja omat tyylit ovat kehittyneet tutkijan näkemyksen mukaan tasaisen varmasti peruskoulun lopulta asti minäkuvan kehittymisen ja tarkentumisen myötä.

Haastateltavia lähestyttiin ensin puhelimitse. Tärkeää oli, että henkilöt saivat mahdollisuuden kysellä tarkemmin aiheesta ja haastattelun sisällöstä jo ennen haastatteluun suostumista. Kaikki pyydetyt henkilöt suostuivat haastatteluun. Suostumisen jälkeen heille lähetettiin sähköpostilla haastattelun teemat sekä niitä tarkentavat kysymykset ennalta pohdittaviksi. Tämän ajateltiin helpottavan ja mahdollisesti nopeuttavan haastattelutilannetta.

5 TULOKSET

5.1 Pukeutuja A

Pukeutumiseen vaikuttavat tekijät

A kokee tärkeimmäksi pukeutumisvalintoihinsa vaikuttavaksi tekijäksi tilaisuuden, siis paikan ja ympäristön, jota varten hän pukeutuu. Vaatevalintoihin vaikuttavat suuresti myös vaatteiden mukavuus ja se, miltä ne näyttävät päällä. Lisäksi tärkeä on oma olo, johon vaikuttaa esimerkiksi mieliala.

Joka tapauksessa se on kuitenkin aika paljon kiinni siitä, minkälainen päivä itellä on. Siis kyllä se on siitä fiiliksestä kii. Joskus on saattanu miettiä valmiiks jotkut, ku tiän mihin oon aamulla menossa ja on miettiny vaatteet valmiiks, mut sit kun laittaa ne päälle, niin onkin silleen, et hei ei nää tunnukaan hyväälle.

Vaatteita ostaessa A kiinnittää ensin huomion vaatteen väriin, sitten muuhun ulkonäköön ja herkkäihoisena materiaalin ominaisuuksiin. Vaatteen sopivuus itselle ja hinta ovat ratkaisevia tekijöitä ostopäätöksen syntymisessä. Myös muoti vaikuttaa pukeutumiseen.

Vaikkei nyt hirveesti yritä olla mikään semmonen ylitrendikäs, semmonen kauhee, mutta siis jotenkin tottakai siihen vaikuttaa muoti, kun se määrää, että mitä tuolla kaupoissa on.

A:n pukeutumiseen vaikuttavia sosiaalisia tilanteita ovat esimerkiksi erilaiset sukujuhlat, yöelämä sekä työ.

Ja siis tavallaan kaikki tälläset juhlat, jos nyt miettii jotain sukujuhlia vaikka, niin se on ehkä aika erilainen, kun vertaa sellasiin bileiltoihin kavereitten kanssa, niin niissä pukeutuminen on ihan erilainen. Se on se sosiaalinen ympäristö, et niihin on pakko laittaa jotain erilaista.

Yksittäisiä ihmisiä varten A ei koe pukeutuvansa. A tiedostaa kaveripiirin vaikutuksen omissa pukeutumismielityksissään ja ulkonäköön liittyvissä asioissa.

Kaveripiiri, kaverit ehkä vaikuttaa... Ei se silleen velvota erityisesti, mutta ohjaa ehkä. Tai kun kattoo vaikka jotain muita, niin näyttää

joskus, että tytöt jossain samassa porukassa pukeutuu aika samalla lailla. Että kai se vähän jotenkin huomaamattakin vaikuttaa, että on jotenkin sellasta samanlaista tyyliä. Mutta ei oo semmonen olo, että mun nyt pitäis jotain tiettyä laittaa, että mää sopeudun.

A on pohtinut, voisiko hän vaatteilla lisätä uskottavuutta esimerkiksi työssä. Hän ei kuitenkaan haluaisi pukeutua kovin eri tavalla, sillä hän kokee oman tyyllisen pukeutumisen kiinteäksi osaksi omaa minäkuvaansa.

Ku sit sitä muuttas ittee niin paljon jos alkas pukeutuu ihan eri lailla.

Pukeutuminen ja itsetunto

A:n itsetunto vaikuttaa pukeutumiseen. Tämän A huomaa parhaiten silloin, kun esimerkiksi paino on noussut. Silloin tiettyjä vaatteita vain ei voi käyttää, sillä A kokee, että ne korostavat vartalon huonoutta. A:n itsetunto on erilainen eri päivinä, myös ulkonäön suhteen. Silloin, kun A:n itsetunto on huonompi, hän käyttää mieluiten sellaisia vaatteita, jotka eivät vaadi suurta panostusta ulkoiseen olemukseen. Hyvänä päivänä taas on mukava laittautua enemmänkin.

Jos esimerkiksi on jotenkin vähän semmonen huono olo aamulla ja ei vaikka saa laitettua hiuksia ja on semmonen, et ei oo kauheen nätti päivä tänään, niin sitten laittaa mielummin päälle jotain jollain tavalla rennompaa ja tyyliin mielellään ihan jotkut tuulihousut. Semmoset, mitkä ei vaadi sit muutenkaan semmosta laittautumista ja ei edellytä, että on kauheen nättinä.

Joskus A:n itsetunto vaihtuu hyvästä huonoksi todella nopeasti. Silloin kun A tuntee näyttävänsä vaatteissa hyvältä, hän voi keskittyä muihin asioihin paremmin.

On semmosia, et just saattaa mieli muuttua ihan tosi nopeesti. Oon ehkä joskus tehny silleen, että oon lähteny kotoo ja oon kääntyny takasi, oon siis ehkä jo päässy kadulle asti ulos mut sit on tullu semmonen et enhän mä näissä voi lähtee ja sitten mä oon menny kotii vaihtaa vaatteita... Ku sit kun ne vaatteet on kunnossa, niin on ainakin yks asia vähemmän mistä murehtia.

A on huomannut, että hän voi vaikuttaa vaatevalinnoillaan itsetuntonsa tasoon hetkellisesti. Oikeanlaiset vaatteet nostavat itsetuntoa erityisesti esiintymisti-

lanteissa, joissa ne vaikuttavat A:n oloon siitä, millaisen ensivaikutelman muut hänestä saavat. Oikeanlaiset vaatteet nostavat itsetuntoa itsevarmuuden kautta.

Kyllähän se ihan väistämättä vaikuttaa, enneku sä oot mitään ees sanonu ja sit ku ihmiset näkee sen koko olemuksen niin sillä pysyy luomaan semmosen jonkinlaisen kuvan. Ja sit jos tuntuu ite että se kuva on hyvä, minkä luo sillä ulkonäöllä, niin se luo itsevarmuutta.

A:n itsetuntoa horjuttavat tilanteeseen sopimattomat vaatteet sekä varsinkin omasta totutusta tyylistä poikkeavat vaatteet, vaikka A tiedostaa, että muut eivät luultavasti mitään normaalista poikkeavaa huomaisikaan.

Joskus siihen on vaikuttanu vaan se, että on kokeillu jotain, esim laittanu vaikka jonkun, jota ei oo pitkään aikaan käyttäny tai vähän laittanu erilailla jonkun jutun, mikä ei välttämättä ois kenenkään muun silmiin ollu mitenkään outoo tai hirveen radikaalia. Mut ite on vaan ollu silleen, et ei niin voi tehdä.

Pukeutumisen möröt

A:n pukeutumista estävät möröt ovat muodostuneet pääasiassa lapsuudessa ja murrosiässä. Haastattelussa esiin tulleet möröt perustuvat ainakin osittain muistoon siitä, että vanhemmat ovat pakottaneet A:n käyttämään vaatteita, joista A ei ole yhtään pitänyt.

Yksi tällainen muisto liittyy ruutuhousuihin. A oli noin 12-vuotias kun hän sai käyttöön isosiskonsa vanhat housut. Niissä oli pieniä mustia ja valkoisia ruutuja oranssilla pohjalla. Housut olivat porkkanamalliset, ylhäältä leveät ja lahkeista kapenevat. Siihen aikaan muodissa alkoivat olla levenevät ja jopa trumpettilahkeet. Koulussa sosiaalinen paine oli suuri, olihan A juuri siirtynyt ala-asteelta yläasteelle ja yläasteella ei voinut enää pukeutua lapsellisesti. A ei voinut kuvitellakaan käyttävänsä housuja koulussa, mutta äiti ei ymmärtänyt, miksi täysin hyväkuntoisia housuja ei olisi voinut pitää.

Ja ei, äiti ei yhtään ymmärtäny miks mä en niitä halunnu ja oli ehkä jo aika loukkaantunu siitä, että mä en voi käyttää niitä ja mä aattelin, että mä en todellakaan laita niitä kouluun ja sitten siitä tehtiin joku semmonen kompromissi, et mä pidin niitä mökillä, niitä housuja, ja sekin tuntu aika kauheelle.

Nykyään A ei voisi kuvitellakaan käyttävänsä ruutuhousuja. A kokee, että ne eivät korostaisi millään tavalla hänen vartalonsa hyviä puolia. Mörkö johtuu varmasti osittain ruutuhousumuistosta, mutta siihen vaikuttaa myös yleisempi käsitys siitä, että ruutukuvio korostaa esimerkiksi takapuolen leveyttä.

Mulla on ehkä myös semmonen mielikuva jostain semmosesta aika pullukasta täti-ihmisestä, ja sillä oli semmoset ruudulliset trikoot päällä. Ja sehän nyt ei kertakaikkiaan ollu hyvä!

A:lla on kahdet ruudulliset pyjamahousut, joista varsinkaan toisia ei voi käyttää, jos paikalla on muita. Kyseiset housut vastaavat malliltaan hieman lapsuuden ruutuhousuja ja jos A joskus käyttää niitä, hänen on käärittävä lahkeet ylös. Silloin housujen käyttäminen ilman suurta ahdistusta on ylipäätään mahdollista.

Toisesta, talvikenkiin liittyvästä möröstä A on selvinnyt. Lapsena A joutui käyttämään keväällä talvikenkiä kauemmin kuin muut. Kengät eivät aina olleet ulkonäöltään hienot ja A:ta ahdisti niiden käyttäminen silloin, kun muut jo käyttivät lenkkitosseja. A muistaa vaiheen, kun vanhemmat eivät enää määränneet A:n kenkävalintoja. Silloin muutaman vuoden ajan A kulki tennareissa kesät ja talvet. Nykyään A pystyy käyttämään ja jopa hankkimaan itselleen lämpimiä talvikenkiä. Tennarivaihe kuului ilmeisesti nuoruuden kapinointiin ja meni ohi, kun A huomasi, että talvikengät ovat erittäin käytännölliset ja talvella jalat paltuvat tennareissa.

A:n mielestä on kamalan näköistä, jos hän itse tai muut pukeutuvat liian pieniin vaatteisiin. A ymmärtää, että naisille voi olla suuri kynnys myöntää olevansa kokoa isompia, mitä he aikaisemmin ovat olleet. Omalle keholle on myös helppo sokaistua.

Mitä nyt omissa vaatteissa miettii, et jos on tottunu ostamaan aina jotain S-kokoa, nii jos ei joku paita näytäkään hyvältä ässänä, niin on hirveen iso kynnys ottaa se M. Kai se sit liittyy aika paljon siihen itsetuntoon, kun huomaa, että ei olekaan enää small vaan medium. Mutta siis sitten kun kattoo tuolla kaupungilla ihmisiä, kun ne siis saattais näyttää paljon paremmalle, jos ne käyttäis semmosia sopivan kokosia vaatteita. Kun eihän sitä ulkopuolinen tiä, että mikä sen vaateen koko on, vaan se näkee vaan, että

miltä se näyttää sun päällä. Niin mutta en tiiä, ite tuntuu ainakin että sokeutuu sille, miltä ite näyttää monella lailla ja sitten ei sitä välttämättä vaan tajua.

5.2 Pukeutuja B

Pukeutumiseen vaikuttavat tekijät

B pukeutuu tilanteen mukaan. Hyvät vaatteet ovat tilanteeseen sopivat ja päällä hyvän tuntuiset ja näköiset. Vaatteen ostossa se, miltä vaate tuntuu ja näyttää päällä, ratkaisee. Vaatteiden hinta vaikuttaa eniten siihen, missä paikoissa B käy ostoksilla. B vastustaa yleensä ensin muodin uusia tuulia ja trendejä, mutta sopeutuu niihin vähitellen ja lopulta ei haluaisi luopua niistä ollenkaan.

Yleensä mä morkkaan kaikkia vaatteita ensin, mut sit menee vähän aikaa niin mä rakastun niihin, enkä voi lopettaa niitten käyttämistä, esimerkiks legginssit! Sit mun on vaan pakko sopeutua, kun kaikki muutkin käyttää niitä.

Erilaisia tilanteita voivat olla työ, urheiluharrastukset ja juhliminen kavereiden kanssa. B on tiedostanut pukeutuvansa yöelämässä miehiä varten, mutta huomasi haastattelussa pukeutuvansa samalla myös naisia varten. B pohti, että miehet kiinnittävät huomiota naiseen kokonaisuutena, naiset arvostelevat enemmän yksittäisiä vaatekappaleita.

Ei sitä nyt naisten takia pukeuduta. Tai hetkinen, en tiiä vaikuttaako ne jopa enemmän! Silleen ku alkaa miettimään, nii ei ne miehet kato mitään vaatteita. Joo. Mut emmäkyllä ikinä oo aatellu, että mä pukeutuisin naisten takia ennen tätä! Mutta ku ne niitä arvostelee, ei miehiä kiinnosta mitä on päällä. Vaikka ite aattelis, että pukeutuis miesten takia, nii ei niitä kuitenkaan kiinnosta. Mä en enää ikinä osta uusia vaatteita. (Nauraa).

B ei kuitenkaan erityisemmin panosta ulkonäköönsä ketään yksittäistä henkilöä miellyttääkseen. B haluaa olla oma luonnollinen itsensä esimerkiksi siinä vaiheessa, kun mies on jo saatu kiinnostumaan.

Tai siis baariin mennään tavallaan lihatiskille (nauraa) ja mennään iskemään miehiä, mutta sit, kun se mies on jo isketty, nii pitää olla semmone tosi normi. Turha enää ruveta laittautumaan, tuhlaa

vaan aikaa! Ja sit kun luottaa siihen juttuun, niin voi vaikka heiluu pikkuhousuissa koko päivän.

Pukeutuminen ja itsetunto

B:n itsetunto vaikuttaa pukeutumiseen jonkin verran samoin kuin pukeutuminen itsetuntoon. Niinä päivinä, kun B:n itsetunto on matalampi ulkonäön suhteen eikä ihmisten ilmoille tarvitse lähteä, laittautuminen ei kannata. Jos B:n on taas lähdettävä esimerkiksi kaupungille hoitamaan asioita, laittautuminen ja pukeutumiseen panostaminen usein nostavat itsetuntoa selvästi. Myös tilanne vaikuttaa paljon siihen, onko vaatteilla vaikutusta B:n itsetuntoon.

Semmoset tilanteet, mihin ei oikeen oo semmosta pukeutumiskoodia, niin sit on ihan sama, missä sinne menee. Ei se vaikuta omaan oloon itestä. Jotenkin tommosilla asioilla on väliä vaan semmosissa paikoissa, missä sun pitää käyttää jotain muita kun örkkäreitä ja semmosia.

B:n itsetunto vaihtelee paljon vaatteiden sovitustilanteessa, mutta valinnan jälkeen ulkopuoliset tekijät eivät itsetunnon tasoa helposti horjuta. B haluaa olla pukeutunut erilaisissa tilanteissa samantasoisesti kuin muutkin, mutta erottua joukosta positiivisella tavalla. Yli- ja alipukeutuminen madaltavat itsetuntoa hetkellisesti.

En haluu liikaa silleen ylipukeutua. En kyllä voi ees kuvitella sitä tilannetta. Ellei mee jossain juhlaeningissä baariin. Mua nolottais hirveesti. Mun pitäs mennä johonkin vessaan silleen, niinku siinä jossain mainoksessa, et mä repisin siitä semmosen muodikkaan. Mut en ehkä vaan lähtis sinne juhliin tai baariin semmosessa. Tai jos joudut lähtee baariin tai sukujuhliin ja sulla on kalsarit jalassa, se ois kauheeta!

B saa pukeutumista koskevasta hyvästä palautteesta itsevarmuutta, joka vaikuttaa itsetuntoon nostavasti. Sanaton palaute voi olla esimerkiksi miesten pidemmät katseet. Ne voidaan käsittää hyväksi palautteeksi ja ne kohottavat itsetuntoa tilanteesta riippuen. Merkityksellinen palaute on kuitenkin usein sanallista. Palautteen antajalla on merkitystä siihen, miten B sen kokee. Tuttu henkilö, jolla on jossain määrin samanlainen tyyli tai maku, vaikuttaa eniten.

Sit taas on toisaalta semmosia vaatteita et jos joku sanoo, et näyttää kivalta, niin on sitten kiva taas käyttää. Esim kun ostin semmosen neulepaidan, niin ex-poikakaveri sano, että se on tosi

kivan näkönen, niin sitten musta oli kiva käyttää sit sen kanssa. Kun tietää, että näyttää hyvältä sen toisen mielestä, mut en tiiä onko se siitä vaatteesta, mut kuitenkin on semmonen itsevarma olo. Kun tietää oikeesti.

Tuntemattomien henkilöiden mielipiteet B jättää omaan arvoonsa. Tuntemattomilla ei ole suurta merkitystä B:n elämässä eikä tuntemattomien motiiveista voi aina olla varma. B huomioi myös kulttuurin vaikutuksen kohteliaisuuksien antamiseen.

No ei semmoset tuntemattomat ees oikeen tuu mitään sanomaan. Tai jotenkin en mä pystys kuvittelee, että itse menis sanoo jollekin vaikka jossain baarissa et onpa sulla kivat vaatteet. Vähän kauheeta aatella noin, mut ehkä me ollaan Suomessa semmosia. Mut ois kiva et pystys aina sanoo kaikille. Mut jotenkin sitä on vaan aina semmonen niin, kriittinen.

Pukeutumisen möröt

B:n pukeutumisessa suurimpia mörköjä aiheuttavat sellaiset vaatteet, jotka hänen mielestään kuuluvat johonkin stereotypiaan. Esimerkkinä tästä toimivat valkoiset housut. B:n mukaan valkoisia housuja käyttävät naiset, jotka ovat pinnallisia ja joiden elämä pyörii vain ulkonäön ympärillä.

Mä en tykkää valkosista housuista. Se on kyllä ehkä semmonen mörkö. Niitä en laittais. Musta ne on jotenkin, emmä tiiä onko halvat väärä sana, mut jotenkin semmoset hutsahtavat. Emmää laittas valkosia niinku. Musta tuntuu että niitä käyttää jotenkin pinnalliset ihmiset. Tai semmoset. Mut sit taas hyvin voi käyttää valkosia hameita. Ei se oo yhtään sama asia. Mulla ei oo koskaan ollu valkosia housuja, eikä oo tullu mieleen ostaa.

B kokee, että hänen pukeutumisen mörkönsä liittyvät usein alaosan, enimmäkseen housujen valintaan. Tähän vaikuttavat käsitykset omasta vartalosta ja siitä, mitä vartalon kohtia kannattaa ja ei kannata korostaa. B kuitenkin kokee leimautumisen pelon vaikuttavan enemmän siihen, miksi hän ei käytä valkoisia housuja.

Vaikka oiskin semmonen runko että vois käyttää, niin ei silti. Emmä tiiä. Tai jotenkin sitä ajattelee, että miks haluais näyttää muille, että on semmonen pinnallinen, kun ite ajattelee niin muista. En haluu että musta aatellaan niin.

Myös B nostaa A:n tavoin esiin ihmisten pukeutumisen liian pieniin vaatteisiin. Hänen mielestään ihmisten tulisi ostaa ja käyttää vaatteita, jotka sopivat ja olla kiinnittämättä huomiota kokolapun merkintään.

*Ennemmin ostaa isomman numeron kun et ostaa just ja just mah-
tuvan ja sit pursuaa sieltä. Se ei oo kivaa. Kaikki pursuili. Miks
ihmiset on niin tyhmiä, et ei osaa ostaa oikeen kokosia tai sem-
mosia vaatteita? Mä ainakin tiän että näyttäisin tosi tyhmältä niis-
sä pienissä.*

5.3 Pukeutuja C

Pukeutumiseen vaikuttavat tekijät

C:lle tärkein vaatevalintoihin vaikuttava tekijä on vaatteiden mukavuus ja olo, joka itsellä on pukeutuessa. Muita tärkeitä tekijöitä ovat tilanne ja oma ulkonäkö vaatteessa. Vaatteiden ostossa ulkonäkö ja mukavuus ratkaisevat. C:n mielestä hänen tulisi ostaa vaatteita vain johonkin tiettyyn tarpeeseen, vaikka hän ei aina niin teekään. C ei koe erityisemmin pukeutuvansa muodin mukaan.

Erilaisia tilanteita, joihin C tiedostaa pukeutuvansa tietyllä tavalla, ovat urheilu, erilaiset juhlat ja yöelämä. C:n pukeutumisessa ihmiset, joita hän on tapaa-
massa, vaikuttavat paljon vaatteiden valintaan. C ei halua käyttää esimerkiksi kovin tiukkoja ja paljastavia vaatteita tilanteissa, joissa hän on tekemisissä vanhempien ihmisten kanssa.

*Että jos on vaikka jotain vanhempia ihmisiä, niin sit jotenkin miettii
sitä, että mitä ne aattelee. Ja ehkä sitte itelläkin on mukavampi
sellasissa vaatteissa. Ja ehkä haluaa vähän kunnioittaa vanhem-
pia ihmisiä. Mut jos vaikka meen poikaystävän porukoille, niin sit-
ten musta tuntuu, että sillonkin aattelee, että ei viitti missää hir-
veen tiukoissa tai jotenkin.*

Vastakkaisen sukupuolen edustajien katseiden kerääminen ei ole tärkeää, koska C on parisuhteessa. Joskus aikaisemmin se kuitenkin on ollut.

*Emmätiä onko ne miehet silleen enää tärkeitä. Se ehkä vaikuttaa
paljon jos seurustelee.*

Pukeutuminen ja itsetunto

C:n itsetunnon taso vaihtelee ja se näkyy pukeutumisessa. C:n tapauksessa energiataso vaikuttaa myös paljon. Huonompana päivänä C haluaa pukea päälleen isompia ja löysempiä vaatteita. Jos taas C tuntee itsensä energiseksi, hän pukeutuu mielellään tiukempiin vaatteisiin.

C ei halua pukeutumisellaan erottautua joukosta, varsinkaan huonoina päivinä. Silloin C mieluummin alipukeutuu, jotta ei herättäisi huomiota. Ylipukeutuminen taas vetää C:n mielestä liikaa huomiota itsen oikeastaan tilanteessa kuin tilanteessa. Samantasoinen pukeutuminen olisi paras vaihtoehto. Käytännöllisyys on kuitenkin tärkeämpää, myös itsetunnon kannalta.

Jos on vaikka joku metsäretki ja suurimmalla osalla on ihan vääränlaiset, vaikka farkut tai jotain, niin oon mä sit ihan mielellään niissä verkkareissa, et se riippuu paljon et mikä tilanne se on.

Pukeutumisen vaikutus itsetuntoon näkyy yleensä parhaiten tilanteessa, jossa muut ovat panostaneet ulkonäkönsä ja C ei ole. Silloin itsetunto voi helposti laskea. Vaatteilla on vaikutusta myös toimintakykyyn erilaisissa tilanteissa.

Joskus mietin niitä vaatteita liikaa ja sit se vaikuttaa joihinki muihin asioihin. Ja ehkä jossain isommassa porukassa, sitten jos ei oo hirveesti jaksanu panostaa mihinkään niin sit on vähän semmonen huonompi, rumempi olo itestä.

C voi myös nostaa energiatasoaan käyttämällä mumminsa vanhaa rannekorua. Korun käyttö energian saamiseksi on tiedostettua. Koru motivoi C:tä jaksamaan esimerkiksi rankat tenttiviikot. Koruun liittyy vahva tunneside ja ajatus mummistista.

Nyt mulla on silleen, et kun haluan semmosen energisen olon, niin laitan tän rannekorun (näyttää rannekorua). Mä rupesin tekee sitä, kun mulla oli jotain tenttejä ja sitten vaan halusin energiaa. Mua stressas ne tentit, niin mun oli pakko keksiä joku. Siitä on varmaan pari kolme viikkoa. (Naurahtaa) Ihan ku joku semmonen rukousnauha... Mut mä vaan oon yrittäny ettiä tommosia nyt kun ei oo ollu voimavaroja tehdä kaikkee.

Palautteen antajista sellaiset läheiset henkilöt, joiden maku on lähellä omaa makua, ovat tärkeitä. Läheisten henkilöiden mielipiteisiin voi luottaa, mutta tuntemattoman palautteen antajan motiiveista ei aina voi olla varma. Lapsuudessaan C muistaa joskus saaneensa sanaton palautetta, jonka hän on käsittänyt vaatteita koskevaksi. Katseet tai naureskelu on käsitetty yleensä huonoksi palautteeksi. Pukeutumisesta saatu positiivinen palaute voi parantaa itsetuntoa, mutta se ei aina riitä poistamaan epävarmaa oloa.

Ykski päivä mä laitoin jotkut tosi vanhat housut, mitkä oli kuitenkin mukavat jalassa, ja sit mä tosi pitkään mietin, että voinks mä laittaa niitä. Ja sit ku mä lähin, niin sit mulla olo kuitenkin koko ajan semmonen olo, et voi ei, mitkä ihmeen vaatteet mulla on päällä! Mutta sitten kuitenkin yks mun kaveri sano, että onpas sulla kivat vaatteet päällä ja se vähän paranti sitä asiaa, mut silti kuitenkin mietin koko ajan, että voinks mä olla näin.

Pukeutumisen möröt

C käsittää pukeutumisen möröt pääasiassa tilannekohtaisiksi. Jokin yksittäinen vaatekappale saattaa olla suuri mörkö yhdessä tilanteessa, mutta täysin sopiva valinta toiseen. Käytännöllisyyden puute on mörkö tilanteessa kuin tilanteessa. Mörkö voi olla fyysiseen ympäristöön epäsopiva vaate.

Mulle vaan tulee mieleen, että kerran oli jollain lapsella päällä semmonen hellemekko ja oli vielä aika kylmä ja sillä ei ollu ees paitaa mukana. Mut siis kai ihmiset saa pukeutua miten haluaa... Mut mä en laittas hirveellä talvipakkasella jotain ohuita sukka-hosuja ja tosi tosi mini hametta.

Toisaalta mörkö voi olla vaatteiden sopimattomuus sosiaaliseen ympäristöön.

Kerran laivalla, ku siellä oli semmonen fairytale-teema, niin yhdellä tytöllä, olikse sit barbi, mut sillä oli valkoset tiukat farkut ja pinkki paita ja pinkit stringit ja pinkit rintsikat, emmä tiiä oliskne vähän niinkun bikinit, ihan hirveetä! Sit sillä näky vähän aina toisetkin alushousut sieltä. Jooo-o. Mä en ehkä laittais noin, koska siellä oli kuitenkin pieniä lapsia ja kaikkia. Jossain kaveriporukassa se ois ihan sama ja vois olla hauska juttu, mutta tuolla ei oikeen...

Myös käsitykset omasta vartalosta ja sen eri osien korostamisesta vaikuttavat mörköjen muodostumiseen. C ei esimerkiksi käytä kovin huomiota herättäviä housuja, sillä kokee takapuolensa korostamisen huonoksi ratkaisuksi. Valkoi-

set, tiukat farkut ovat myös C:n pukeutumisen mörkö. Väriin kohdalla tulee kuitenkin taas esiin käytännöllisyyden puute.

En mä käyttäs valkosia farkkuja. Valkonen on aika arka väri.

5.4 Pukeutuja D

Pukeutumiseen vaikuttavat tekijät

D:lle pukeutumisessa tärkeintä on ulkonäkö. Vaatteissa pitää näyttää hyvälle, mutta eivät ne saa tuntuakaan huonolta. Muita tärkeitä tekijöitä ovat oma olo ja tilanne, jota varten pitää pukeutua. Vaatteita ostaessaan D kiinnittää huomiota vaateen ulkonäköön, tuntuun ja hintaan. D tiedostaa muodin ja trendien suuren vaikutuksen pukeutumisessaan. Muoti vaikuttaa paljon D:n omiin esteettisiin näkemyksiin. Vartalo kuitenkin määrää, mitä omaan tyyliin voi muodista omaksua.

Muoti ja sit oma vartalo vaikuttaa. Tai siis silleen, että täytyy pukeutua sen vartalon mukaan.

D:lle tilanteet, joihin hänen pitää pukeutua jollain erityisellä tavalla, tuntuvat olevan itsestäänselvyksiä ja niitä on vaikea eritellä. Tilanteita kuitenkin on. Koulu, työ ja liikuntaharrastukset sekä juhliminen kavereiden kanssa vaativat toisistaan eroavan pukeutumisen. Myös hienommat juhlat vaativat erityisen pukeutumisen.

Semmosiin hienoihin juhliin, niihin pitää laittaa jotain ihania mekkoja.

Yksittäisiä henkilöitä, jotka vaikuttaisivat D:n pukeutumiseen, ei hänen mukaansa ole. Enemmän kuin tuttujen mielipiteitä, D pohtii enemmän sitä, mitä tuntemattomat tai puolitutut miehet tai naiset hänestä ajattelevat.

Pukeutuminen ja itsetunto

Itsetunnon tasolla on vaikutus D:n pukeutumiseen. Ainakin D kokee, että jos hänellä olisi parempi itsetunto, hän voisi pukeutua räväkämmin. D pyrkii pukeutumaan hyvin ja tyylikkäästi tilanteessa kuin tilanteessa, mutta hänen pu-

keutumisen ei herätä erityisen paljon huomiota. Tähän D:n mielestä voi vaikuttaa myös itsetunnon taso.

D:n kohdalla vaatevalinnat vaikuttavat hetkellisesti itsetuntoon selkeämmin kuin itsetunto vaatevalintoihin. Erityisesti alipukeutuminen saa itsetunnon laskeumaan. Ylipukeutuminen ei haittaa niin paljon. Mieluiten D pukeutuisi samantasoisesti muihin nähden, varsinkin niihin, joiden kanssa hän liikkuu.

No joskus vaan tuntuu niinkun tyhmältä, jos ei viihdy tavallaan niissä vaatteissa. Joskus ahisti, kun menin pyörällä töihin ja semmosissa lenkkivaatteissa ja sit ku kävi töitten jälkeen kaupassa, niin ahisti ja sit tuntu vielä entistä tyhmemmältä, kun poikaystävä tuli kaupan ja sillä oli jotkut normivaatteet, kun ite oli tuulipuvussa. Sit tuntu tyhmältä, kun ei ollu pukeutunu silleen samantasoisesti.

D haluaa antaa muille hyvän ensivaikutelman itsestään. Pukeutuminen on tässä tärkeässä roolissa. Itsetunto on ensivaikutelman antamistilanteessa paljon parempi, kun ulkonäköön on panostanut.

Ainakin jos näkee ensimmäistä kertaa niin sitten haluais, että tulee mahdollisimman hyvä kuva. Itsetunto ois ehkä huonompi, jos ei ois panostanu.

Hyvä palaute esimerkiksi kavereilta tuntuu mukavalta ja saa aikaan tunteen siitä, että on onnistunut pukeutumisessa tai uuden vaateen hankkimisessa. Tämä nostaa itsetuntoa. Palautteen antajina D pitää hieman tärkeämpinä tuntemattomia kuin tuttuja henkilöitä.

No, positiivisessa palautteessa se vaikutas ehkä ainakin enemmän, jos joku tuntematon tulis sanomaan. Ku se joutus näkee enemmän vaivaa, että se tulee erikseen sanomaan sen. Mut siis negatiivisessa, no vaikutas sekin ehkä enemmän. Joo.

Pukeutumisen möröt

D:n pukeutumisessa mörkö on vaate, joka on epämuodikas ja jonka D kokee sopimattomaksi omalle vartalolle. Käytännöllisyys tai stereotyyppinen ajattelu voi olla mörön muodostumisen osasy, mutta esteettiset näkemykset ovat selvästi tärkein tekijä. Muoti ja trendit taas muokkaavat vahvasti esteettisiä näkemyksiä, joten D:n pukeutumisen möröt ovat luonteeltaan hitaasti muuttuvia. D kokee, että omia esteettisiä näkemyksiä ja muodin vaikutusta niihin on usein

hankala erottaa toisistaan. Tällä hetkellä yksi D:n pukeutumisen mörkö on liian monen kirkkaan ja räikeän värin yhdistäminen vaatteissa.

No en ainakaan käyttäs mitään semmosia hirveen monivärisiä ja räikeen neonvärisiä juttuja. Ku ne ois liian räikeitä ja kamalan näkösiä, jos niitä ois kauheesti. Mut sekin riippuu kauheesti, että mikä tulee muotiin, niin vaikkei oiskaan mikään semmonen, että haluaa pukeutua muodin mukaan, niin sitten vaan emmätiiä miks, jostain sit vaan alkaa tykkäämään kuitenkin. Niin vaikka joskus mieltiskin, että ei ikinä, niin silti saattaa jossain vaiheessa haluta käyttää. Mut emmä vaan haluaa käyttää niitä jotain juttuja, koska ne ei vaan näytä hyviltä mun mielestä.

Vaikka muoti on suuressa roolissa, käsitykset siitä, mikä omalle vartalolle sopii tai ei sovi, määräävät, mitä D muodista omaksuu omaan tyyliinsä. Muodissa voi olla jotain, minkä D kokee omalla kohdallaan möröksi. D ei myöskään käytä sellaisia muodikkaita vaatteita, jotka eivät hänen mielestään sovi hänen vartalolleen. Yksi D:n pukeutumisen tämän hetken mörkö on liian lyhyt paita. Paidan lyhyys ei kuitenkaan aina ole ollut ongelma. D muistaa hyvin, että yläasteen lopulla mörköjä olivat liian pitkät paidat.

Toisaalta, jos nyt tuliskin muotiin semmoset tosi lyhyet paidat, ni emmätiiä käyttäsinkö kuitenkin, ku sit näkys kaikki läskit. Vaikka tuliskin joku muotiin ja haluais itelle semmosen, niin jos ne ei sit kuitenkaan näytä omalla päällä hyvältä, niin ei niitä sit kuitenkaan käytä, vaikka oisikin muodikkaita ja niitä oisikin kaikilla. Tavallaan vaikka jos oisikin laihempi, niin sithän vois niinku käyttää jotain lyhyempiäkin paitoja, vaikka emmä tiiä haluisinko silti käyttää...

Kolmas haastattelussa esiin noussut mörkö on takki, jonka helma ulottuu melkein maahan asti. Sellaista D ei voisi kuvitella käyttävänsä, mutta huomauttaa, että ehkä pitkä takki saattaisi sopia hänelle joskus vanhempana. Pitkät takit eivät D:n mukaan ole tällä hetkellä erityisen muodikkaita ja lisäksi hän kokee, että takki saisi hänet näyttämään liian lyhyeltä ja pienikokoiselta.

Mä näyttäisin ihan tosi tyhmältä, oisin vaan semmonen pieni laahustava juttu semmonen pitkä takki päällä.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

6.1 Pukeutumiseen vaikuttavat tekijät

Pukeutumisen tarkastelun kontekstuaalisuus

Tutkimuksen taustalla toimi Kaiserin teoria pukeutumisen kontekstuaalisuudesta. Haastateltavien naisten pukeutumista tarkastelussa yksilön, sosiaalisen ympäristön sekä kulttuurin näkökulmat pyrittiin ottamaan huomioon, sillä ne täydensivät toisiaan. Tutkimuksen painopiste sijoittui yksilön ja sosiaalisen ympäristön tasoihin, sillä tarkastelun kohteena olivat yksilön ajatusprosessit o-masta itsestä ja muista sekä ulkoiseen olemukseen ja vaatteisiin liittyvä sosiaalinen vuorovaikutus. Länsimaisen, eurooppalaisen sekä vielä tarkemmin suomalaisen kulttuurin vaikutus näihin näkyi vastauksissa kuitenkin selvästi. Esimerkiksi käsitykset sopivasta tilanepukeutumisesta, huomion herättämisestä tai ulkoiseen olemukseen liittyvän palautteen antamisesta olivat haastateltavien omia, mutta pitkälti kulttuurin muovaamia.

Tilanne

Haastateltavat kokivat pukeutumisvalintoihinsa eniten vaikuttavaksi tekijäksi tilanteen, jota varten pukeuduttiin. Tilanne käsitettiin fyysiseksi ja sosiaaliseksi ympäristöksi, jossa esimerkiksi sää ja muiden ihmisten odotukset piti huomioida. Vaatteiden tuli vastata tilanteiden vaatimuksiin, mutta se, painottuiko vastauksissa fyysinen vai sosiaalinen ympäristö, vaihteli haastateltavasta riippuen. Työ, koulu, liikunta ja erilaiset juhlat, kuten sukujuhlat päivällä tai kaupungin yöelämä kavereiden kanssa olivat haastateltavien käsitysten mukaan sellaisia tilanteita, joissa pukeutumiselta vaadittiin jotain tiettyjä ominaispiirteitä. Näissäkin korostuivat yksilölliset erot, kaikilla koulu ei esimerkiksi vaikuttanut pukeutumiseen, vaan sinne saattoi mennä vaatteissa kuin vaatteissa.

Kaikki haastateltavat kokivat ottavansa pukeutumisessaan huomioon muiden ihmisten mielipiteet, niin tuttujien kuin tuntemattomienkin. Kolme haastateltavaa kuitenkin painotti tuttujien merkitystä tuntemattomien yli. Vain yhdelle tuntemattomat tai puolitutut olivat merkityksellisempiä. Yleinen miesten katseiden

kerääminen näytti olevan luonnollisesti tärkeämpää silloin, kun nainen ei ollut parisuhteessa. Myös muiden naisten katseet koettiin tärkeiksi ja arvottaviksi. Pukeutumiseen vaikuttavia tiettyjä, yksittäisiä henkilöitä ei yhdessäkään haastattelussa tullut esiin. Kukaan haastateltavista ei laittautunut enemmän miellyttäväkseen esimerkiksi perheenjäsentä, poikaystävää tai kaveria. Yksittäisillä miehillä oli kuitenkin selvä, päinvastainen vaikutus yhden haastateltavan pukeutumiseen. Hän panosti ulkoiseen olemukseensa tarkoituksella vähemmän, kun hän oli tapaamassa miehen, josta oli kiinnostunut.

Olo, ulkonäkö ja mukavuus

Muut tärkeimpinä pidetyt vaatevalintoihin vaikuttavat tekijät olivat oma olo sekä vaatteiden ulkonäkö ja mukavuus. Oma olo sisälsi tuntemuksia itsetunnon tasosta, mielialasta sekä energiatasosta. Näiden vaikutuksia toisiinsa oli usein hankala erottaa. Haastateltavat käyttivätkin usein ilmauksia ”hyvä päivä” tai ”huono päivä” niistä hetkistä, jolloin yleinen olotila oli joko hyvä tai huono. Vaatteiden ulkonäkö ei ollut itseisarvo, vaan vaatteen tuli näyttää hyvältä käyttäjänsä päällä ja käyttäjän tuli näyttää hyvältä vaatteessa. Vaatteiden käyttömukavuus tarkoitti sitä, että vaatteessa pystyi liikkumaan, materiaali tuntui hyvältä eivätkä vaatteet ahdistaneet mistään kohdasta. Vaatteiden hankinnassa tärkeitä asioita olivat vaatteen sopivuus itselle, materiaalin sekä mallin mukavuus, hinta sekä soveltuvuus johonkin tiettyyn tarpeeseen, jota täyttämään vaatetta oltiin hankkimassa.

Muoti

Suhtautuminen muotiin vaihteli haastateltavien kohdalla suuresti. Vaikka kukaan ei erityisesti halunnut pukeutumisessaan toteuttaa viimeisimpiä trendejä, kaikilla tuntui olevan käsitys siitä, mikä milloinkin muodissa oli. Tiedostetusti muoti vaikutti haastateltavien esteettisiin näkemyksiin vaihtelevasti, yhden kohdalla sillä oli suuri vaikutus, toinen taas koki, ettei pukeutunut erityisen muodinmukaisesti. Muodin myös koettiin vaikuttavan omaan pukeutumiseen määrämällä kauppojen tarjonnasta. Kaikki eivät omaksuneet uusia trendejä samalla tahdilla.

Asiakkaan syvällinen ymmärtäminen pukeutumisneuvonnassa

Pukeutumisneuvonnassa asiakkaan syvälliseen ymmärtämiseen panostaminen näyttäisi vaativan paljon aikaa. Asiakkaan pukeutumisneuvonnan tarve, lähtötilanne ja pukeutumiseen vaikuttavat tekijät tulisi kartoittaa hyvin. Venäläinen (2006, 94) esittää, että asiakkaan pukeutumisen arvostuksia voitaisiin esiselvittää lomakkeella, jonka asiakas täyttäisi ennen itse pukeutumispalvelutilannetta. Asiakkaan kanssa keskustelemalla saisi kuitenkin luultavasti syvällisempää tietoa. Parhaassa tapauksessa asiakas täyttäisi ensin lomakkeen, jonka avulla hän itse heräisi miettimään pukeutumisessaan vaikuttavia tekijöitä. Sitten pukeutumisneuvoja kävisi lomakkeen läpi asiakkaan kanssa. Näin perustiedot asiakkaasta pysyisivät muistissa ja ne voitaisiin tallettaa asiakasrekisteriin, mutta myös sellaisia asioita saataisiin selville, joita ei etukäteen osattu kysyä.

Pukeutumisneuvojan kannattaisi kysyä asiakkaalta suoraan, kuinka helposti asiakas hyväksyy trendit ja muodin vaikutuksen osaksi omaa pukeutumistaan. Tällä pukeutumisneuvoja antaisi asiakkaan ymmärtää, ettei yritä vain tyrkyttää tälle pintamuotia, vaan pyrkii saamaan aikaan juuri asiakkaalle sopivia pukeutumisen ratkaisuita.

6.2 Pukeutuminen ja itsetunto

Itsetunnon ja pukeutumisen välinen vuorovaikutus

Kaikki neljä haastateltavaa tunnistivat omalla kohdallaan itsetunnon vaikuttavan pukeutumiseen. Yksi haastateltava koki itsetuntonsa vaikuttavan pukeutumiseen yleisellä tasolla ja pohti, että jos itsetunto olisi parempi, hän voisi pukeutua huomiota herättävämmiin. Muut kolme kokivat itsetunnon tason vaikuttavan pukeutumiseen hetkellisesti. He halusivat esimerkiksi pukeutua löysempiin ja rennompiin vaatteisiin yleensä silloin, kun itsetunto oli huonommalla tasolla.

Vaatteiden vaikutus itsetuntoon oli kaikkien kohdalla hetkellistä ja vaikutus riippui paljon tilanteesta ja sen vaatimuksista. Huonoina päivinä paras ratkaisu

tuntui olevan kotiin jääminen ja oman ulkonäön huomiotta jättäminen. Jos ihmisten ilmoille oli lähdettävä, panostaminen ulkonäköön auttoi yleensä nostamaan haastateltavien itsetuntoa.

Omasta totutusta tyylistä poikkeaminen saattoi aiheuttaa henkilölle epävarman olon itsestä ja näin laskea itsetunnon tasoa. Itselle sopivat vaatteet, joiden koettiin sekä näyttävän että tuntuvan hyviltä päällä, pystyivät nostamaan itsetuntoa tuomalla itsevarmuutta. Kaksi haastateltavaa koki, että kun vaatteet olivat hyvät, omaan ulkoiseen olemukseen ei tarvinnut kiinnittää liikaa huomiota ja tilanteeseen ja omaan toimintaan pystyi keskittymään paremmin. Tämä toimi erityisesti silloin, kun itsestä piti antaa muille ensivaikutelma.

Alipukeutuminen varsinkin läheisimpään sosiaaliseen ympäristöön verrattuna vaikutti kaikkien haastateltavien itsetuntoon laskevasti. Yksi haastateltava kuitenkin alipukeutui tietoisesti silloin, kun itsetunnon taso oli matalampi ja hän halusi välttää huomion herättämistä. Ylipukeutuminen koettiin myös itsetuntoa laskevaksi. Kaksi haastateltavaa piti ylipukeutumista pahempana kuin alipukeutumista. Yksi haastateltava kuitenkin pukeutui mieluummin vähän yli kuin ali. Samantasoinen pukeutuminen oli kaikkien mielestä paras vaihtoehto.

Pukeutumisesta saatu palaute

Positiivinen, pukeutumisesta saatu palaute vaikutti haastateltavien itsetuntoon nostavasti. Erityisesti sanallinen palaute vahvisti itseluottamusta, kun henkilö palautteen saamisen jälkeen tiesi näyttävänsä kyseisessä vaatteessa jonkun silmissä hyvältä. Yksi haastateltava koki, että hyvä palaute antoi tunteen siitä, että tietyn vaatteen valinnassa oli onnistuttu hyvin. Tämä taas toimi vahvistuksena omalle maulle yleisemminkin.

Palautteen antajina tutut ja läheiset henkilöt, joiden tyyli oli lähellä omaa, koettiin kahdessa haastattelussa tärkeämmiksi kuin tuntemattomat ja erityylyiset henkilöt. Yksi haastateltava koki tärkeämmäksi tuntemattomat, sillä hänen mukaansa tuntemattomat joutuivat näkemään enemmän vaivaa antaakseen palautteen.

Sanatonta palautetta oli haastateltavien mielestä vaikeampi arvioida kuin sanallista. Sanattomaksi palautteeksi käsitettiin lähinnä muiden pidemmät katseet. Sanattomalla palautteella oli vaikutusta itsetuntoon, kuitenkin yleensä vain pienen hetken ajan.

Kahdessa haastattelussa tulivat esille muistot tilanteista, joissa henkilö oli saanut negatiivista palautetta pukeutumisestaan tai jostakin yksittäisestä vaatekappaleesta. Huonon palautteen antaja oli ollut usein tuttu, mutta ei läheinen henkilö. Palaute oli koettu ikäväksi, mutta haastateltavat olivat käsitelleet minäkuvaansa koskevan uhan kognitiivisen selviytymisprosessin avulla. He olivat selittäneet palautteen itselleen vain osoitukseksi toisen kateudesta tai ilkeydestä. Koska palaute oli käsitetty itsestä johtumattomaksi, se ei ollut jättänyt pysyviä jälkiä haastateltavien itsetuntoon tai mörköjä heidän pukeutumiseensa. Tähän varmasti on vaikuttanut haastateltavien itsetunnon terve taso palautteen saamishetkellä.

Pukeutumisneuvonnan vaikutus asiakkaan itsetuntoon

Haastateltavat kokivat itsetuntonsa nousevan vaatteiden avulla ainakin hetkelisesti. Koska jatkuvasti toistuvat kokemukset esimerkiksi onnistumisen tunteesta voivat vaikuttaa pysyvään itsetuntoon sitä nostavasti, voidaan olettaa, että jatkuvalla onnistuneella pukeutumisella yksilön ulkoiseen olemukseen liittyvä itsetunto voitaisiin saada nousemaan ainakin joidenkin henkilöiden kohdalla.

Pukeutumisneuvonnassa on mahdollista vaikuttaa suuresti asiakkaan itsetuntoon. Pukeutumispalvelutilanteessa annettu positiivinen ja rohkaiseva palaute on varmasti jossain määrin merkityksellistä asiakkaalle. Jos yksilön lähin ympäristö eli pukeutuminen olisi häntä itseään miellyttävä, voisi hän keskittää huomionsa paremmin muihin asioihin. Tämä taas voisi nostaa yksilön itsetuntoa ennestään ja lisätä hänen elämänsä mielekkyyttä. Itsetunnon nostamisesta olisi erityisesti hyötyä sellaisille henkilöille, jotka kokevat tavallista suurempaa ahdistusta ulkoiseen olemukseensa liittyen ja joiden itsetunto on matala. Suuria oman ruumiinkuvan vääristymiä pukeutumisneuvoja ei kuitenkaan voi hetkessä muuttaa.

Pukeutumisneuvojan on myös varottava pahentamasta asiakkaan mahdollisia komplekseja omasta ulkonäöstään. Asiakkaalle olisi hänen itsetuntonsa kannalta enemmän hyötyä siitä, että pukeutumisneuvoja auttaisi häntä hyväksymään esimerkiksi vartalon huonot puolet sen sijaan, että niitä yritettäisiin yhdessä peitellä keinolla millä hyvänsä.

Ennen itse pukeutumisneuvontatilannetta asiakkaan kanssa olisi tärkeää keskustella siitä, miten asiakas suhtautuu omaan vartaloonsa sekä siitä, millaisia tunteita ali- tai ylipukeutuminen aiheuttaa. Kun pukeutumisneuvoja tietäisi, mitkä vartalon osat aiheuttavat asiakkaalle ongelmia ja minkä tasoinen pukeutuminen asiakasta ahdistaa eniten, hän voisi toimia paremmin siten, että pukeutumispalvelu ei vahvistaisi asiakkaan huonoja käsityksiä itsestään ja laskeisi tämän itsetuntoa.

6.3 Pukeutumisen möröt

Pukeutumisen mörköjen tarkastelussa oleellisessa asemassa ovat yksilön ruumiinkuva sekä sosiaaliset suhteet, sillä möröt liittyvät usein yhtä aikaa omaan ulkoiseen olemukseen sekä johonkin sosiaaliseen tilanteeseen, jossa poimitaan muiden viestejä siitä, millainen ulkonäkö on sopiva tai millainen ei ole. Pukeutumisen möröt näyttävät muodostuvan yksilöille hyvin eri tavoin, mutta niiden syntyyn vaikuttaa usein moni tekijä yhtä aikaa. Pääallekkäisyydestä huolimatta tämän tutkimuksen perusteella toisistaan voidaan selkeästi erottaa neljä erityyppistä pukeutumisen mörköä:

- Muistoihin liittyvät möröt
- Stereotypioihin liittyvät möröt
- Esteettisiin näkemyksiin liittyvät möröt
- Tilannekohtaiset möröt

Muistoihin liittyvät möröt

Vaatteisiin, ulkonäköön ja pukeutumiseen liittyvät muistot ovat luonteeltaan sekä semanttisia että episodisia, sillä ne liittyvät usein sekä kuvallisiin tietoihin että koettuihin tapahtumiin tai kokemusten tilanneyhteyksiin. Koska ihminen käsittelee kaikkea nykyhetkessä tapahtuvaa aiempiin kokemuksiinsa ja muistiinsa perustuen, voidaan olettaa, että esimerkiksi pelko siitä, että oma ulkonäkö olisi muiden mielestä epämiellyttävä tai epäsopiva johonkin tiettyyn tilanteeseen, perustuu asioihin, joita yksilölle on tapahtunut ja jotka hän muistaa tai on oppinut tietämään. Haastateltavien elämänkerrallisessa muistelussa vaatteet koettiin jossain määrin merkityksellisiksi. Haastateltavat muistivat vaatteiden avulla menneisyytensä tapahtumia ja henkilöitä.

Muistamisen mielihyväperiaate muodostaa perustan muistoihin liittyvälle pukeutumisen mörölle. Mielihyväperiaatteen mukainen toiminta näkyi haastateltavien arjessa, kun huonoja muistoja herättävät vaatteet tai asusteet oli usein tarkoituksellisesti heitetty pois. Huonon muiston mieleen palautumista pyrittiin aktiivisesti välttämään.

Tutkimuksessa ei esiintynyt ensioletusten vastaisesti mörköjä, jotka olisivat perustuneet pukeutumisesta saatuun huonoon palautteeseen. Vaikka tutkittavilla oli muistoja tapahtumista, joissa vaatteista oli saatu huonoa palautetta, tapahtumat eivät olleet aiheuttaneet kenellekään pysyviä traumoja. Tutkimuksessa kuitenkin nousi esiin selkeästi muistoon liittyvä pukeutumisen mörkö, A:n ruutuhousukammo. Muisto siitä ahdistuksesta, joita oranssien ruutuhousujen vastentahtoinen käyttäminen aiheutti, vaikuttaa vieläkin siihen, miten A ruudullisiin housuihin suhtautuu.

Muistoon liittyvä pukeutumisen mörkö voidaan käsittää minäkuvan puolustusmekanismiksi. Tietynlaisen pukeutumisen välttelyä voidaan pitää toimintastrategiana, jolla pyritään muuttamaan mahdollisesti ahdistusta aiheuttavaa tilannetta. Mörön tarkoitus on siis suojella yksilön mielen eheyttä ja itsetuntoa.

Muistoon liittyvä mörkö voi olla todella hankala poistaa. Yksittäiseen mörköön ei kannatakaan pukeutumisneuvonnassa kiinnittää erityisemmin huomiota, sillä pukeutumiseen löytyy varmasti muitakin ratkaisuita. Pukeutumisneuvojan

tulisi ottaa huomioon asiakkaan vaatteisiin liittyvät huonot muistot ja ehdottaa niitä aiheuttavien tilalle korvaavia vaihtoehtoja. Möröt voivat olla oire myös huonosta itsetunnosta, sillä hyvä itsetunnon taso näyttäisi estävän mörköjen muodostumisen suhteellisen hyvin. Jos asiakkaalla on todella paljon pukeutumisen muistoihin liittyviä mörköjä ja niiden koetaan hankaloittavan jokapäiväistä elämää, asiakas luultavasti tarvitsee pukeutumisneuvontaa syvempää terapiaa.

Stereotypioihin liittyvät möröt

Pukeutuminen viestii yksilön arvoista ja asenteista. Sen avulla ihmiset saavat jatkuvasti viestejä siitä, millaisia muut todellisuudessa ovat. Ihmiset myös pyrkivät muokkaamaan ympäristöään itsensä näköisiksi. Samalla kun yksilö arvioi muita, hän yleensä tiedostavaa olevansa päivittäin itse arvioinnin kohteena. Tämä luo paineita ja jopa mörköjä pukeutumiseen.

Sellaiset vaatteet, joihin yksilön mielessä liittyy negatiivisia käsityksiä jostain ihmisryhmästä tai -tyypistä, voivat olla pukeutumisen mörköjä. Stereotypioihin liittyvissä möröissä oleellista on leimautumisen pelko. Itse ei tietenkään halua näyttää muille, että kuuluisi johonkin, mistä ei pidä. Toiset muodostavat stereotyyppisiä käsityksiä helpommin kuin toiset. Luultavasti stereotypioihin liittyviä pukeutumisen mörköjä myös esiintyy näillä henkilöillä enemmän kuin muilla. B liitti yhteen valkoiset housut ja ulkonäköön keskittyvän, pinnallisen ajattelu- maailman. Koska hän itse leimasi helposti muut valkoisia housuja käyttävät, hän koki, että muut leimaisivat hänet samalla tavalla.

Stereotyyppiset pukeutumisen möröt voidaan käsittää myös hyviksi möröiksi, sillä stereotyyppisillä mielikuvilla on yleensä jokin todellisuus pohja. Välttämällä tietynlaista pukeutumista yksilöllä on todellisia mahdollisuuksia vaikuttaa siihen, millaisia luokitteluja hänestä tehdään ja miten häntä kohdellaan.

Pukeutumisneuvojan olisi hyvä jo ennen pukeutumispalvelutilannetta keskustella asiakkaan kanssa siitä, millaisen kuvan itsestään asiakas haluaisi muille välittää ja millaisen kuvan välittymistä hän haluaisi välttää, sekä millaisia stereotypioihin liittyviä mörköjä asiakkaalla on. Pukeutumisneuvonnassa stereotypioihin liittyvää mörköä saattaa olla mahdollista muuttaa, sillä stereotypiat o-

vat yleensä kokonaiskäsityksiä henkilön tai henkilöryhmän ulkonäöstä ja ajattelumaailmasta. Yksittäinen vaatekappale ei välttämättä olekaan mörkö, jos se on yhdistetty muihin vaatteisiin ja asusteisiin täysin stereotypiasta poiketen.

Esteettisiin näkemyksiin liittyvät möröt

Esteettiset näkemykset ovat aina aikaan sidottuja, sillä kulttuuri muovaa niitä samoin kuin esteettiset näkemykset muovaavat kulttuuria. Yksilön esteettisiin näkemyksiin vaikuttavat yleiset kauneuskäsitykset sekä muoti, joka uusiutuu jatkuvasti.

Kaikkien haastateltavien pukeutumisen möröt liittyivät ainakin osittain omiin, esteettisiin näkemyksiin ja käsityksiin siitä, mitä vartalon kohtia tulisi korostaa ja mitä ei. Erityisesti takapuolta korostavia vaatteita ja värejä pidettiin mörköinä. D koki suurimmaksi pukeutumisensa möröksi omiin esteettisiin näkemyksiinsä sopimattomat sekä epämuodikkaat vaatteet. Tämä oli suorassa yhteydessä D:n vaatevalintoihin eniten vaikuttavaan tekijään, eli vaatteiden ulkonäköön ja sopivuuteen itselle. Muodin vaikutukset ja omat näkemykset siitä, mikä itselle sopii, olivat kietoutuneet yhteen ja niitä oli vaikea erottaa toisistaan. D yksinkertaisesti koki, että häntä eivät visuaalisesti miellyttäneet useat sellaiset vaatteet, jotka olivat epämuodikkaita. D ymmärsi, että kauneuskäsitykset voivat muuttua muodin vaihteluiden mukaan.

Esteettisiin näkemyksiin liittyvät pukeutumisen möröt ovat luonteeltaan muuttuvia. Muutos on suhteellisen hidasta ja yksilökohtaista, sillä eri yksilöt omaksuvat uusia asioita eri nopeudella. Myös B mainitsi haastattelussa aina ensin väheksyvänsä uusia trendejä, mutta oppivansa pitämään niistä ajan kuluessa. D:n kohdalla muutos esteettisissä mieltymyksissä oli hieman nopeampaa.

Pukeutumisneuvojan voi joskus olla vaikea ymmärtää asiakkaansa esteettisiä näkemyksiä ja päinvastoin. Koska yksilön oma tyyli muovautuu usein suhteellisen pysyväksi samaan aikaan kuin minäkuva ja identiteetti, nuorena ehkä omaksutaan enemmän vaikutteita kulloinkin pinnalla olevasta muodista. Varsinkin nuorten pukeutumisneuvojien tulisi pitää aina mielessä se, että vanhemmat asiakkaat eivät välttämättä jaa heidän näkemyksiään siitä, millainen pukeutuminen on esteettisesti miellyttävää.

Tilannekohtaiset möröt

Tilannekohtaisia pukeutumisen mörköjä voivat aiheuttavat vaatteet, jotka eivät sovi fyysiseen tai sosiaaliseen ympäristöön. Kaikki haastateltavat mainitsivat tilanteen, jota varten pukeudutaan, tärkeäksi vaatteiden valitsemiseen vaikuttavaksi tekijäksi. Haastateltavat kokivat myös, että tilanteeseen jollain tapaa sopimaton pukeutuminen aiheuttaisi ahdistusta ja vaikuttaisi itsetuntoon laskevasti.

Kaikki haastateltavat siis kokivat tilanteeseen sopimattoman tai epäkäytännöllisen pukeutumisen möröksi. Erityisesti C:n pukeutumisessa mörköjä olivat esimerkiksi liian ohuet vaatteet kylmällä säällä sekä tiukat ja paljastavat vaatteet tilanteessa, jossa hän tapasi vanhempia ihmisiä. C koki, että pukeutumisen oli ensisijaisesti vastattava fyysisen ympäristön vaatimuksiin. Epäkäytännöllisyys aiheutti enemmän mörköjä kuin muista erottuva pukeutuminen. Tähän taas olivat suorassa yhteydessä ne tekijät, mitkä C koki tärkeiksi vaikuttajiksi pukeutumisvalinnoissaan, nimittäin vaatteiden sopivuus eri tilanteisiin sekä mukavuus. D:n pukeutumisessa taas vaatteiden sopivuus sosiaaliseen tilanteeseen oli hieman tärkeämpää.

Tilannekohtaisten pukeutumisen mörköjen olemassaolo on pääasiassa hyvä asia. Ilman niitä ihmiset pukeutuisivat milloin mitenkään ja saattaisivat paleltua talvella ja paahtua kesällä. Pukeutuminen ilman sosiaalisesti rajoittavia tekijöitä horjuttaisi myös ihmisen mieltä, sillä silloin ulkoisen olemuksen perusteella olisi erittäin vaikea toteuttaa ihmiselle ominaista sosiaalista luokittelua. Myös jatkuvuuden ja pysyvyyden tunteet heikentyisivät.

Pukeutumisneuvonnassa eri asiakkaat voivat pitää esimerkiksi vaatteiden käytännöllisyyttä tärkeämpänä kuin ulkonäköä tai toisinpäin. Näyttää siltä, että mitä tärkeämpi pukeutumiseen vaikuttava tekijä on kyseessä, sitä helpommin pukeutumisen möröt voivat liittyä siihen.

7 POHDINTA

7.1 Opinnäytetyöprosessi

Opinnäytetyön tekemisprosessi alkoi jo syksyllä 2008, kun aiheen alustava pohtiminen alkoi olla ajankohtaista. Oma kiinnostukseni tutkia ihmisten toiminnan syitä johdatteli aiheen valintaa ja tilaajan etsintää. Lopullisen aiheen rajauksen tein yhdessä tilaajan, Maarit Orellin kanssa. Orell oli myös erittäin kiinnostunut aiheesta ja halusi hyödyntää tutkimuksen tuloksia omassa työssään pukeutumisneuvojana sekä pukeutumisneuvojien kouluttajana.

Prosessin ensimmäinen työvaihe oli taustakirjallisuuteen ja aiempiin tutkimuksiin tutustuminen ja tietopohjan kerääminen, joka oli välillä haastavaa. Vaatealan opinnäytetyössä olisi ollut tärkeää käyttää enemmän nimenomaan vaatealan tietolähteitä, mutta aiheen käsittely vaati myös psykologian ja erityisesti sosiologian tietopohjaa. Muistamisesta, minäkuvasta, sosiaalisesta vuorovaikutuksesta sekä itsetunnosta tietoa löytyi runsaasti. Myös vaatevalintoihin vaikuttavista tekijöistä sekä pukeutumisen ja itsetunnon suhteista löytyi jonkin verran tietoa, mutta pukeutumisen möröt osoittautuivat ongelmallisiksi. En onnistunut monista yrityksistä huolimatta löytämään pukeutumisen möröistä, traumaista tai esteistä, yhtään aiemmin kirjoitettua faktatietoa.

Tutkimusmetodin valinnan kautta työprosessi eteni haastatteluihin ja aineiston analysoinnista tulosten raportointiin. Raportin kirjoittaminen oli kiinteä osa opinnäytetyöprosessia ja mukana kaikissa sen vaiheissa. Kokonaisuudessaan prosessi oli suunnitelman mukainen ja onnistunut. Prosessin etenemistä ja onnistumista auttoi tiukka, mutta loogisesti edennyt aikataulu, jossa myös viivästyksille ja lepäämiselle oli varattu aikaa.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttivat tutkimusmenetelmien valinta ja käyttö sekä tutkittavat henkilöt. Koska tutkimuksen tavoitteena oli auttaa pukeutumisneuvoja ymmärtämään paremmin asiakkaitaan, ymmärtävä ote oli tutkimuksessa oleellista. Siksi kvalitatiivinen tutkimus sopi työhön erittäin hyvin. Tee-mahaastattelun avulla sain tavoitteiden mukaisia vastauksia tutkimusongelmiin ja sain nostettua tutkittavien omat näkemykset ja kokemukset esiin. Suoritin haastattelut rauhallisissa paikoissa ilman suurempia häiriöitä ja litteroin aineiston suhteellisen tarkasti. Vain tutkimuksen kannalta selvästi epäoleellinen osa aineistosta jäi litteroimatta.

Ennalta tuntemieni henkilöiden haastattelemista piti harkita tarkkaan, sillä tuttujen haastateltavien kanssa en välttämättä olisi voinut toimia tarpeeksi objektiivisesti. Omat käsitykseni haastateltavista vaikuttivat varmasti tulosten tulkitaan. Tutkimuksen tulosten kannalta kuitenkin subjektiivisuus oli tärkeämpää kuin objektiivisuus, sillä pukeutumisneuvojakin kohtaa asiakkaansa aina omasta todellisuudestaan käsin.

Tutut haastateltavat olisivat voineet myös vastata kysymyksiin epätodennäköisesti, esimerkiksi minun kannaltani parhaaksi käsittämillään tavoilla. Luotin kuitenkin siihen, että haastateltavat kertovat todellisia näkemyksiään asioista samoin kuin haastateltavat pystyivät luottamaan siihen, etten ymmärrä heitä täysin väärin. Haastateltavien tuttuus oli enemmän etu kuin haitta. Tuttujen haastateltavien kanssa säästin paljon aikaa, kun haastateltavien arvoja ja elämäntilanteita ei tarvinnut selvittää erikseen. Tuttujen haastateltavien kanssa oli lisäksi helppo sopia aikatauluista ja tarvittaessa muuttaa niitä. Tutut haastateltavat olivat myös motivoituneita haastatteluun. Olisin kuitenkin saanut haastatteluista varmasti vielä syvällisempää aineistoa, jos haastattelukertoja olisi ollut yhtä haastateltavaa kohti useampia.

Tutkimuksen tuloksia voidaan hyvin pitää esimerkkeinä siitä, millaisia suhteita nuorten aikuisten naisten ja heidän pukeutumisensa välillä on. Kvalitatiivisen

tutkimuksen tavoitteena ei ole laajojen yleistysten tekeminen, joten neljästä haastattelusta saatu aineisto oli tutkimuksen tavoitteisiin nähden riittävä.

7.3 Tutkimuksen hyödynnettävyys

Tutkimuksen tulosten avulla pukeutumisneuvoja voi ymmärtää asiakkaitaan hieman syvällisemmin. Pukeutumispalveluiden parissa työskentelevien olisi hyvä vähintään tiedostaa tutkimuksen tulokset, vaikka käytännössä asiakkaan kanssa käytävään syvällisempään keskusteluun ei olisikaan resursseja. Jo se, että ottaa huomioon mahdolliset pukeutumisen möröt tai pukeutumisen mahdolliset vaikutukset asiakkaan itsetuntoon, voi auttaa pukeutumisneuvojaa kohtelemaan asiakasta ymmärtäväisemmin.

Tutkimusta olisi helposti voinut laajentaa. Itsetunnon ja pukeutumisen suhteesta saisi oman tutkimuksensa ja aiheesta voisi toteuttaa esimerkiksi kyselyn. Näin saataisiin kvantitatiivista aineistoa siitä, onko pukeutumisen ja itsetunnon välillä yhteyksiä yleisemminkin. Tutkimuksen kohderyhmää vaihtamalla aiheeseen saataisiin lisää erilaisia näkökulmia. Tutkittavia voisivat olla esimerkiksi keski-ikäiset ja vanhukset. Myös miehet olisivat erittäin kiinnostava tutkimuskohde.

Teoriassa on mahdollista, että yksilön yleinen itsetunto paranee, jos hän kokee jatkuvia onnistumisen tunteita jollain elämänsä alueella. Olisi mielenkiintoista nähdä, toimiiko teoria käytännössä eli nouseeko yksilön itsetunto yleisemmällä tasolla, jos hän löytää itselleen tyylin, josta todella pitää ja aktiivisesti pukeutuu vain sellaisiin vaatteisiin, jotka hetkellisesti nostavat itsetuntoa.

Pukeutumisen mörköjä voisi tutkia lisää ja tässä tutkimuksessa löydettyihin pukeutumisen mörköihin voisi perehtyä syvällisemmin. Olisi myös mielenkiintoista selvittää, syntyykö mörköjä tässä tutkimuksessa tunnistettujen tapojen lisäksi joillain muilla tavoilla.

LÄHTEET

Andre, C. & Muzo 2007. Pienet ahdistukset ja suuret surut. Helsinki: Like.

Banim, M. & Guy, A. 2001. Why do women keep clothes they no longer wear. Teoksessa Through the wardrobe. Women's relationships with their clothes. Toim. Guy, Green & Banim. Oxford: Berg, 203-219.

Eskola J. & Suoranta, J. 2001. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 5. painos. Tampere: Vastapaino.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Helsingin yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2000. Tutki ja kirjoita. 6.uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Honkavaara, N. 2003. Pukeutumisen kontekstuaalisuus. Teoksessa Vaatekirja. Toim. Koskennurmi-Sivonen & Raunio. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos, 269-287.

Kaiser, S. B. 1997. The social psychology of clothing. Symbolic appearances in context. Toinen uudistettu painos. New York: Fairchild Publications.

Keltikangas-Järvinen, L. 1994. Hyvä itsetunto. Juva: WSOY.

Kivimäki, S. 2003. Aikuisen naisen vaatekaappi. Teoksessa Vaatekirja. Toim. Koskennurmi-Sivonen & Raunio. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos, 249-267.

Laine, K. 2005. Minä, me ja muut sosiaalisissa verkostoissa. Keuruu: Otava.

Luutonen, M. 2007. Tuotesuhteita. Pohdintoja ihmisistä ja tuotteista. Hamina: Atrtefakta 18.

Lyytinen, H., Laine, V. & Himberg, L. 2001. Ihmisen toiminnan neuropsykologia. Psykologia 4. Helsinki: WSOY.

Nurmi, J.-E., Ahonen, T., Lyytinen, H., Lyytinen, P., Pulkkinen, L. & Ruoppila, I. 2006. Ihmisen psykologinen kehitys. 2. painos. Porvoo: WSOY.

Nykänen, A.-S. 2005. Parhaat puoleni. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Nemo.

Orell, M. 2008. Pukeutumisneuvoja. Opinnäytetyön tilaajan haastattelu. Jyväskylä 8.12.2008.

Raunio, A.-M. 1996. Favourite clothes- a look at individuals' experience of clothing. Teoksessa Clothing and its social, psychological, cultural and environmental aspects. Research Report 161. Toim. Suojanen. Helsinki: University of Helsinki. Department of teacher education, 179-194.

- Sachter, D. L. 2001. Muisti. Aivot, mieli ja menneisyys. Helsinki: Terra Cognita.
- Simula, A. 2008. Emotionaalisen intensiteetin vaikutus autobiografisten tapahtumien muistamiseen. *Psykologia*, 1, 18-25.
- Venäläinen, S. 2006. Pukeutumispalvelujen kehittämistarpeet Jyväskylässä, näkökulmana arvontuotanto asiakkaille. Opinnäytetyö. Jyväskylän ammattikorkeakoulu, kulttuuri, vaatetusalan koulutusohjelma.
- Vuorinen, R. 2004. Minän synty ja kehitys. 2.-3. painos. Porvoo: WSOY.
- Woodward, S. 2007. *Why women wear what they wear*. Oxford: Berg.