

NAISTEN OLOASUMALLISTON SUUNNITTELU



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Muotoilu

Visamäki syksy 2013

Tiina Pirinen

Tiina Pirinen

VISAMÄKI
Muotoilu

Tekijä	Tiina Pirinen	Vuosi 2013
Työn nimi	Naisten oloasumalliston suunnittelu	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön tarkoitus oli suunnitella naisten oloasumallisto, joka vastaa kohderyhmän mieltymyksiä ja syksy–talvi 2014–2015-sesongin trendejä. Tavoitteena oli luoda uudenlainen ja kiinnostava kokonaisuus. Lähtökohdiana oli tyylikkäiden ja mukavien oloasujen puute markkinoilla sekä kodin ja kotoilun nouseva arvostus. Oloasumalliston valmistaminen oli rajattu opinnäytetyön ulkopuolelle.

Aineistona käytettiin suurimmaksi osaksi kirjoja, mediaa ja internet-lähteitä. Havainnoimisen ohella kohderyhmän rajaamista varten toteutettiin internetissä jaettu kysely. Oloasujen ollessa hyvin spesifinen ryhmä hyödynnettiin kirjallisuutta myös alus-, yö- ja urheiluvaatteista. Oloasujen lisäksi aineistoa etsittiin kotoilusta, sosiaalisesta psykologiasta, suunnittelusta ja trendeistä. Trendiennuste suunnittelun avuksi haettiin Mpdclick-palvelusta.

Lopputuloksena syntyi monipuolinen naisten oloasumalliston suunnitelma, johon kuuluu neljä muunneltavaa ja yhdisteltävää asukokonaisuutta. Mallisto vastaa sesongin trendejä, ja se pystyttäisiin toteuttamaan suunnitelman pohjalta.

Avainsanat Mallisto, vaatesuunnittelu, oloasu, kotoilu, trendi

Sivut 55 s. + liitteet 17 s.

Visamäki
Degree Programme in Design

Author	Tiina Pirinen	Year 2013
Subject of Bachelor's thesis	Designing a leisure wear collection for women	

ABSTRACT

The purpose of this thesis was to design a leisure wear collection for women. The goal was to create a new and interesting collection which meets the target group's wishes and follows to the trends of autumn-winter 2014-2015. The idea for the collection came from the lack of stylish and comfortable leisure wear on the market and the growing appreciation for home and homing. The thesis does not include the manufacturing process.

The source material consisted mostly of books, media and internet sources. In addition to observation an Internet-based survey was implemented to define the target group. Leisure wear is a very specific category so literature on underwear, nightwear and sportswear were also gathered. Better understanding of leisure wear also required finding information on homing, social psychology, designing and trends. Mpdclick service provided the trend forecast for the designing process.

The final result of this thesis was a concept of a leisure wear collection for women. It consists of four outfits that can be modified and combined. The collection follows the trends of the chosen season and could be manufactured based on the design plan.

Keywords Collection, clothing design, leisure wear, homing, trend

Pages 55 p. + appendices 17 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Tavoitteet ja aiheen rajausta.....	1
1.2	Kysymykset.....	1
1.3	Aineistonhankinta ja tutkimusmenetelmät.....	1
1.4	Viitekehys.....	2
2	OLOASU.....	3
2.1	Käyttötarkoitus ja historia.....	3
2.2	Materiaalit.....	8
2.3	Oloasun sosiaalinen psykologia.....	10
2.4	Koti ja olotrendit.....	12
3	KOHDERYHMÄ.....	15
3.1	Kysely.....	15
3.1.1	Kyselyn toteutus.....	15
3.1.2	Tulokset.....	16
3.2	Yhteenveto.....	20
4	SUUNNITTELUPROSESSI.....	21
4.1	Trendit ja niiden ennustus.....	22
4.1.1	Mpdclick ja trendiennustesivustot.....	23
4.1.2	Syksy–talvi 2014–2015 trendiennuste.....	24
4.2	Ideointi ja luonnostelu.....	27
5	OLOASUMALLISTO.....	37
5.1	Oloasumallistolakana.....	40
5.2	Huppari ja pitkät housut.....	43
5.3	Paidat ja lyhyet housut.....	45
5.4	Lyhyt mekko, huppu ja kynsikkäät.....	47
5.5	Pitkä mekko ja huppu.....	49
5.6	Höyhenprintti.....	51
6	POHDINTA.....	52
	LÄHTEET.....	53
	SÄHKÖISET LÄHTEET.....	53
	KUVALÄHTEET.....	55

1 JOHDANTO

1.1 Tavoitteet ja aiheen rajaus

Aiheen opinnäytetyöhöni sain havainnoimalla ympäristöä ja kuuntelemalla ihmisten mielipiteitä ja toiveita. Tunnen useita henkilöitä, jotka eivät ikinä tunnu löytävän oikeanmallista, mukavaa oleskeluasua. Oloasujen printit ja kuvioinnit ovat aina liian lapsellisia tai tylsiä. Oloasut toistavat itseään, eikä niissä ole mitään uniikkia tai kiinnostavaa. Ne päällä ei voi lähteä lähikauppaan, mutta ne eivät ole tarpeeksi rentoja kotona oleskeluunkaan.

Olen kiinnostunut markkinoinnista ja suunnittelutyöskentelystä, joka on ominta vahvuusalueettani. Suuntautumislinjani on vaatetus, joten opinnäytetyön aihe, naisten oloasumalliston suunnittelu, vastaa tietotaitoa, jota olen saanut opinnoistani. Opinnäytetyön ulkopuolelle rajaan malliston ja asujen valmistuksen sekä poikkileikkaus- ja ompeluvaihesuunnitelmat. Koska mallistoa ei tulla valmistamaan, rajaan pois myös materiaalien hankinnat ja laskelmat malliston valmistuskustannuksista.

Tavoitteenani on oppia rajaamaan kohderyhmä ja kehittämään tiedonhakuja ja haetun tiedon analysointia. Pää tavoitteeni on saada aikaan onnistunut ja kiinnostava naisten oloasumalliston suunnitelma, joka vastaa sekä sesonkia että kohderyhmän toiveita ja kuvastaa minua suunnittelijana. Pää tavoitteeni saavuttamiseksi sivutavoitteinani on kasvattaa ymmärrystä oloasuista, vaatteiden sosiaalisesta psykologiasta, trendeistä ja suunnittelusta.

1.2 Kysymykset

Pääkysymys:

Millainen on naisten uudenlainen ja kohderyhmälähtöinen oloasumallisto, joka vastaa sesongin trendejä?

Alakysymys:

Mikä on oloasu ja miksi niitä käytetään?

1.3 Aineistonhankinta ja tutkimusmenetelmät

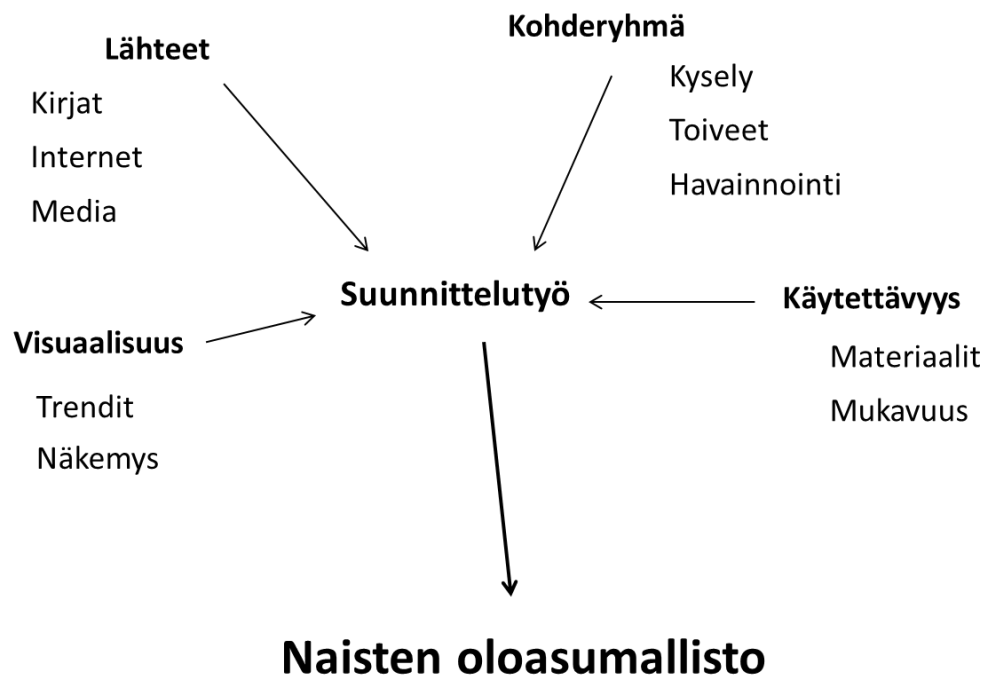
Aineistoa suunnittelusta, trendeistä ja oloasuista etsin kirjoista, lehdistä, internetistä, elokuvista ja olemassa olevista opinnäytetöistä. Tuoreista trendeistä ei löytynyt juurikaan kirjallisuutta, ja vanhat opinnäytetyöt eivät käsitelleet aihettani. Oloasut ovat aihe, jota ei ole tarkasti rajattu ja joka sivuaa alus- ja urheiluvaatteita.

Tutkimusmenetelminä käytin kyselyä ja havainnointia. Internetissä julkaistussa kyselyssä oli myös haastattelun piirteitä, sillä avoimiin kysymyksiin ihmiset saivat vapaasti kertoa ajatuksiaan. Käytännön osuuteen kuului kyselyn laatiminen, jakaminen ja raportointi. Havainnointia tein

kyselyn lisäksi internetin keskustelupalstoilla, kaupungilla ja henkilökohtaisesti tuttavapiirissä. Havainnoin myös populaarikulttuuria.

1.4 Viitekehys

Viitekehyksessä (kuva 1) on kuvattu visuaalisesti aihe-alueet, jotka vaikuttavat suunnittelutyöhön. Lopullisena tuloksena on naisten oloasumalliston suunnitelma. Suunnittelutyössä yhdistyy tieto, jota olen kerännyt eri lähteistä, kohderyhmä, jota hahmotin kyselyllä sekä oloasun käytettävyys ja visuaalisuus. Ulkonäkö on usein se puoli, johon oloasuissa ollaan tyytymättömiä.



Kuva 1. Viitekehys.

2 OLOASU

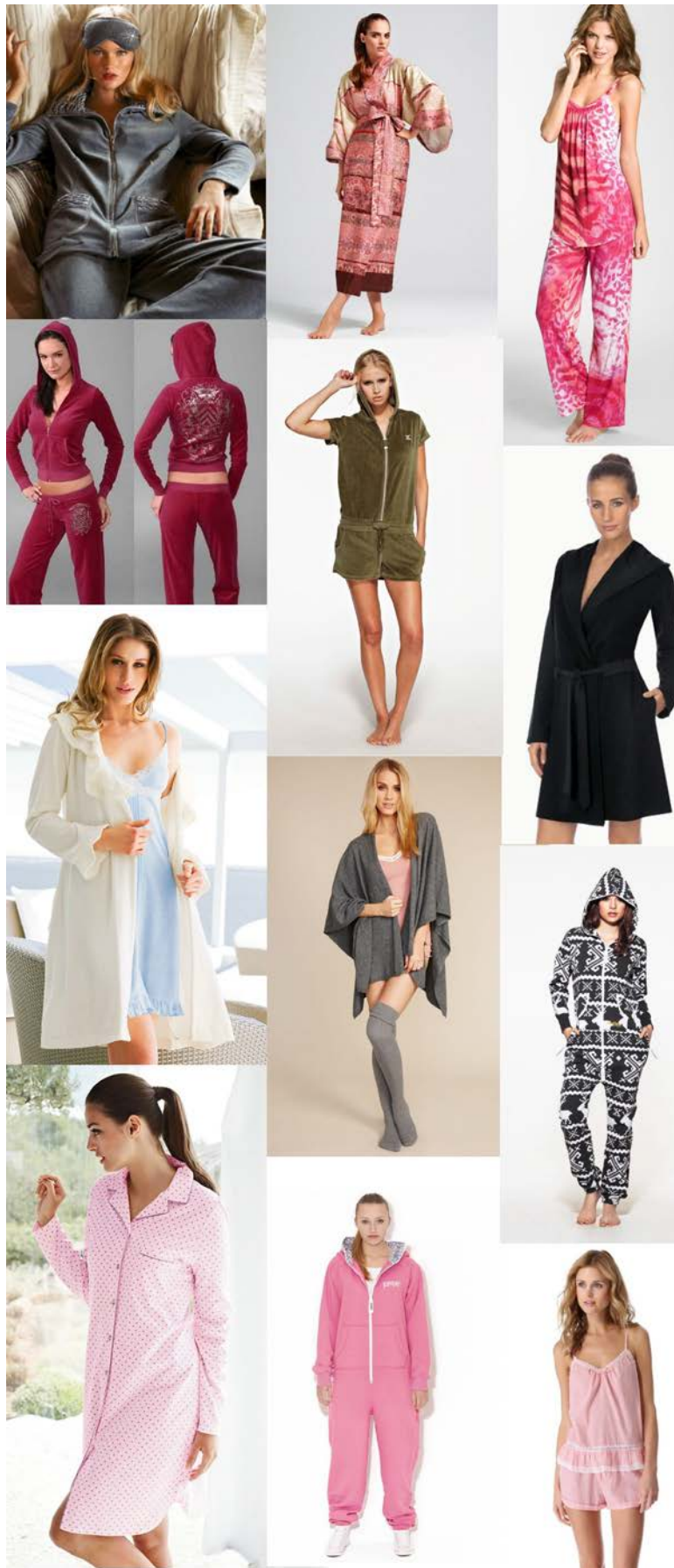
2.1 Käyttötarkoitus ja historia

Oloasulla on monta nimeä ja määritelmää, mutta perusajatus on yleensä aina sama; asu, joka yhdistetään rentoutumiseen ja mukavuuteen. Sanakirjat määrittelevät oloasun muun muassa rennoksi arkiseksi asukokonaisuudeksi ja pehmeäksi, joustavasta kankaasta valmistetuksi kotiasuksi (suomisanakirja.fi). Ratkojat.fi, sanaristikoiden täyttämisen avuksi oleva sivusto, antaa peräti 18 tulosta haulla oloasu: arkena yllä, ei hierrä, ei kiristä, kotitakki, kotona yllä, miellyttävä päällä, mukava, rento vaate, puetaan kotona. Luetellut hakusanat voivat olla sanaristikossa annettu vihje, jonka ratkaisu on sana oloasu.

Englanninkielinen termi oloasulle on leisure wear. Se on määritelty epämuodollisiksi vaatteiksi, jotka on suunniteltu käytettäväksi rentoutuessa (thefreedictionary.com) ja arkisiksi vaatteiksi, jotka on suunniteltu käytettäväksi vapaa-ajan aktiviteeteissa, kuten verryttelyasut (swetarit) ja muut urheiluvaatteet (encyclopedia.com). Muita vastaavia termejä ovat lounge wear, free time wear ja jopa suora käänнос kotiasusta, home wear. Suomen kielessä käytetyin termi on kuitenkin oloasu, joka viittaa suoraan olemiseen, rentoutumiseen.

Oloasulle ei ole tarkkaa muottia, sillä jokainen kokee erilaisen asun erityisen mukavaksi ja käytännölliseksi. Joku voi käyttää vanhoja reikäisiä t-paitoja, kun taas toinen viihtyy alasti. Tätä opinnäytetyötä varten toteutin kyselyn oloasuista, ja heti kyselyn alussa kysyin vastaajan omaa määritelmää oloasulle. Vastauksia tuli lähes neljä sivua. Muihin kysymyksiin vastauksia ei tullut yhtä paljon, joten oletan, että kaikilla on jonkinlainen side oloasuihin, vaikkei niistä pidä tai niihin kiinnitä huomiota. Kyselystä on tarkemmin kappaleessa kolme.

Oloasut risteytyvät helposti alusvaatteiden, urheiluvaatteiden ja yövaatteiden kanssa. Oloasujen lailla ne on tehty mukaviksi vaatteiksi, joita ei ole tarkoitus esitellä muille. Käyttötarkoitus ja mukavuus painavat enemmän kuin ulkonäkö. Oloasuina käytetään muun muassa huppareita, verkkareita, t-paitoja, pyjamia, paituleita, rintaliivejä, alushousuja, sortseja, kigurumeja, haalareita ja aamutakkeja (kuva 2).



Kuva 2. Erilaisia oloasuja. Merkkejä muun muassa Juicy Couture, Jumpin, Onepiece, Triumph, Rösch, Eva B. Bitzer, Féraud, figleaves, Natori, Bassetti.

Alusvaatteet ovat nimensä mukaisesti muiden vaatteiden alla käytettäviä vaatteita. Niihin kuuluvat esimerkiksi alushousut, rintaliivit tai alustopit. Usein alusvaatteet ja yövaatteet luetaan samaan kategoriaan kuuluviksi, ja vaateliikkeissä ne ovat samalla osastolla. Yövaatteisiin pukeudutaan yöksi nukkumaan. Mallit vaihtelevat laidasta laitaan trikoopaitulista flanellipyjamaan ja pitsiseen babydoll-mekkaan. Alusvaatteet ja yöasut ovat nykyään usein kevyitä ja joustavia. Siksi ne sopivat myös oloasuiksi.

Alusvaatteiden materiaalit ja mallit ovat vuosien varrella vaihdelleet muodin ja kankaiden kehittymisen mukaan. Toisen maailmansodan jälkeen 50-luvulla puuvillasta ja silkistä oli pulaa, minkä vuoksi kehitettiin tekokuituja. Tällöin syntyivät joustavat tekokuidut, kuten elastaani, joka mahdollisti muiden tekokuitujen kanssa paljon uusia mahdollisuuksia suunnittelussa. (McKenzie 1997.)

Yöasuja ei ole käytetty aina. Kansanihmiset ovat perinteisesti nukkuneet vuosisatojen ajan alasti. Jos oli erityisen kylmä, he nukkuivat tavalliset vaatteet yllään. Kangas ja vaatteet olivat niin kalliita, että samoja asuja käytettiin päivästä päivään. Yleensä vain juhla-asu oli erikseen, joka sekin periytyi suvussa eteenpäin. (Utrio 2005.)

1600-luvun loppupuolella ylhäiset naiset pukeutuivat aamuisin aamupukuihin, yöpuvun seuraajiin, joissa he viettivät aikaa ja ottivat vastaan läheisiä vieraita. Varsinainen pukeutuminen iltaa ja seuraelämää varten kaikkine epämukavine kerroksineen vei tuntikausia. Vauraus sai näkyä useissa eri tarkoitukseen kehitetyissä asuissa. Mitä useammin vaihtoi päivän aikaan vaatteita, sitä rikkaampi ja joutilaampi oli. (Utrio 2005, 300.)

1900-luvulla yöasut suunniteltiin kuin päivävaatteet. Käytännöllisyydellä ei ollut merkitystä niin kauan kuin ne olivat ylellisiä (McKenzie 1997, 82). Yö- ja oleskeluvaatteita kutsuttiin nimillä negligee (ranska: epäsiisti, huolittelematon), boudoir gown (”salonkileninki”) tai tea gown (”teeleninki”). Negligeetä käytettiin makuuhuoneessa ja leninkejä epävirallisina kotivaatteina perheen parissa. Ne oli valmistettu kevyistä kankaista, eivätkä ne olleet yhtä monimutkaisia kuin virallisesti käytettävät leningit. Kuitenkin kaikki edellä mainituista oli koristeltu pitsillä, kirjailuilla ja kimaltelevilla napeilla. (Wikipedia 2013.)

1940- ja 50-luvuilla yömekot imitoivat pitkiä iltapukuja. Niitä voitiin käyttää iltaisin perheen parissa oloasuina ja koti-illallisilla boleroiden ja yötakkien (bed jacket) kanssa. Takit olivat usein viittamaisia ja valmistettu ohuesta, läpikuultavasta tai pitsisestä kankaasta. Niitä pidettiin ennemminkin ulkonäön kuin lämmittävyden takia. 30-luvulla Hollywood-filmeissä usein tähdet oleskelivat juuri glamoureissa takeissa. 60-luvulla erilaiset villasekoitteet, puuvilla, sifonki ja pienet röyhelöiset asut ja babydoll-malliset yömekot tulivat muotiin. Esimerkiksi pilkkukuvioiset ja printilliset kankaat, nauhat ja rusetit olivat suosittuja. (McKenzie 1997, 82.)

Pyjama on nykyään ehkä suosituin yöasu. Se koostuu kahdesta vaatekappaleesta: löysistä housuista ja paidasta. Sen malli on kotoisin idästä, Persiasta. Pyjamia on valmistettu monista eri kangaslaaduista kuten puuvillasta,

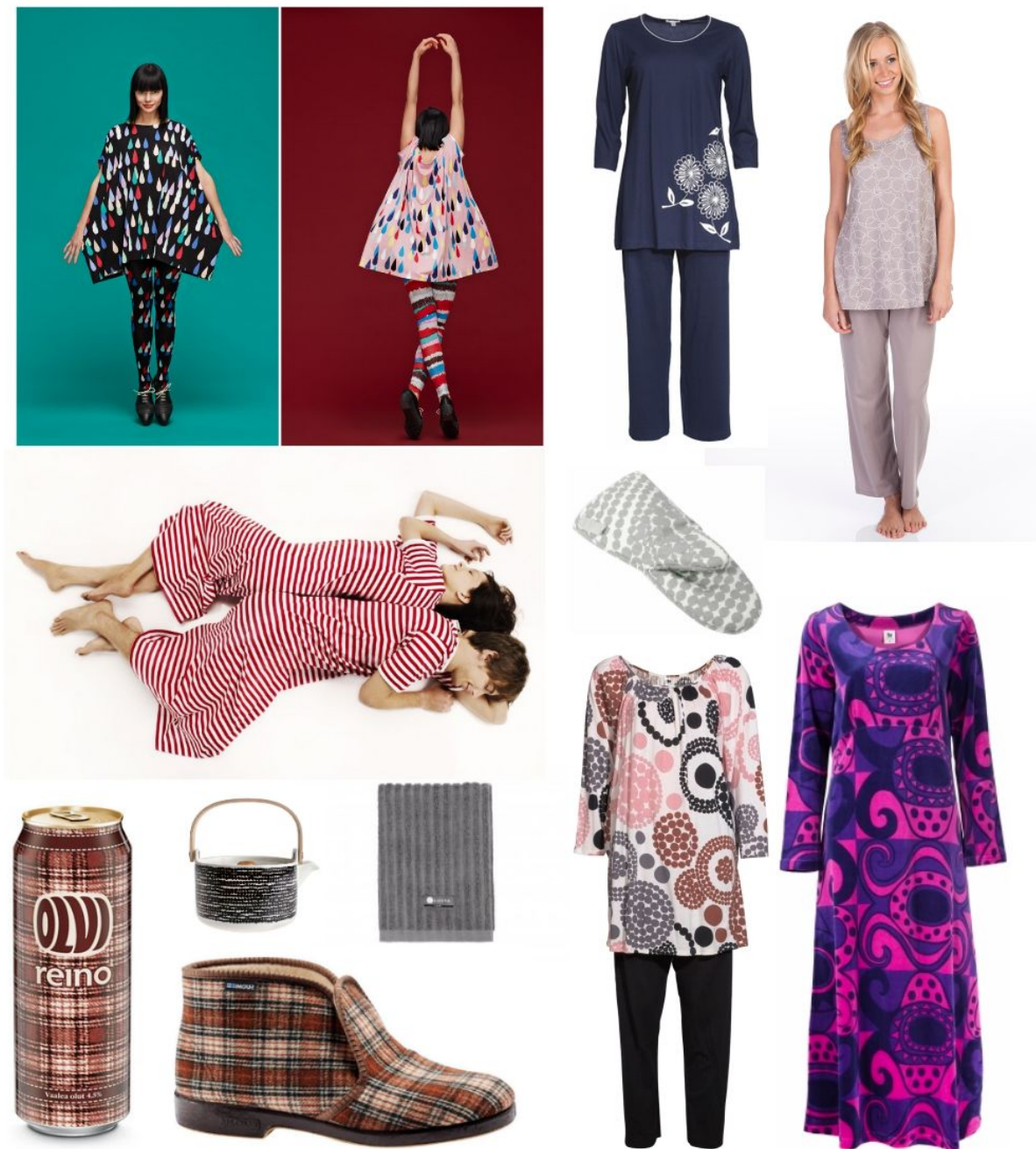
satiinista ja flanellista. Alun perin pyjamat olivat hyvin kirkkaankin värisiä ja koristeltuja ottaen mallia alkuperästään, mutta sittemmin niiden värit on muuttunut haaleammaksi. (McKenzie 1997, 82.)

Urheiluvaatteet on suunniteltu käytettäväksi urheillessa ja liikkua, mutta ne sopivat oloasuiksi usein hengittävien, pehmeiden ja joustavien materiaaliensa ansiosta. Urheilukulttuuri on noussut vasta viimeisen 150 vuoden aikana sellaiseksi kuin se nyt on. Vielä 1900-luvun lopussa asut olivat näennäisesti vapaita ilman muodollisuuksia, mutta oikea merkki ja malli olivat silti hyvin tärkeitä. Nykyään urheiluasuista on tullut lähes joka paikkaan sopivia vapaa-ajanvaatteita merkistä riippumatta. (Utrio 2005, 300.)

Urheilukulttuuri on helpottanut naisten vapautumista monikerroksisista alushameista ja mahdollistanut vapaampien vaatteiden käytön arkenakin. Vuonna 1870 tennistä pelattiin vielä korsetissa ja turnyyrissä. Tennis keräsi kuitenkin paljon suosiota juuri naisten keskuudessa, ja vuonna 1920 Ranskan tennismestari Suzanne Lenglen astui pelaamaan klassikkoasussa, johon kuului laskostettu hame, lyhythihainen paita ja neuletakki. Jean Patoun suunnittelema asusta on tullut hitti sekä tenniskentillä että katumuodissa. (McKenzie 1997, 14.)

Urheiluvaatteisiin on kehitetty monia teknisiä ominaisuuksia ja kankaita, kuten vedenkestävä Gore-tex ja lämmittävä Polarfleece. Urheiluvaatteiden muut ominaisuudet, kuten päätä myötäilevät huput, teipatut saumat, kiinni kiristettävät hihat ja helmat sekä hengittävyys, ovat niin onnistuneita, että muoti on ottanut niistä mallia. Nykyään tavalliset katuvaatteet matkivat urheiluvaatteiden ilmettä ja ominaisuuksia. (McKenzie 1997, 9, 80.)

Swetareita, neulepuseroita, käytettiin alun perin urheillessa, kun on pitänyt hikoilla. Sweaterin sana sweat tarkoittaa hikeä. Krikketissä ja golfissa puukeutumiskoodiin kuuluu vieläkin neulepusero. Se lämmittää ja antaa tilaa liikkua. Myös pyöräilyshortsit ja hiihtohousut, jotka ovat väljät ja niissä on kiinni kuroutu nilkka ja kuminauha vyötäröllä, ovat olleet urheiluvaatteita. Etenkin hiihtohousujen tyyli on pysynyt muodissa, vaikka varsinaiset urheiluun tarkoitetut housut ovatkin muuttuneet enemmän ihonmyötäiseksi. T-paita on perusvaatteena ja oloasuna ylivoimaisesti pidetyin. Sen alkuperäinen käyttötarkoitus oli olla aluspaitana ensimmäisessä maailmansodassa. Myöhemmin siitä tuli työvaate, ja se levisi arkeen. Verryttelypuvut ja tuulipuvut on suunniteltu lämmittelyvaatteiksi urheilukentille ja kävelylenkeille, mutta ne ovat todella lyöneet itsensä läpi katu- ja olovaatteina. 1980-luvulla hip hop -kulttuuri nuorison keskuudessa suosii etenkin hupullisia verryttelyasuja. Kuuluisat suunnittelijat, kuten Calvin Klein, Giorgio Armani ja Donna Karan, ovat kaikki myyneet verryttelyasuja merkkinsä alla. Urheilumerkkien, kuten Puman ja Adidaksen, vaateista tuli hyväksytyjä ja ihailtuja katuvaatteita. (McKenzie 1997, 9, 80, 108, 116.)



Kuva 3. Kuvassa suomalaisten brändien tuotteita. Ylhäällä vasemmalla Marimekko, oikealla Finnwear. Alareunassa vasemmalla Reino ja oikealla Nanso.

Suomessa mukava ja käytännöllinen muoti on aina ollut suosittua johtuen ehkä vaihtelevasta ilmastostamme ja historiastamme. Suomalaisia oloasuistaan tai oloasumaisista tuotteistaan tunnettuja merkkejä ovat muun muassa Nanso, Finnwear, Marimekko ja Luhta. Suomen Trikoo toimi vuodesta 1903 vuoteen 2005 asti ja valmisti suuren osan suomalaisista trikoovaatteista. Suomen Trikoo oli myös edelläkävijä mainonnassa, sillä suomalaisilla oli aluksi ennakkoluuloja tehdasvalmisteisia neuletuotteita kohtaan. Finnwear luotiin Suomen Trikoossa vientiä varten, ja nykyään kyseisen tuotemerkin omistaa Nanso. Nanso Group omistaa myös suosittuun miesten alusvaatetuotemerkki Black Horsen ja monta sukkamerkkiä, kuten Norlynin. Nanso valmistaa monenlaisia trikoovaatteita, ja tällä yrityksellä on myös uusi tuotesarja nimeltään Nanso Kodikas. Kodikas-sarjaan kuuluu juuri olo- ja yöasuja sekä kodintekstiilejä.

Maailmalla oloasumerkkeinä voidaan pitää esimerkiksi seuraavia: One-piece, Jumpin, Triumph, Juicy Couture, Jet Set, figleaves ja Natori. Myös monilla luksusmerkeillä on vapaa-ajanvaatteille omat mallistonsa. Mikään vanha ja tunnettu merkki ei varsinaisesti mainosta oloasupuoltaan. Oloasut ovat sivutuotteina mm. alusvaatemerkeillä. Uudet, haalarimaiset kokopuvut ja niitä myyvät merkit Onepiece ja Jumpin, ovat rakentaneet koko imagonsa oloilun varaan.

Oloasujalkineina voidaan ajatella Crocseja ja Reino- ja Aino-tossuja. Crocsit ovat mukavat joka paikan ”sämpylät” ja Reinot klassikko, joka on noussut taas pinnalle. Niitä käyttävät sekä vanhat että nuoret ihmiset. Jopa Olvi myy uutuutena olutta ja siideriä Reino-kuvioisissa tölkeissä.

2.2 Materiaalit

Vaatteita valmistetaan hyvin monista eri materiaaleista, ja eri materiaaleista tehdään erilaisia kangaslaatuja. Materiaaleja ovat esimerkiksi luonnonkuituiset puuvilla, silkki ja pellava. Eri kangaslaatuja ovat muun muassa trikoo, flanelli ja college, jotka yleensä ovat puuvillasta valmistettuja, mutta joita voidaan valmistaa muistakin materiaaleista tai niiden sekoituksista. Keinokuituja ovat muun muassa polyesteri ja elastaani, joita usein lisätään kankaisiin tiettyjen ominaisuuksien, kuten joustavuuden, parantamiseksi. Eri materiaaleilla ja niiden sekoituksilla on erilaisia ominaisuuksia. Luonnonkuidut voidaan jakaa vielä kasvikuittuihin, kuten puuvilla ja pellava, ja eläinkuittuihin, kuten silkki tai villa. (Eberle 2007.)

Oloasuissa toistuvat usein samat, mukavana ja helppohoitoisena pidetyt materiaalit ja kangaslaadut. Opinnäytetyöhön tekemäni kyselyn vastaajat pitivät eniten monivalintakysymyksessä mainituista materiaaleista tai kangaslaaduista collegesta (25 %), trikoosta (24 %) ja ohuesta puuvillakanakaasta (18 %). Oloasussa käytettävän kankaan ominaisuuksista arvostettiin eniten joustavuutta (15 %), pehmeyttä (14 %), keveyttä (10 %) ja lämpöisyyttä (9 %). Samat kuvailevat sanat toistuivat myös avoimissa kysymyksissä, joissa sai vapaasti kuvailla oloasujaan ja toiveitaan oloasuille. Esittelen seuraavaksi muutamia yleisimpiä kankaita, joita käytetään oloasuissa.

Luonnonkuituinen, puuvillasta saatava puuvilla on yksi käytetyimmistä materiaaleista, sillä kaikista tekstiilikuiduista sitä on noin 45 % (Wikipedia 2013). Puuvillalla on monia hyviä ominaisuuksia, kuten hengittävyys, kutittamattomuus ja pesunkestävyys. Puuvillaa käytetään muun muassa elastaanin ohella trikoon valmistukseen. Myös pehmeä flanelli valmistetaan puuvillasta. Kangas on toiselta tai molemmilta puolilta kevyesti nukattua. Flanellia käytetään usein pyjamiin ja oloasuihin. Collegekangas valmistetaan suurimmaksi osaksi puuvillasta, ja se on toiselta puolelta nukattua. Myös t-paidat on usein valmistettu puuvillasta. (Eberle 2007.)

Fleece on tekokuiduista, polyesteristä, valmistettu pehmeä kangas. Se on toiselta tai molemmilta puolilta nukattu, ja nukan pituus vaihtelee. Fleece on yhtä aikaa kevyttä, lämmintä ja joustavaa. Sen pinta alkaa kuitenkin herkästi nyppyyntyä. (Eberle 2007.)

Velour tai veluuri on samettimaista, pehmeää, lyhytnukkaista kangasta. Velour voi olla tehty joko puuvillasta tai keinokuiduista, kuten polyesteristä. Velour on joustavaa ja lämmintä neulekangasta. Velour on kuin sametin halvempi ja kevyempi pikkusisko, jota käytetään arkisissa vaatteissa, etenkin oloasuissa ja kylpytakeissa. (Eberle 2007.)

Pellava on luonnonkuitu ja kasvikuitu. Pellava on ihanteellinen materiaali kesällä, sillä se hengittää ja sitoo kosteutta nopeasti. Pellava on jäykähkö ja hyvin rypistyvä kangas, mikä ei kuitenkaan ole yleensä ongelma, sillä pellavan ilme tulee usein tästä rypyytyksestä. Pellavan karheus voi oloasuna olla kyseenalainen, mutta puuvillaan sekoitettuna se säilyttää omat ominaisuutensa ja tuntuu iholla hyvältä. (Eberle 2007.)

Silkki on luonnonkuitu ja eläinkuitu. Silkkiin yhdistetään usein ylellisyys, sillä sen valmistus on hidasta, ja se on kallista. Silkin hyviin ominaisuuksiin kuuluu, että se on yhtä aikaa viileää ja lämmittävää. Silkki on kevyttä ja pehmeää. Se on kuitenkin materiaalina herkkä, ja sen peseminen ja silitäminen voi olla ongelmallista. Silkki ei siedä hikeä tai deodoranttia, sillä ne aiheuttavat helposti tahroja ja värimuutoksia. (Eberle 2007.)

Villa on eläinkuitu. Useimmiten villalla tarkoitetaan lampaasta saatavaa villaa, mutta myös muiden eläinten kuituja voidaan nimittää villaksi. Villaa käytetään usein neuleissa. Villan ominaisuuksia ovat hyvä lämmittävyys, joustavuus ja kosteuden eristäminen. Villa kuitenkin voi kutittaa ja allergisoida. Kun villaan sekoitetaan keinokuituja, siitä saadaan vahvempaa. (Eberle 2007.)

Keinokuidut ovat keinotekoisesti luotuja kuituja tiettyihin tarkoituksiin. Keinokuituja ovat muun muassa nylon, akryyli ja polyesteri. Ne parantavat usein luonnonkuitujen kestävyyttä ja helppohoitoisuutta. Ne ovat myös halvempia, joten tuotteen hinta saadaan laskemaan korvaamalla osa luonnonkuiduista keinokuiduilla. Keinokuidut kuitenkin palavat herkemmin kuin luonnonkuidut eivätkä kestä korkeita pesulämpötiloja. Ne voivat myös sähköistyä herkästi. Monet ihmiset suosivat luonnonkuituja tai tuotteita, joissa suurin osa materiaalista on luonnonkuituja keinokuituisiin verrattuna. Tämä voi johtua ekologisuusajattelusta, vaikka keinokuidut ovat

teoriassa luontoystävällisempiä, sillä ne valmistetaan suljetussa laitoksessa, eikä niitä varten tarvitse viljelypinta-alaa. Keinokuidut eivät kuitenkaan maadu, eivätkä ne täysin kykene korvaamaan luonnonkuitujen hyväksi havaittuja ominaisuuksia. (Eberle 2007; vihreatvaatteet.com.)

2.3 Oloasun sosiaalinen psykologia

Usein oloasua käytetään vain oman kodin seinien sisäpuolella. Se päällä on vaikeaa, ellei jopa mahdotonta lähteä ulos. Opinnäytetyötä varten suoritetun kyselyn tulosten mukaan 21 % vastaajista ei lähde ulos oloasussa ja 42 % lähtisi vain pihapiiriin.

Franckin mukaan vaatteet eivät ole vain ilmastolta suojautumista varten. Ihmiset ovat aina viestineet koristautumisen avulla, kuten tatuoinneilla ja koruilla. Koristautumisella ja vaatteilla voi ilmaista itseään, poliittista näkemystään, statustaan ja seksuaalisuuttaan. Vaatteisiin heijastuvat myös yhteiskunnan normit, ihanteet, rituaalit ja ihmisen tarve päteä ja jäljitellä. (Franck 1997, 3.)

Tavat ja rituaalit tuovat turvallisuutta arkipäivään. Tavat eivät muutu nopeasti, sillä yhteisön täytyy hyväksyä ne ensin. Pelko tulla hylätyksi ja jätetyksi yhteiskunnan ulkopuolelle ajaa ihmisiä jäljittelemään muita selviytymisen toivossa. Tunne, että kuuluu johonkin ryhmään, antaa varmuutta ja turvaa. Samaa turvallisuuden tunnetta haetaan, kun aamulla valitaan ne siistit ja oikeanmalliset työvaatteet, joita muutkin käyttävät. Ihon virheet meikataan piiloon, aivan kuten muutkin tekevät. Ihminen ei tahdo riskerata sitä, että joku voisi kommentoida päivän aikana ”miltä sinä oikein tänään näytät”. Tavat voivat toimia naamioina, sillä ulkonäöllä voidaan hämätä, mitä oikeasti ajattelee. Vaate voi toimia siis myös ajatusten ja tunteiden peittäjänä. (Franck 1997, 26–27, 41.)

Töissä univormut tai univormumaiset puvut toimivat myös ajatusten ja tunteiden peittäjinä. Univormu kasvattaa työntekijöiden yhteenkuuluvuutta ja voi jopa kohentaa itsetuntoa. Puvun avulla voi vaikuttaa arvovaltaisemmalla kuin oikeasti on. Uskotaan, että ulkonainen järjestys eli siisti pukeutuminen, saa aikaan myös sisäistä järjestystä. Jo alkukantaiset heimot valitsivat itselleen yhteisen heimoväriin ja kuvioinnit, sillä niiden avulla oli helpompaa valvoa yhteisöä. Yhteinen väri ja univormun yhdenmukaisuus on säilynyt nykypäivään asti sotilaiden asuissa. He kokevat taistelevansa saman asian puolesta ja ovat valmiita kuolemaan kansallisvärinsä puolesta. Monet erilaiset järjestöt, ryhmät ja seurukset pukeutuvat omiin värihinsä tai samanlaisiin vaatteisiin. Rennommat, yhteisön asuista poikkeavat, laiskaksi mielletyt asut eivät saa hyväksyntää töissä tai julkisilla paikoilla. Ne ovat ryhmäidentiteettiä loukkaavia ja voivat johtaa eristämiseen, koska ne eivät vastaa totuttua, turvallista kaavaa. (Franck 1997, 21, 42, 99, 259.)

Ikänormien rikkominen pukeutumisessa ei ole sopivaa. Vanhemmaksi pukeutuminen voidaan vielä hyväksyä, mutta lapsen tai lapsellisiin vaatteisiin pukeutunutta aikuista ei voida ottaa vakavasti. Oloasut muistuttavat lastenvaatteita materiaaleiltaan ja väreiltään. Ne on valmistettu helppohoi-

toisiksi ja ne ovat usein hempeän värisiä. Niissä on myös lapsellisiksi mielletäviä printtikuvioita, kuten eläimiä tai kukkia. (Franck 1997, 258–259.)

Nykyajan paine sopeutua on aivan yhtä kova kuin aikaisissa heimoriiteissä. Mitä yhdenmukaisempi ja yksipuolisempi jokin ryhmä on, sitä suurempi on paine sulautua joukkoon. Jos menee juhliin pukeutuneena oloasuun ja kaikki muut ovat pitkissä iltapuvuissa, tekee varmasti mieli lähteä pian takaisin kotiin. Sovinnainen, yhdenmukainen vaate auttaa tuntemaan olevansa osa kokonaisuutta. Joskus ryhmän paine saattaa ajaa jopa järjenvastaisiin tekoihin, kuten teini-iässä jättämään pipon kotiin talvipakkasilla. (Franck 1997, 36, 41.)

Poikkeavalla ja erilaisella vaatteella voi kuitenkin hakea huomiota tai merkitä omaa tilaa. Esimerkiksi levon merkiksi voi pukeutua oloasuun ja viestiä toivetta omasta rauhasta. Ihmisillä on ollut heimoajalta lähtien sisäinen rajoittamisen pakko. On tärkeää merkata ja ilmaista oma alueensa esimerkiksi ympäröimällä pihansa aidalla. Myös vaatteilla voi rajoittaa ja merkitä aluetta. Aluevaatimuksia voi siirtää vaatteeseen pukeutumalla vaikka heimo-, kansan-, tai kansallispukuun, oloasuun ja vapaa-ajanasuun, iltapukuun tai uimapukuun. Massatavarastakin, kuten farkuista, tulee oman omistuspääpiiriin kuuluvia, kun ne omistetaan ja niitä pyritään puolustamaan muilta. (Franck 1997, 33, 99.)

Ihmisellä on kova pyrkimys ihanteeseen, sillä se tyydyttää ja kohottaa sosiaalista arvonantoa. Ennen monissa yhteiskunnissa vartalon ja vaateen idealisointi hyväksyttiin vain yläluokalle. Muotivaatteet ja kalliit kankaat olivat alemmilla säädyiltä kiellettyjä, kuin myös tietyt värit ja muodot. Vaatteet osoittivat sosiaalisen aseman yhteiskunnassa. Ylellisyyslait kestiivät vuoteen 1700 asti. Ne kuitenkin murtuivat hiljalleen, kun luokkarajat ja rikkaudet laajenivat koskemaan alempia yhteiskuntaluokkia. (Franck 1997, 21, 107.)

Yläluokan statuksen merkkejä olivat puvun kalleus, materiaali, koristeet ja vaikeahoitoisuus. Ideana oli osoittaa huomiota herättävästi, että oli varaa tuhjata ja olla palveltavana. Ihmiset pukeutuivat varallisuutensa mukaan, minkä perusteella heitä kohdeltiin. Siinä maailmassa arvo osoitettiin vaatteella. Vaikka nykyään ei ole olemassa virallisesti ylä- ja alaluokkaa, voidaan ihmisiä silti jaotella hyvätuloisiin ja huonotuloisiin. Vielä nykyäänkin vaatteet määrittävät saatavan palvelun laadun monissa paikoissa. Myös lihavuutta ja kokoa on arvostettu ennen. Se, että oli varaa syödä ja maata joutilaana, oli harvinaista. Nykyään taas on harvinaista, että on varaa syödä terveellisesti ja aikaa liikkua. Ylensyömisen vaatevastineena voidaan pitää kerrospukeutumista, kuten suuria huiveja ja muita epäkäytännöllisiä asusteita. Jos sosiaalisen statuksen vertauskuvana oleva vaate kielletään, se merkitsee nöyryytystä ja arvon alentamista. (Franck 1997, 105, 108–109.)

Myös jäljittelemällä ihailemiaan (kuuluisuuden) henkilöitä ihmiset pyrkivät saamaan jotain ihailusta ja arvovallasta itselleen. Lehdet ja kirjat ovat vuosisatoja antaneet vinkkejä, kuinka näytetään rikkaalta ja hienostuneelta

ta. Ne ovat myös neuvoneet, kuinka kopioida ihailtujen henkilöiden tyyliä pieniä yksityiskohtia myöten. (Franck 1997, 58, 105.)

Arvovaltavelvoite ilmenee vaikuttamisena ja yhteiskunnan asettamina velvollisuuksina. Arvovaltaa ovat muun muassa matkustelu ja kalliiden tavaroitten, kuten auton omistaminen. Vaatteissa arvovalta-ajattelu näkyy nykyään tuotemerkeissä ja materiaaleissa. Arvovaltaesine kohottaa omistajansa arvoa tietyn yhteisön sisäpuolella. Esineet kertovat taloudellisesta, yhteiskunnallisesta ja kulturellisesta asemasta. (Franck 1997, 102.) Esiintyminen Louis Vuittonin käsilaukun ja mekon kanssa julkisesti kertoo ihmisen menestymisestä. Oloasu ei niinkään, ellei se ole tunnistettavasti jonkin kalliin, kuuluisan tuotemerkin.

Ihmiset ovat yrittäneet keksiä vaatteita, jotka ovat stressittömiä ja ilman arvovaltavelvoitteita. Nekin ovat kuitenkin jossain vaiheessa muuttuneet osittain kuvastamaan arvovaltaa. Esimerkiksi vapaa-ajanvaatteet ja oloasut jo nimensä puolesta ovat olemiseen suunniteltuja. Kuitenkin esimerkiksi t-paita, joka oli alun perin työläisten aluspaita, on noussut 1960-luvulla muotivaatteeksi. Samoin on käynyt verryttelyasuille ja monille muille tiettyyn käyttötarkoitukseen käytännöllisiksi ajatelluille vaatteille. Vaatteelle annetaan sosiaalisen aseman näyttäjänä korkea arvo. Tämä voi ilmetä tavassa kuinka ihmiset sanovat häpeillen ”entäs jos joku näkee minut tällaisena”. Joku-sana ei viittaa perheeseen tai läheisiin tuttuihin, vaan puolittuviin, joille pitää esitellä omaa asemaansa. (Franck 1997, 102, 104.)

2.4 Koti ja olotrendit

Trendi on muutos tai kehityssuunta eteenpäin. Trendit voivat olla jotain aivan uutta tai toistua sykleittäin joko samanlaisina tai muuttuneina.

Koti on hyvin henkilökohtainen paikka, jonne ei saa tulla kutsumatta. Se jaetaan perheen ja läheisten kanssa. Koti voi kuitenkin olla myös jokin tietty kaupunki, seutu, valtio tai muu paikka, jossa viihtyy ja joka tuntuu omalta. Kodin rajoja ei ole määritelty tarkkaan, vaan ne ovat suhteelliset. Koteja voi olla samalla ihmisellä useita, ja koti on sekä paikka että mielen-tila. Usein lapsuudenkoteja pidetään kotina aikuisenakin, vaikkei siellä enää asuta. Kodiksi voidaan kokea myös esimerkiksi uskonto ja taide.

Koti symboloi turvaa ja rauhaa. Kotiin ja sen tavaroihin on sidottu paljon muistoja, suunnitelmia ja tunteita. Kotona saa rentoutua, olla oma itsensä, ja siellä saa tehdä itselleen tärkeitä asioita. Kodin piirissä ei tarvitse edustaa ja olla työvaatteet päällä. Koti ja kodittomuus vaikuttavat suuresti ihmisen mielenterveyteen. Kodilla ja omalla rauhalla on tärkeä yhteys omaan identiteettiin.

Kotoilu on elämäntapa, jossa sosiaalisen elämän keskipisteenä on koti. Kodista, sen laittamisesta ja perinteisistä kotiaskareista nautitaan. Askareisiin voivat kuulua vaikkapa leipominen, käsityöt, marjastaminen ja säilöminen. Koti on turvapaikka, jossa voi rentoutua ja olla rauhassa. Kotoilija pitää enemmän tutusta ja viihtyisästä illallisesta kotona kuin ravintolassa,

sillä siihen kuuluu itse tekeminen ja yhdessäolo perheen kanssa. (Hakala 2013.)

Kotoilua ei pidä sekoittaa kotona olemiseen, sillä kotoilu on lähtökohtaisesti aktiivista toimintaa. Askartelu, kuten neulominen, virkkaaminen, ompeleminen ja leikekirjojen tekeminen (scrapbooking) ovat esimerkkejä käsitöistä. Itse tekeminen, kierrätys ja ekologisuus kulkevat käsi kädessä. Kodin sisustaminen ja koristelu perustuvat yksilöllisyyteen. Tahdotaan joltain omaa kaunista, joka on mahdollisuuksien mukaan itse tehtyä ja kuvastaa asujaa. Leipominen ja ruuan laitto yhdessä on hauskaa ja hyödyllistä. Se on vastaisku nykyisille valmisruuille ja lisäaineille. Kun ostaa ekologista ruokaa ja laittaa sen alusta asti itse, tietää tarkalleen mitä syö. Marjastaminen ja sienestäminen, ruuan kerääminen luonnosta, seuraa samaa ideologiaa. Kotoilu on myös hyvin sosiaalista tekemistä, ja sen ympärille on perustettu paljon blogeja ja kuvia askarteluista jaetaan laajasti. (Hakala 2013.)

TNS Gallupin vuoden 2013 Suomi ja suomalaiset -tutkimuksen mukaan koti ja minäminä ovat nousevia trendejä. Tutkimus kartoittaa suomalaisten asenteita siitä, mihin suuntaan ollaan matkalla. Tuloksissa koti, kotiin panostaminen ja yksilöllisyys ovat pinnalla kaikissa ikäryhmissä. Joka viides suomalainen on kotoilija. Nuorista naisista kotoilijoita on kolmannes. Kotoiluun liittyvä luovuuden suosio on myös osa minäminä-ajattelua. Yhä suurempi osa suomalaisista tahtoo valita normien sijaan oman näköisensä ratkaisun. (talouselama.fi 2013.)

Myös Hyvinkään asuntomessuilla vuonna 2013 yksi suurista trendeistä oli kotoilu. Messujen teemana ovat arjen nautinnot ja vapaa-ajan viettäminen kodin piirissä eri tavoin. Trendi näkyy käytännöllisyydessä ja toimivuuden korostamisessa. Talot on suunniteltu perheiden harrastusten ja yhteisen ajan viettämisen ympärille. Osaan taloista käsityötä rakastavat asukkaat ovat tehneet muun muassa tyynynpäällisiä ja mattoja. (ts.fi 2013.)

Slow-liike, slow-ajattelu ja hidas eläminen kehottaa elämään hitaammin ja nauttimaan hetkestä. Nykykulttuurissa nopeus, aikataulut ja kiire ovat hyviä asioita. Liiallinen kiire kuitenkin vaikuttaa elämänlaatuun; työhön, terveyteen ja ihmissuhteisiin. Kun työ vie suuren osan ajasta, ei jää vapaa-aikaa. Vapaa-aikaan kuuluvat muun muassa ystävien tapaaminen, harrastukset, ilta-ateria ja rentoutuminen. Liiallinen kiire myös syö muistoja, kun aivot siirtyvät asiasta toiseen nopeasti, eivätkä eletyt hetket jää mieleen. Slow-liikkeen puolestapuhuja Carl Honoré sanoo: ”Slow-ajattelussa ei pyritä tekemään kaikkea hitaasti, vaan sopivalla nopeudella: joskus nopeasti, joskus hitaasti, ja joskus taas on hyvä olla tekemättä yhtään mitään.” (Ylen arkisto 2013.)

Käsitöissä kiteytyy slow-liikkeen sanoma. Esimerkiksi neulominen on hidasta käsin tekemistä eikä sitä voi nappia painamalla nopeuttaa. Nautinto on tekemisessä eikä valmiissa lopputuloksessa. (Ylen arkisto 2013.)

Kotoilu ja slow-trendit ovat nousseet viime vuosina vastapainoksi juuri kiireelle ja ahdistukselle. Molemmat trendit korostavat hetkessä elämistä

ja tekemisestä nauttimista. Kotoilu voidaan nähdä myös vastauksena mas-
satuotannolle. Itsensä ilmaisu on tärkeää ja tarjoaa monia mahdollisuuksia.
Trendien nousu voi myös liittyä epävarmaan taloudelliseen tilanteeseen,
sillä vuoden 2008 laskusuhdanne taloudessa on vaikuttanut Suomeenkin.
Koska isojen sijoitusten tekeminen ei ole ajankohtaista, kotoilu ja muut
kotiin liittyvät pienen rahan harrastukset ovat nostaneet suosiotaan. (Haka-
la 2013.)

3 KOHDERYHMÄ

3.1 Kysely

Kohderyhmää hain kaikille avoimen internetissä julkaistun kyselyn avulla. Tein kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta ja yritin saada mahdollisimman paljon aineistoa aiheesta. Kyselyn avulla pystyin tekemään johtopäätöksiä ja kartoittamaan kohderyhmää oloasumallistolle. Kyselyn mahdollisia ongelmakohtia olivat pelko vastausten vähyydestä, kysymysten harhaanjohtava asettelu tai vastausten epätodenmukaisuus. Myös otanta saattoi muodostua vääristyneeksi, jos vain tietty ikäryhmä tai muulla lailla samankaltainen ryhmä vastasi kyselyyn.

3.1.1 Kyselyn toteutus

Toteutin kyselyn Googlen Google Driven kautta. Kyselyitä voi luoda ja jakaa monen muun ilmaisen (kuten SurveyMonkey) tai maksullisen (Webropol) palvelun välityksellä. Googlen palvelu on monipuolinen, ja omiin dokumentteihin pääsee käsiksi miltä koneelta vain. Sen kautta voi luoda erilaisia jaettavia dokumentteja, kyselyitä, taulukoita, piirroksia tai esityksiä. En ollut aiemmin käyttänyt kyseistä palvelua, mutta pienien alkuvaikeuksien jälkeen se osoittautui erittäin muokattavaksi ja toimivaksi.

Kysymyksiä saa luoda niin paljon kuin haluaa, ja niistä voi tehdä avoimia tai monivalintakysymyksiä. Kyselyn voi julkaista missä vaiheessa tahansa jakamalla sille automaattisesti muodostettu linkki ja sallimalla vastaukset. Kyselyä voi myös yhä muokata julkaisemisen jälkeen rikkomatta sitä. Vastaukset ja niiden lukumäärä päivittyvät reaaliajassa kyselyn hallintasiivulla. Tuloksien yhteenvetoa voi tarkastella koska tahansa, samoin taulukkoa, johon tulokset on kirjattu erikseen. Tulokset ovat täysin nimettömiä, eikä niissä näy, minkä sivun kautta vastaaja on päätenyt kyselyyn.

Kyselyssäni oli yhteensä 28 kysymystä, joista 22 oli monivalintakysymyksiä ja 6 avoimia. Pyrkimykseni oli luoda kysely, johon on helppo ja nopea vastata, jotta mahdollisimman moni suorittaisi sen loppuun asti turhautumatta. En määritellyt yhtään kysymystä pakolliseksi, joten jos vastaaja tahtoi, hän saattoi olla vastaamatta liian vaikean tuntuisiin kohtiin. Monessa monivalintakysymyksessä oli kohta ”other”, eli ”joku muu”, johon sai täyttää oman vastauksen, mutta se ei ollut pakollista. Vältin myös liian paljon pohdintaa vaativia avoimia kysymyksiä. Suuntasin kyselyn ihan kaikille suomalaisille, tavallisille kuluttajille, tavallisilla kysymyksillä.

Julkaisin kyselyni 8.6.2013 ja suljin sen 4.8.2013, jolloin vastausaika jäi lähes kaksi kuukautta. En tahtonut kiirehtiä vastausten keräämisessä, koska pidemmällä aikavälillä useampi erilainen ihminen ehtii vastata rauhasa. Julkaisin kyselyn ensimmäiseksi omalla Facebook-sivullani testatakseen sen toimivuutta, ennen kuin aloin jakaa sitä muualle. Julkaisun jälkeisenä päivänä muokkasinkin kyselyyn kaksi kysymystä, jotka eivät siinä alun perin olleet, mutta jotka tuntuivat tärkeiltä (oloasun hinnasta ja oloasubrändeistä). Näihin kysymyksiin ei sen takia tullut aivan yhtä paljon vas-

tauksia kuin niihin, jotka olivat kyselyssä mukana heti alussa. Lähetin linkin oloasukyselyyni muotoilun koulutusohjelman sähköpostilistalla oleville. Käsitykseni mukaan kysely oli julkaistu myös jollakin nettifoorumilla ja se oli kiertänyt tuttujen työpaikoilla sähköpostin välityksellä. Pyysin viesteissäni jakamaan kyselyn linkkiä eteenpäin, jos vain mahdollista, joten en tiedä minne ja miten moneen paikkaan se lopulta päätyi.

Kyselyssä kysyin perustietoina ikää ja sukupuolta. Johdattelin kyselyn vastaajaa vastaamaan ensin kysymykseen, käyttääkö hän samaa asua töissä ja kotona, ja mikä on hänen oma määritelmänsä oloasusta. Tämän jälkeen pyysin tarkennuksia; mitä hän käyttää oloasunaan, mistä materiaaleista, millaisista tyyleistä, väreistä ja kuvioista hän pitää. Kyselyn lopussa kysyn vielä oloasusta ja ulos lähtemisestä, oloasun hinnasta ja lahjaksi saamisesta, oloasubrändeistä ja kotoilusta.

Valitsemillani kysymyksillä yritin saada tietoa suomalaisten oloasumieltymyksistä, ajatuksista ja oloasukäsitteen tulkinnasta. Pyrin hahmottamaan oloasun tarvetta ja tämänhetkistä tarjontaa. Tarkemmat kysymykset kuviointi-, tyyli- ja värimieltymyksistä auttavat minua hakemaan suuntaa malliston suunnittelun kanssa.

Pyrkimyksenäni oli kyselyn tuloksien avulla kartoittaa kohderyhmä mallistolleni ja sovittaasitä ja nykyisiä trendejä yhteen. Kysymykset ja tulokset löytyvät liitteistä ja yhteenveto seuraavasta kappaleesta.

3.1.2 Tulokset

Eniten vastauksia tuli heti kyselyn julkaisemisen jälkeen. Yhteensä vastauksia sain 85. Olin yllättynyt vastausten määrästä ottaen huomioon, että kysely oli auki kesän aikaan, jolloin ihmiset ovat lomilla ja viettävät vähemmän aikaa tietokoneen ääressä. Oletuksena myös oli, että oloasujen sesonkiaika on talvi ja etenkin joulukuusi, joten niitä ei ehkä jakseta tai osata pohtia juuri nyt. Kuitenkin vastauksien yhteenvedon perusteella näyttää siltä, että oloasut herättävät tunteita, puolesta tai vastaan, mutta jokaisella on niihin jonkinlainen mielipide ja tunneside.

Vastaajista 94 % oli naisia ja 6 % miehiä. Ikähaarukka vaihteli laajasti, suurimman osan ollessa 21–25-vuotiaita (54 %), 26–30-vuotiaita (18 %) ja yli 50-vuotiaita (13 %). 68 % sanoo, että ei käytä kotona samoja vaatteita kuin töissä tai ulkona.

Opinnäytetyöni aiheena on naisten oloasumalliston suunnittelu, mutta otan huomioon myös vastaukset, jotka ovat tulleet miehiltä, sillä niitä oli prosentuaalisesti vähän, ja oloasu on molemmille sukupuolille hyvin samantapainen, ja siihen liittyvä emotionaalinen suhtautuminen samanlaista. Vaikka 32 % sanoo käyttävänsä töissä samoja vaatteita kuin kotona, otan vastaukset huomioon. Kysymys on kyselyn alussa johdattelemassa tuleviin kysymyksiin, ja vaikka vastaajat eivät juuri nyt jaa tietoisesti vaatteita työ- ja kotivaatteisiin, sitä voi tehdä tiedostamatta ja heilläkin on toiveita oloasuille.

Pyysin vastaajia kertomaan oman määritelmänsä oloasulle, apukysymyksenä ”mikä erottaa työvaatteesi kotivaatteistasi?” Eniten toistuivat sanat rento, mukava, lämmin, kulahtanut, kevyt, löysä. ”Oloasu ei kiristä, vaikka löhöisit missä asennossa hyvänsä.” Työvaatteista sanottiin, että ne ovat uniformun tyyllisiä, asiallisia, uskottavia, siistejä, edustavia ja käytännöllisiä työhön nähden. Työasuissa ulkonäkö saa mennä mukavuuden edelle, mutta ei oloasussa. ”[Oloasussa] voi istua, maata, jumpata, käydä vaikka kävelylenkillä. Se on kuitenkin niin rento, muodoton ja ruma, ettei siitä ole työpaikalle tai kouluun.”

Vastauksia edelliseen kysymykseen sain lähes kolme sivua, ja muutamaa lukuun ottamatta niissä toistettiin mukavuutta, kiristämättömyyttä ja helpohoitaisuutta. Tämä sai pohtimaan, ovatko työvaatteet erityisen epämukavia, ja pitäisikö niistä pikemminkin tehdä mukavampia verrattuna kadulle kelpaavan oloasun suunnitteluun. Kyselyn viimeisessä avonaisessa kysymyksessä aivan viimeinen vastaus kysyykin: ”Miksi oloasussa pitäisi viihtyä myös kodin ulkopuolella? Vai kaipaavatko markkinat yksinkertaisesti mukavampia ja helppokäyttöisempiä vaatteita?”

Oloasun ulkonäöllä on väliä 39 %:lle vastaajista ja ei ole väliä 16 %:lle vastaajista. Suurimmalle osalle, 45 %, ulkonäöllä on väliä vähän.

Monivalintakysymykseen, jossa pyydettiin kertomaan, mitä käyttää oloasuina, vastaukset jakautuivat tasaisesti muutaman suosikin välillä. Kysymyksessä sai valita useamman vaihtoehdon. T-paitaa käytti oloasuna 17 %, vanhoja, liian isoja tai liian pieniä vaatteita 12 %, verkkareita 12 % ja huppareita 11 %. 9 % käyttää pyjamaa, alusvaatteita tai sortseja. Vähiten ääniä saivat aamutakki 4 %, haalari (onepiece) 3 % ja yöpaituli 5 %.

Monivalintakysymykseen ominaisuuksista, joita arvostaa eniten oloasuissa, sai jälleen valita useamman vaihtoehdon. Suosituimmiksi ominaisuuksiksi nousivat joustava (15 %) ja helppo pukea (14 %). Väljä (11 %), kevyt (10 %) ja lämmin (9 %) olivat seuraavia ja heikoimmin vastauksia saivat kiva väri/kuvio (5 %).

Kysymykseen tyylistä, mistä erityisesti pidät oloasuissa, eniten vastauksia sai kohta ”other” (28 %). Vastauksia olivat mm. rento, ei väliä, kaikki, riippuen täysin mielialasta, ei erityistä tyyliä vain löysiä vaatteita, yksinkertainen, hieman ylellinen, en osaa sanoa, minimalistinen, välinpitämätön. Valmiista vastausvaihtoehdoista suosituin oli urheilullinen (20 %) ja söpö (16 %). Seuraavaksi pidetyimmät olivat hauska (13 %), naisellinen (11 %). Ääniä eivät juurikaan saaneet vaihtoehdot seksikäs, retro, moderni ja synkistelevä.

Materiaalit ja kangaslaadut, joista vastaajat pitivät eniten olivat college (25 %), trikoo (24 %) ja ohut puuvillakangas (18 %). Kysymyksessä vastausvaihtoehdot ovat sekaisin erilaisia materiaaleja (kuten silkki, pellava) ja kangaslaatuja (kuten trikoo, college), koska tietyt sanat ovat vakiintuneet kuvaamaan tiettyä kangasta puhekielessä ja näin ollen kysymys on helpommin hahmotettavissa. Seuraavaksi suosituimmat vaihtoehdot olivat

neule (10 %), fleece (7 %) ja flanelli (6 %). Pohjalle muutaman prosentin äänillä jäivät velour, pellava, silkki ja ”other” (sifonki, villa).

Värimaailmaan liittyvästä monivalintakysymyksestä eniten vastauksia saivat vaihtoehdot neutraali (30 %) ja tumma (30 %). Lähes puolet vastaajista, 46 %, pitää oloasuista yksivärisinä. Yksivärisistä, joissa on esimerkiksi printtikuvio, pitää 35 %. Vain 18 % pitää monivärisistä, esimerkiksi pilkullisista, raidallisista, muuten kokoprintillisistä kankaista. Kuitenkin seuraavassa kysymyksessä 65 % vastaajista pitää printeistä, brodeerauksista, teksteistä ja muista kuvioista oloasuissa.

Melko tasan menevät vastaukset abstraktien (26 %) ja esittävien (29 %) kuvioiden välillä. 22 % vastaa yhä, ettei pidä kuvioinneista, ja 7 % pitää teksteistä ja kokonaiset 16 % ovat valinneet vastausvaihtoehdon ”other” ja lisänneet oman vastauksensa (pitsimäisyys, kuvioinnit ovat toissijaisia, kaikki käy, ei lapselliset).

Yksittäisistä kuvioista oloasuissa pitää 45 % ja koko asun peittävästä 23 %. 19 % ei pidä kuvioinneista ja 13 % on valinnut vaihtoehdon ”other” (huomio pois ongelmakohtista, enintään haaleita ruutuja tai raitoja, kaikki käy, alaosa yksivärinen ja yläosassa jotain yksityiskohtia, riippuu vaatteesta ja kuvioista). Kuviointien koon puolesta vastaukset jakautuvat melko tasan. Pienistä kuvioista pitää 30 % ja suurista 34 %. 17 % ei pidä kuvioista ja 16 % on vastannut ”other” vastausten ollessa sopusuhteisista, ei väliä, molemista.

Oloasun toivotaan muodostuvan ylivoimaisesti kahdesta yksittäisestä vaatekappaleesta (75 %). Vastaajista vain 13 % haluaisi kolme yksittäistä vaatekappaletta ja 10 % yhden.

Vastaajista 89 % ostaa oloasunsa itse ja vain 11 % saa niitä lahjaksi. Tämä oli hieman yllättävä tulos, sillä oletuksena oli, että oloasut ovat lahjoina ja hellittelytuotteina hyvin suosittuja. 89 % myös haluaa ennemmin valita oloasunsa itse verrattuna lahjaksi saamiseen. Vastaajista vain 14 % antaa muille lahjoiksi oloasuja.

Ne vastaajat, jotka antavat muille lahjaksi oloasuja, valitsevat asun saajan persoonan ja tyylin mukaan, ”mahdollisimman samankaltaisen kuin lahjan saaja muutenkin käyttää”. Tärkeäksi nousee myös sesonki, tarve ja käytännöllisyys.

Juuri itseä miellyttävästä, ns. ”täydellisestä” oloasusta oltaisiin valmiita maksamaan 31–60 € (43 %), 10–30 € (25 %) ja 61–100 € (18 %). 10 % vastaajista maksaisi täydellisestä oloasusta alle 10 € ja 3 % 101–150 €. Tulokset käyvät yhteen aiemman kysymyksen kanssa, mitä ihmiset käyttävät oloasuina. Muun muassa vanhat, liian isot tai liian pienet vaatteet 12 % osuudella olivat kärjessä.

Suurimman osan mielestä vuodenaajoista talvi (77 %) on ajankohtaisinta aikaa oloasuille, mutta myös syksy (12 %) ja kesä (11 %) saivat kannatusta. Avoimeen kysymykseen tullut vastaus selitti: ”Mielestäni oloasut kuu-

luvut joka vuodenaikaan, mutta laitoin nyt tuonne ”kesä”, koska kesällä on kaikkein tukalinta viettää vapaa-aikaa ahtaissa työvaatteissa.”

Monivalintakysymykseen oloasu yllä ulos lähtemisestä suurin osa vastasi lähtevänsä pihapiirin alueelle (42 %). Lähikauppaan lähtisi 24 %, kun taas täysin päinvastaisesti 21 % ei lähtisi ulos oloasussa ollenkaan. Korttelin ympäri kiertäisi 8 % ja keskustaan, julkisille paikoille asti 5 %.

Vastaajat, jotka lähtevät oloasu yllä ulos, lisäisivät asuun yleisimmin vain kengät ja takin. Monet mainitsevat, että pitkää takkia käytettäessä kukaan ei näe, mitä alta löytyy. Asuun lisätään helposti myös huppari tai muu pitkähihainen, rintaliivit, huivi, hattu, koruja ja kohennetaan ulkonäköä meikkaamalla ja laittamalla hiuksia.

Ne vastaajat, jotka eivät lähde ulos oloasussa, perustelevat oloasunsa olevan joko liian paljastava, ei tarpeeksi siisti, tarkoitukseen vääränlainen (”en mene juoksulenkilläkään farkuissa”), liian nolo, tyyliön, liian kylmä, kulunut ja huonosti istuva. Kauhistuneita kommentteja oloasu päällä ulos lähtemisestä olivat esimerkiksi: ”Eihän se silloin ole oloasu!” ja ”Oloasu menettää merkityksensä jos sillä voi liikkua ulkona.”

Osa sanoo, että ei ole olemassa oloasua, joka päällä he lähtisivät ulos. Osa taas saattaisi lähteä, jos oloasu olisi vaikka pellavamekko, tai jos materiaali olisi tukevampaa kuin trikoo. Ulos voitaisiin lähteä myös vaatteissa, jotka eivät ole liian isoja, eivät näytä yöpaidoilta ja ovat urheilullisia. Joku sanoo, että samoja toppeja voi kyllä käyttää sisällä ja ulkona, mutta siistimpiä tulee silti säästelyä turhulta kulumiselta ja pesemiseltä. Monen viestin rivien välistä voi lukea perusajatuksen ”voisin lähteä, jos asusta ei huomaa, että se on oloasu.”

Vastaukset avoimeen kysymykseen oloasubrändeistä olivat hieman hämmentyneitä. Moni myönsi, ettei tunne niitä tai mitään ei tule mieleen. Monen merkin maininnan yhteydessä oleva palaute oli negatiivista: ”Nanso, jotenkin jämähtänyt yöpuvun näköisiin kuvioihin”, ”Juicy Couture, aivan kamala”, ”Marimekon raitapyjamat ym. aika nähtyjä tapauksia, printtimaailma on loputon, miksi jämähdetään samoihin raitoihin?”, ”Onepiece = nolo aikuisten potkupuku”. Malleja ja mitoitusta tahdottaisiin nykyaikais-taa, ja haalarit koetaan hankalina oikeaan käyttöön.

Nimeltä mainittiin Juicy Couture (kolme kertaa), Nanso (neljä kertaa), Finnwear (kerran), Marimekko (kerran), Filippa K Soft Sport (kerran), Odd Molly (kerran), Liz Lisa (kerran), Jesus Diamante (kerran), Jumpin (kaksi kertaa), Onepiece (kuusi kertaa). Eräs vastaaja myös tunnusti, että Onepiecedin tuli mieleen vain, koska se oli aiemmin mainittu monivalintakysymyksessä. Crocsit mainittiin oloasukenkinä kaksi kertaa.

Kotoilu/homing tai slow life -ajattelun tai elämäntavan omakseen koki 61 % vastaajista.

Kyselyn loppuun jätin avoimen kysymyksen, johon sai kirjoittaa mielessä heränneitä ajatuksia tai muuta lisättävää. Kommenteissa oloasua verrattiin

aikuisten lohturiepuun ja sanottiin, että parhaillaan kotivaatteisiin vaihtaminen toimii irtaantumisrituaalina työ- ja kouluhuolista. Hyväksi oloasuksi luonnehdittiin sellaista, jonka hihojen ja lahkeiden pituus olisi muokattavissa, ja se päällä kehtaisi avata oven, jos tulee yllätysvieraita. Myös keveyttä arvostettiin, sillä ei ole mukavaa, jos tuntuu, että päällä roikkuu jokin painavaa, tai hupparin huppu vetää vaatetta vinoon. Moniosainen oloasu mahdollistaisi lämpimän pukeutumisen kylmällä, ja vaatteita voisi yhdistellä muiden vaatteiden kanssa.

Se, että ei tunneta tai osata yhdistää oloasubrändeiksi mm. suomalaista Nansoa, johtuu todennäköisesti vain siitä, että kyselyyn vastaajat eivät ole ajatelleet oloasua varsinaisena asuna tai huomanneet, että koti- ja työvaatteet jakautuvat erikseen. 10 % vastaajista maksaisi täydellisestä oloasusta korkeintaan 10 € ja 12 % vastaajista käyttää oloasuina vanhoja vaatteita. Seuraava kommentti kiteyttää asian: ”En oikeastaan ikinä ole ostanut mitään vaatekappaletta oloasuksi. Vanhat yövaatteet tai liian isot t-paidat vain ajautuvat olovaatteiksi. Mutta tämä kysely herätti kyllä mietteen siitä, pitäisiköhän sitä joskus hankkia oloasu erikseen. En vain tunne, että sellaiseen raaskisin pistää rahaa.”

Kyselyn kysymykset ja tulokset löytyvät liitteistä.

3.2 Yhteenveto

Opinnäytetyöhön suorittamani kyselyn tuloksista olen tehnyt yhteenvedon lähtökohdista, joita aion hyödyntää malliston suunnitteluprosessissa.

Kohderyhmäni on suomalainen 21–30-vuotias nainen, joka ei tahdo oloasun näyttävän oloasulta. Koska kohderyhmä ei saa lahjaksi oloasuja ja mieluummin valitsee ne itse, pidän kohderyhmää myös asiakasryhmänä. Oloasun ulkonäöllä on väliä, mutta jos ulkonäköseikka vaarantaa mukavuuden, se ei välttämättä ole sen arvoista. Kohderyhmän hintakatto asulle on 60 €, eikä tuotemerkillä ole väliä. Kohderyhmä arvostaa kotoilua ja slow life -liikettä muttei välttämättä tuo sitä esille.

Kohderyhmä toivoo, että oloasu muodostuisi kahdesta osasta. He pitävät collegesta, trikoosta ja puuvillasta, ja etenkin talvella lämmittävälle oloasulle löytyy käyttöä. Muita arvostettuja ominaisuuksia ovat keveys, joustavuus, väljyys ja helppopukeisuus. Kohderyhmä ei pidä liian levottomista väreistä tai kuvioista, mutta yksittäiset printit, joiden kuvio ja koko voi olla lähes mikä vain, ovat toivottavia.

Oloasun tyylillä ei ole väliä, ja se valitaan mielentilan ja sattuman mukaan. Silläkään ei ole väliä, onko oloasu trendikäs vai ei, sillä kohderyhmä viihtyy pääosin se päällä kotipiirissä. Kohderyhmä kuitenkin tahtoo välillä lähteä lähikauppaan ostamaan maitoa ja avata oven yllätysvieraille vaatteita vaihtamatta.

4 SUUNNITTELUPROSESSI

Suunnitteluprosessi koostuu monesta eri osa-alueesta, jotka kaikki ovat tärkeitä ja vaikuttavat toisiinsa. Näitä osa-alueita ovat muun muassa kohderyhmä, käyttötarkoitus ja tarve suunniteltavalle tuotteelle, hintataso, jakelukanavat, julkaisun ajankohta, tuotteen markkinointi ja tuotemerkin ja suunnittelijan imago ja tunnettuus.

Suunnittelussa ideoidaan ja sekoitetaan erilaisia tuttuja elementtejä uusilla tavoilla, jolloin niistä syntyy mielenkiintoisia ennen näkemättömiä yhdistelmiä ja tuotteita. Vaatealan perussuunnitteluelementtejä ovat mm. siluetti, linja, tekstuuri ja somisteet. Elementtejä voidaan toistaa tai rytmittää. Niillä voidaan myös luoda kontrasteja tai tasapainoisuutta tai leikkiä mitasuhteilla. Elementtejä voi luoda itse kankaasta esimerkiksi laskostamalla, ne voivat olla osa kangasta, kuten printtikuviointi, tai lisättyjä somisteita, kuten pitsiä. Elementit ja niiden kontrolloiminen on osa hyvää suunnittelua. (Jones 2005.)

Malliston suunnittelu ei ole vain yhden mallin tai monen hyvin erilaisen idean yhteen tuomista. Mallisto on tiivis kokonaisuus erilaisia vaatekappaleita, kuten yläosia, housuja ja hameita, joita on helppo yhdistellä keskenään ja jonka mallit, materiaalit ja inspiraatio kuuluvat samaan muotokieleeseen. Osien on kuitenkin toimittava myös yksinään ilman muun malliston tukea. (Gehlhar 2008.)

Malliston editointi on yksi tärkeimpiä ja vaikeimpia työvaiheita. Mallistosta editoidaan luonnosteluvaiheessa, työstövaiheessa ja vielä protovaiheessa, jolloin prototyypit ennen lopullisten tuotteiden valmistusta ovat saapuneet. Päämääränä on jättää mallistoon vain tasapainoinen, vahvimpien tuotteiden kokonaisuus. Tuotteiden on näytettävä hyvältä päällä ja henkärissa, jotta ne olisivat houkuttelevia kaupassa. Malliston inspiraatio ja tarina on tärkeä, sillä se kiehtoo ja houkuttaa ja tietenkin helpottaa malliston markkinointia mielikuvilla. Vaikka mallistossa tulisi olla vaihtelevasti yhdisteltäviä osia, kaikkea ei kuitenkaan kannata tarjota, vaan muistaa sopiva kokonaisuus. (Gehlhar 2008.)

Opinnäytetyötäni ei ole tehty yhteistyössä yrityksen kanssa, joten suunnittelemani naisten oloasumallisto on täysin kuvitteellinen, eikä sitä tulla valmistamaan tai markkinoimaan. Koska en hyödynnä valmista tuotemerkkiä tai ylempää tulevia mahdollisia toiveita, suunnittelen malliston käyttäen kohderyhmää ja toiveita, joita sain suorittamastani tutkimuksesta, kyselystä ja trendipalvelu Mpdclickistä. Oloasumallistoni kohderyhmä on 21–30-vuotiaat naiset, jotka haluaisivat oloasuja, jotka eivät näytä oloasuilta. Suunnittelen malliston sesonkiin syksy–talvi 2014–2015, koska oloasut ovat talvella hyvin keskeisiä ja myisivät silloin parhaiten. Tarve mallistolle on suurelta osin visuaalinen. Kokonainen yhteenveto kohderyhmästäni löytyy edellisestä kappaleesta.

Olen edennyt malliston suunnitteluprosessissa ensin havaitsemalla tarpeen ja sitten hakemalla tietoa aiheesta ja tekemällä tutkimusta. Sitten aloitin inspiraation keräämisen ja luonnostelun. Inspiraatiota hain muuttuvasta

luonnosta ympärillä, internetistä, lehdistä ja kirjoista. Luonnosteluvaiheen jälkeen valitsin parhaimmat ideat ja työstin ne mallistoksi asti.

4.1 Trendit ja niiden ennustus

Trendi on muutos tai kehityssuunta eteenpäin. Trendit voivat olla jotain aivan uutta tai toistua sykleittäin joko samanlaisina tai muuttuneina. Yleensä trendit eivät vaihdu kovin äkkijyrkästi, vaan ne liukuvat eteenpäin.

Muoti on jollekin ajalle ominainen tyyli tai tapa. Trendit muodissa viittaavat tuotteiden ulkonäköön ja valmistukseen, jotka vaihtelevat sesongeittain. Tuotteen väri, kangas, printti, siluetti, yksityiskohta ja koriste ovat ominaisuuksia, jotka voivat muuttua ja heijastella trendiä. Yksikin ominaisuus voi olla vahva trendisuuntaus sellaisenaan. Sama trendisuuntaus voi vaihdella sen mukaan, mitä yritys valmistaa ja millaiselle kohderyhmälle. Trendien kesto vaihtelee suuresti, ja jokin trendisuuntaus tai suuntauksen osa voi jatkua läpi usean sesongin. Samaa trendiä hyödynnetään erilaisin variaatioin niin kauan, kunnes se on loppuun kulutettu kaikin mahdollisin tavoin. (Bruce 2007, 170–171.)

Mikrotrendit, trendien sisällä liikkuvat pienemmät trendit, voivat esiintyä esimerkiksi vain tietyn alueen tai ryhmän sisällä. Vaikka ne voivat olla huomaamattomia, ne voivat myös vahvistaa suuria trendisuuntauksia.

Sesonki on ajanjakso, jolloin tuotteita myydään. Eri yrityksillä sesongit vaihtelevat erikoistumisen mukaan. Perinteisesti kaksi suurinta ja selkeimmin jaoteltua pääsesonkia ovat syksy/talvi ja kevät/kesä. Ne ovat syntyneet alun perin kuluttajien tarpeen ympärille sään mukaan. Nykyään monet muut tekijät kuin sää muokkaavat tuotteita ja niiden sesonkeja. Useat sesonkiin sidotut tuotteet, kuten uima-asut, ovat saatavilla läpi vuoden. Välisesongit ovatkin nykyään tärkeämpiä kuin pääsesongit, sillä ne pyrkivät tarjoamaan kuluttajille läpi vuoden ajankohtaisia tuotteita. Välisesonkeja on useita, esimerkiksi juhla- ja joulusesonki marraskuussa, joulusesonki joulukuussa, kevääseen siirtyminen joulutammikuussa sekä alennus- ja tammisesonki tammikuussa. (Bruce 2007, 171–172.)

Suunnitteluvaiheessa on tärkeää huomioida ympäristö ja muuttuvat trendit. Trendejä pyritään ennustamaan eteenpäin, jotta kauppoihin saataisiin juuri oikealla hetkellä oikeanlaiset tuotteet. Vaikka mallisto tai tuotteet eivät perustuisikaan trendeihin, ostajat ja kuluttajat kyllä seuraavat niitä. Trendien mukaileminen ja niiden lähestyminen omasta näkökannasta pitäen tuotemerkki tai tuotteen kohderyhmä mielessä, on tärkeää. Tuotteen julkaisemisen ajankohta on kaikki kaikessa. (Gehlhar 2008, 63.)

Trendiennusteet tarjoavat suunnittelijoille objektiivista tietoa tulevista muutoksista. Trendiennustajat tutkivat ja analysoivat muuttuvaa sosiaalista, ekonomista, kulttuurista ja poliittista tilannetta, jotka vaikuttavat muotiin. Coco Chanel on sanonut, että muoti ei elä pelkästään leningeissä, vaan ilmassa, tuuli liikuttelee sitä, ja sen voi tuntea tulevan, sitä voi hen-

gittää, ja se on riippuvainen ideoista, tavoista ja tapahtumista. (Bruce 2007, 176.)

Ennustajat alkavat tunnustella tulevia trendejä jopa 18–20 kuukautta ennen sesonkia. Ennusteita tehdään pitkälle ja lyhyelle aikavälille, ja pitemmän aikavälin ennusteet selkeytyvät mitä lähemmäksi sesonkia tullaan. Eri alan specialistit kokoontuvat keskustelemaan sesongin väreistä ja kiertävät messuja, joissa on kangas- ja lankanäytteitä. Trendit elämäntavassa, asenteissa ja kulttuurissa, etenkin musiikissa, taiteessa, arkkitehtuurissa, urheilussa, elokuvissa ja televisiossa, ovat tärkeitä ennusmerkkejä kuluttajien vaihtuvista mieltymyksistä. Kukaan ei kuitenkaan voi tietää, onko ennustettu trendi ajankohtaan sopiva ja onko niiden pohjalta suunniteltu mallisto myyvä. Trendit liikkuvat nopeasti ja ottavat helposti vaikutuksia ympäriltään, joten niitä on vaikea ennustaa. (Bruce 2007, 176.)

4.1.1 Mpdclick ja trendiennustesivustot

Mpdclick on englanninkielinen trendipalvelu, jonka sisältö on pääsääntöisesti internetissä osoitteessa www.mpdclick.com. Palvelua voi tarkastella pintapuolisesti ilmaiseksi, mutta saadakseen koko palvelun sisällön käyttöönsä on kirjauduttava sisälle hyväksytyillä tunnuksilla. Hämeen ammattikorkeakoulu on ostanut muotoilun opiskelijoille käyttöoikeuden Mpdclickin sisältöön.

Mpdclick on internetversio Mudpien trendiennustepalvelusta, joka on toiminut jo 21 vuotta. Palvelua päivitetään päivittäin. Mpdclickistä löytyy eri kategorioiden alta tietoa muotinäytöksistä, messuista, trendeistä, taloudesta, jälleenmyynnistä ja ”suunnittelijan tietopankki”, josta löytyy valmiita printtejä, tasokuvia ja grafiikoita vapaaseen käyttöön. Mudpie julkaisee myös perinteisiä trendiennustekirjoja. Olin tutustunut palveluun hieman aiemmin, mutta en ollut varsinaisesti hyödyntänyt sitä suunnitteluprosessissani.

Internetistä löytää myös muita vastaavanlaisia sivustoja, sekä maksullisia että ilmaisia. Niissä voi yleensä selata uutisia, trendejä, muotinäytöksiä, asusteita ja ihmisten tyylejä. Ne ovat kuitenkin yleensä painottuneita siihen, mitä juuri nyt on meneillään, eivätkä pitkälle tulevaisuuden ennustuksiin tai syvällisimpiin analyyseihin. Tällaisia sivuja ovat muun muassa style.com tai fashionising.com. Monilla muotiin keskittyvillä naistenlehdillä on myös omat nettisivunsa, joilla he jakavat muotiuutisia ja -näytösraportteja. Näitä ovat mm. englanninkielinen *Elle* ja *Glamour*. Suomenkielisillä trendilehdillä on tapana tulla hieman perässä uusien ideoiden kanssa, ja monet lehdet sisältävät artikkeleita, jotka on käännetty alun perin englanninkielisistä artikkeleista suomeksi. Muita Mpdclickin kaltaisia sivustoja ovat muun muassa trendstop.com, stylesight.com, premierevision.com ja trendzine.net. Tunnettuja trendiennusteyrityksiä ovat esimerkiksi *Promostyl*, *WGSN*, *Fashion scout*, *Sacha Pacha*, *Peclers* ja *Trend Union*.

Uusimpia trendejä voi yrittää kalastella muiltakin kuin varsinaisilta trendisivustoilta. Muun muassa lookbook.nu, pinterest.com, tumblr.com, sekä

lukuisat muotiblogit pitävät tästä huolen. Suuret huutokauppasivustot ja muut myyntisivustot usein myyvät juuri sitä, mitä sillä hetkellä ostetaan. Näitä ovat esimerkiksi englanninkielinen ebay.com ja kiinalainen taobao.com. Sivustojen kautta on syntynyt ihan omia ”nettitredejä”, jotka elävät aikansa netin ihmemaailmassa näkymättä ikinä suurien nimien mallistoissa, tai nimiä jotka siirtyvät kauden tai parin päästä näytöslavoille.

4.1.2 Syksy–talvi 2014–2015 trendiennuste

Hyödynnän suunnitteluprosessissani Mpdclickistä haettua sesongin syksy–talvi 2014–2015 trendiennustetta. Valitsin kyseisen sesongin ja ennusteen, koska suunnittelu tapahtuu hyvin varhaisessa vaiheessa ennen varsinaista myyntisesonkia, ja koska oloasut mielletään talvisesonkiin kuuluviksi lämmittäviksi lahjoiksi. Vaikka oloasut eivät olisikaan vain talveksi, niiden ehdoton markkinarako on talvella, etenkin syksytalvella.

Mpdclick oli nimennyt kolme eri trendisuuntausta: Future Tribes (Tulevaisuuden heimot), Digi-Punk ja Parallel Worlds (Rinnakkaiset maailmat). Jokaista trendisuuntausta avattiin hieman ja perehdyin niistä esitettyihin kollaaseihin aiheista tekstiili, urheiluvaatteet ja alusvaatteet, koska ne hyödyntävät parhaiten oloasumalliston suunnittelua.

Future Tribes -trendisuuntaus maalailee kuvaa maailmasta, jossa luonnonkatastrofit ja ydintuho yhdistyvät fantasiamaiseisiin. Sorron ja epätoivon maailman keskeltä, pimeydestä, nousee värikäs soturiheimo, joka pyrkii pelastamaan mitä pelastettavissa on ja luomaan kauneutta tuhon ja turmeluneisuuden keskelle. The Hunger Games -trilogia ja Avatar 2, joiden julkaisemista odotetaan vuonna 2015, ovat Future Tribes -trendin ruumiillistumia. Future Tribesin värimaailmassa pehmenneet neonvärit ja haalistuneet maanläheiset ruskeat esitellään kirkkaiden fantasisävyjen seurassa.

Digi-Punk on nostalgiatrendi, 90-luvun internetin kitschiä animoituine giffeineen, memeineen ja taideteoksineen. Tumblr ja muut uudet nopeatahtiset, kuvia jakavat sivustot määrittelevät uusia tyyli-suuntauksia. Nostalgianhakuinen uusi sukupolvi palaa ajassa taaksepäin ja yhdistelee retroa ja modernia. Digi-Punk on värimaailmaltaan kirkas, ja siinä yhdistyvät häiritsevät efektit ja pikselitaide.

Parallel Worlds esittelee maailmaa, jossa on päästy uudelle tietoisuuden tasolle. Siniä kaksi maailmaa elää rinnakkain, meidän maailmamme ja avaruus. Scifi-elokuvat, supersankarit ja uudet galaksit ovat inspiraation lähteinä. Käynnissä oleva projekti Virgile pääsee vuonna 2014 vihdoinkin pisteeseen, jolloin ensimmäiset ihmiset lähetetään Marsiin. Väreiltään Parallel Worlds sekoittaa pehmeitä sävyjä ja sinisen vivahteita vahvalla kontrastivalkoisella ja hohtavilla efekteillä.

Esitellyistä kolmesta trendisuuntauksesta valitsin Future Tribesin. Näen kyseisessä trendissä potentiaalia, vaikka Mpdclickin kollaasi näyttääkin nähdyltä ja jopa kliseiseltä. Digi-Punk-trendisuuntaus on mielestäni jo vanhentunut, olen nähnyt sen viitteitä internetyhteisöissä, mutta sesongille syksy–talvi 2014–2015 se on jo kokonaan muuttunut tai kehittynyt toiseen

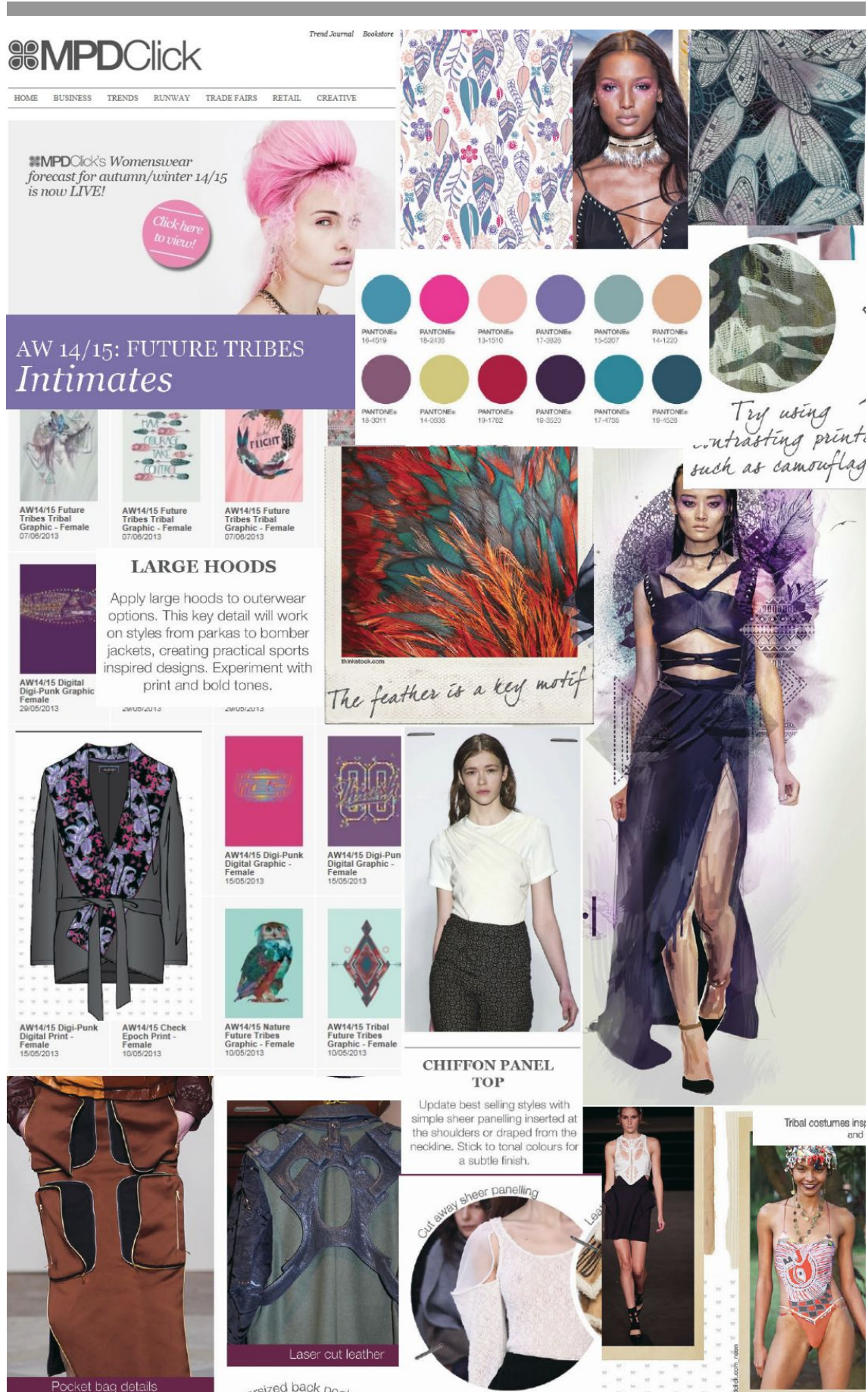
suuntaan. Parallel Worlds on mielestäni samassa sarjassa Digi-Punkin kanssa, galaksiprintit ja scifi ovat trendeinä juuri nyt, ainakin muualla maailmassa. Olen internetin keskustelupalstoilta lukenut, että esimerkiksi Amerikoissa ja Aasiassa galaksiteemaisia vaatteita löytää alennusreikeistä.

Kuva 4 on kollaasi Mpdclickin Future Tribes -trendiennusteesta. Future Tribesin tekstiilikollaasissa kerrotaan, että heimoestetiikka sekoittaa synkkiä elementtejä, joiden seasta löytyy valonpilkahduksia. Luonnolliset tekstuurit ja materiaalit yhdistyvät neonkuituihin ja tekoturkiksiin. Laserleikatun nahka ja polttotekniikat kuvioivat materiaaleja, ja viimeistelyissä pehmeyttä tuovat lampaanturkikset. Urheilukollaasissa toistetaan trendipiirteitä esimerkkimallistoissa, mutta pääosin keskitytään vaatteiden toimivuuteen, kuten taskuihin ja vetoketjuihin, joilla kokopitkistä housuista saa lyhyemmät. Alusvaatekollaasi on laajempi ja esittelee myös esimerkkimallistoja ja -printtejä. Myös alusvaatteista löytyy nahkaa, solkia ja remmejä, mutta niitä pehmentää sifonki. Hyvin vahvasti koristellut pinnat ja tilkku-työmäisyys tarjoavat suojaa, sillä ne imitoivat soturin haarniskaa. Koristeina voivat olla vaikka metalliniitit. Lämpikuultavia materiaaleja kerrosteetaan, ja tekoturkiksilla ja tekstuurisilla neuleilla tuodaan kontrastia. Materiaalien pintoja on kulutettu, revitty ja käsitelty polttotekniikoilla ja vaatteiden helmoissa on raakareunoja.

Luonto on tärkeä elementti Future Tribes -trendissä, kuvioinnit ovat suurimmaksi osaksi luonnosta, kuten kasveja ja eläimiä, etenkin lintuja ja sulkia. Erilaiset värikkäät, luontoaiheiset maastokuvioinnit ovat suosittuja. Heimokuviot ja -symbolit ja soturimaalaukset toistuvat abstrakteina kuvioina. Kuvioissa käytetään toistoa ja maalausvalumisefektejä. Typografia on rohkeaa ja erottuvaa.

Värit ovat fantasiamaaisia pehmenneitä neonvärejä, kuten persikkaa ja ultraviolettia sinisen ja pinkin kanssa. Alusvaatekollaasin paletissa on myös sotamaalaus-punaista ja sinivihreää sekä purppuraa dramaattisuutta luomassa. Trendin yleiskuvailusta löytyvät maanläheiset ruskeat ja harmaat sekä kultaisen keltainen.

Future Tribesin muodoista sanotaan, että avainsilhouetteja ovat maksimekko, säkkimekot (leveät, roikkuvat, ei vyötä), erilaiset viitat ilman kiinnityksiä, paperipussihousut (korkeavyötäröiset, leveät ja vyötäröltä paperipussimaisesti kiristetyt) kaikissa pituuksissa. Trendi-ksityiskohtia ovat muun muassa housuissa vauhtiraidat. Erilaiset läpinäkyvät efektit, kuten yksityiskohdat olkapäillä ja läpinäkyvä helma yhdistettynä muuhun materiaaliin, ovat suosittuja. Myös erottuvat ja koristellut taskut, kaulukset ja rannekeet mainitaan ennustuksessa. Muita ennustuksessa mainittuja asioita ovat olkapäitä hieman paljastavat mekot, neulehousut, hyvin koristellut neuleet, kukkakuvioiset hameet talvella ja halkiolliset mekot.



Kuva 4. Mpdclickin Future Tribesin intimates- ja street casual -kollaaseista koottu trendiennustekuva.

4.2 Ideointi ja luonnostelu

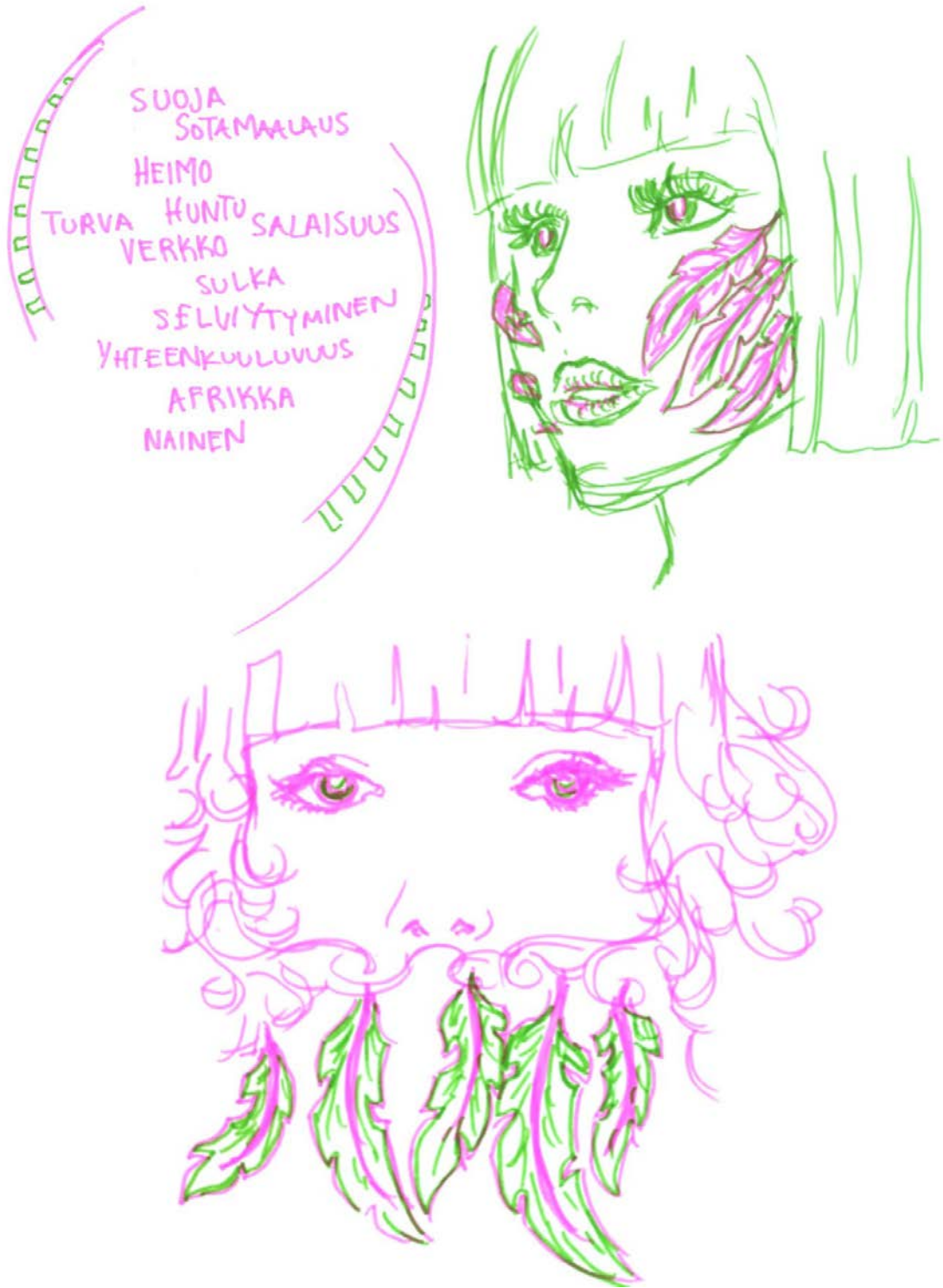
Olin tehnyt tutkimusta oloasuista, niiden käyttäjistä, rajannut kohderyhmän ja päätyntyn inspiroivaan trendiennusteeseen, jota hyödynsin. Pidin kuitenkin koko ajan mielessä, että Future Tribes on vain trendiennuste, eikä absoluuttinen totuus tulevasta ja siitä, mitä minun tulisi luoda. Muotoilijana haen suuren osan inspiraatiostani luonnosta, tarinoista, myyteistä ja pienistä yksityiskohdista, joten Future Tribesin idea oli helppo sisäistää ja aloittaa ideointi ja luonnostelu.

Ideoinnin aloitin kirjoittamalla ajatuskarttaan sanoja Future Tribes -otsikon ympärille. Jatkoin niin kauan, kunnes sanoista alkoi muodostua jotain mielenkiintoista. Sanat, jotka valitsin, ovat inspiroiva kokonaisuus (kuva 5). Niiden pohjalta aloin miettiä ja luonnostella mallistoa. Tarkoitukseni ei ollut lähteä kirjaimellisesti heimolinjalle, mutta ottaen huomioon trendiennusteen ja sen, että kirjaimellisuus ei näy kuitenkaan lopputuloksessa, annoin periksi.

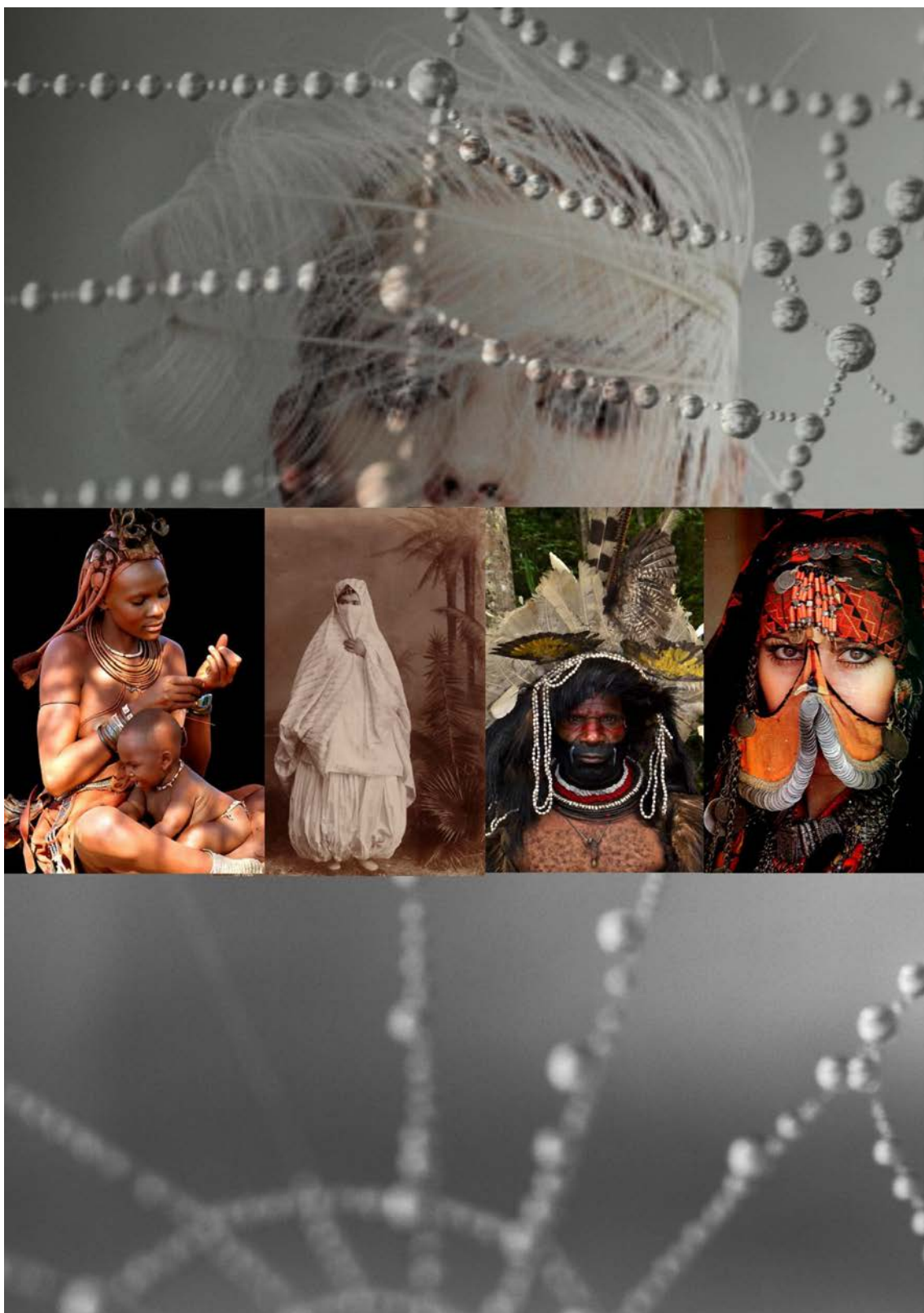
Sanat, jotka valitsin olivat suoja, sotamaalaus, heimo, turva, huntu, salaisuus, verkko, sulka, selviytyminen, yhteenkuuluvuus, Afrikka ja nainen. Minua kiehoi juuri heimojen yhteenkuuluvuus ja etenkin Afrikassa heimojen naisten käyttämät erilaiset hunnut. Hunnut ovat osa yhteiskuntaa, ja ne toimivat suojina ja turvana. Joskus selviytyminen vaatii suojautumista, suojaverkkoa, piiloutumista ja salaisuuksia, joskus taas heimon tuomaa yhteenkuuluvuutta ja sotamaalauksia näyttämään ulkopuolisille omaa mahtia. Sotamaalaukset ja hunnut ovat heimoille omia, ja niitä on monenmuotoisia ja -värisiä. Erilaiset rituaalivaatteet ja päähineet muodostuvat luonnonmateriaaleista, kuten sulista, ja ovat monimutkaisia taidonnäytteitä. Kuvassa (kuva 5) olevat höyhenet naisten kasvoilla symboloivat huntuja, joilla peitetään eri alueita kasvoista.

Oloasuajattelussa on jotain samaa kuin heimoissa ja hunnuissa. Oloasut ovat se suojaverkko, johon kotona kietoudutaan. Kun lähdetään ulos, vedetään ylle ulkona suojaava huntu eli siistimmät vaatteet, jottei kukaan pääsisi arvostelemaan. Siistimmät vaatteet ovat myös kuin sotamaalaus; sen on tarkoitus pelotella ja näyttää vakuuttavalta, vaikkei sitä kantaisikaan täysin itsevarma ja pelottava henkilö.

Moodboard (kuva 6), on jatkoa ajatusprosessilleni (kuva 5). Moodboardissa on heimonainen, jonka lapsi leikkii suojassa hänen jalkojensa päällä. Nainen ei katso suoraan lapseen, mutta tarjoaa silti tarvittavaa turvaa. Vaaleaan pukeutunut arabinainen on hunnutettu päästä varpaisiin kerroksilla. Hänellä on oma turvattu tilansa kerroksien alla, hän on salannut vartalonsa muilta. Heimomiehellä Papua-Uusi-Guineasta on sulista rakennettu päähine ja sotamaalaus. Oikeanpuolimmaisella naisella Jordaniasta on koristeltu värikäs huntu, ja siinä ja hänen katseessaan on sotamaalauksen tapaista uhoa. Taustalla näkyy verkko, hämähäkinseitti ja nainen, jonka sulista muodostettu huntu on hyvin kevyt ja läpinäkyvä.



Kuva 5. Valitut inspiraatio sanat ja kuvat.



Kuva 6. Moodboard.

Seuraavilla sivuilla on luonnoskollaaseja (kuva 7, kuva 8, kuva 9). Viimeisellä luonnossivulla (kuva 12) ovat asukokonaisuusluonnokset, jotka valitsin mallistoon.

Aloitin luonnostelun melko vapaasti tuottamalla vain mahdollisimman paljon ideoita, jotta myöhemmin olisi paljon valinnanvaraa karsia. Piirsin sekaisin järkeviä ja yliampuvia ideoita. Yliampuvista ideoista sain kuitenkin lisää inspiraatiota jatkaa eri suuntiin. Ajattelin alusta asti, että lopullinen mallisto ei saa olla liian monimutkainen tai kirjava, sillä kyselyn vastaukset eivät suosineet sellaisia. Pysin moderniin mutta kiinnostavaan näkökantaan ja yritin olla viemättä heimoteemaa liian pitkälle.

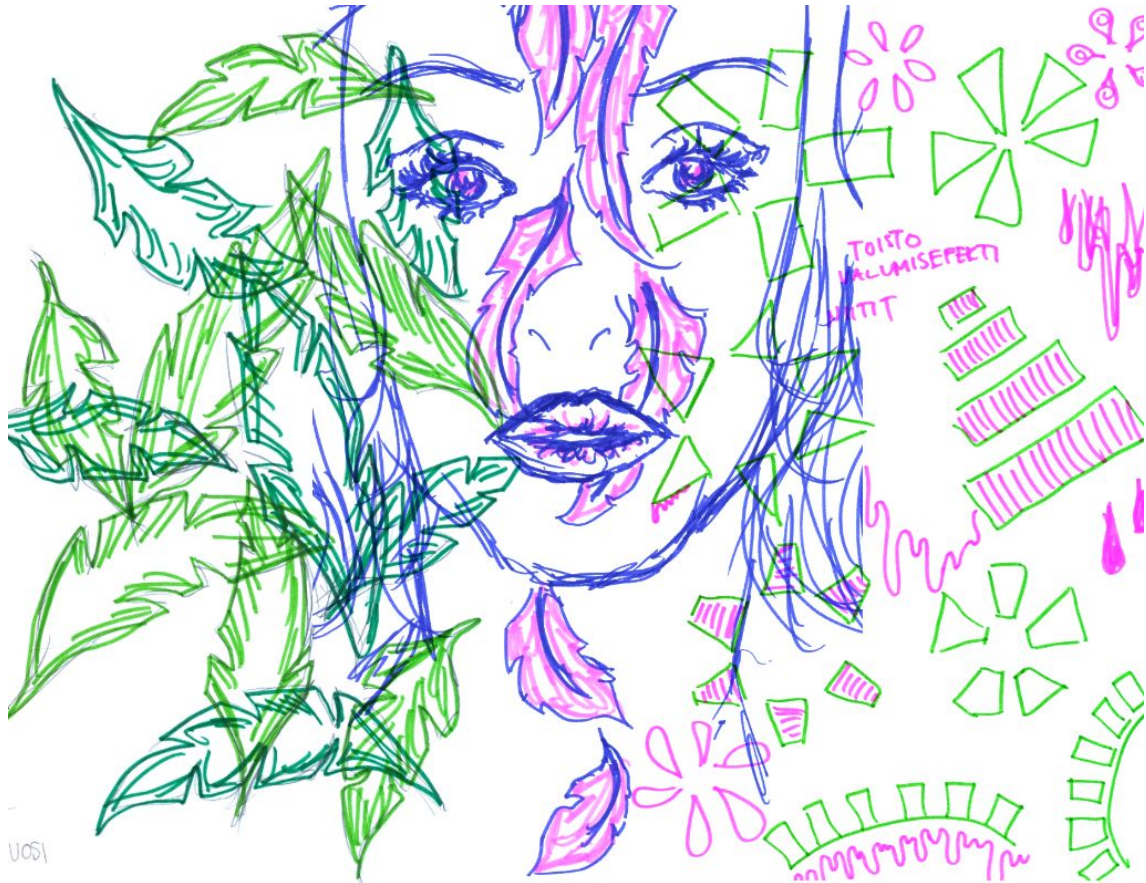
Ensimmäinen luonnoskollaasi (kuva 7) on hupuista ja hupparista. Huput olivat tärkeä inspiraation lähde, sillä juuri niihin kiteytin huntumaisuuden ja suojaavuuden. Hain niihin myös kuvioinneilla heimopäähinemäisyyttä. Huppari ja verryttelyasu ovat vakiintuneita käsitteitä ja suosittuja oloasun malleja. Hahmottelin erilaisia aukkoja ja kuvioita, kuten höyheniä. Leikin idealla, että hupussa olisi useampia vetoketjulla kiinni olevia osia, kuten kasvot peittävä huntu edessä. Mietin myös, toimisiko huppu, jos se olisi takaa avoin tai kokonaan läpinäkyvä. Harkitsin hupussa kiinni olevaa kaulaliinamaista osuutta, johon voisi kietoutua. Hupparille mietin monia eri malleja: pitkää, jotta se olisi melkein kuin mekko tai hyvin leveää lepakonsiipimallia. Olen luonnoksissa pohtinut myös niittien käyttöä aukko-kuvioiden seurana.

Toisessa luonnoskollaasissa (kuva 8) on luonnoksia mekoista ja hameista. Mekon yhteyteen hahmottelin aluksi mahdollisia remmimäisiä kuvioita ja isoa höyhenprinttiä. Kokeilin olkapäiden korostamista, kuten huppariluonnostenkin kanssa, haarniskamaisuuden lisäämiseksi. Ajattelin alusta asti, että mekon on oltava melko mekkomainen, jottei se näyttäisi yöpaituilta. Hupun lisääminen mekkoon toisi siihen enemmän vaatemaisuutta ja enemmän mahdollisuuksia ulkonäön vaihtelevuuteen. Mietin myös jonkinlaista illuusiota, että mekon alla olisi paita, vaikka se olisi osa mekkoa. Jonkin aikaa hameita luonnosteltuani hylkäsin ajatuksen, sillä hame ei loppujen lopuksi ole kovin mukava vaikka sortseihin verrattuna.

Kolmas luonnoskollaasi (kuva 9) koostuu housujen ja paitojen luonnoksista. Housuista minulla oli melko selkeä mielikuva. Löysät housut ovat lähes aina kuminahavyötäröisiä tai muuten kurottu vyötäröltä kiinni, jolloin niistä tulee pussimaisia. Vaikka kyseinen pussimainen housumalli sisältyi trendiennusteeseen, se ei vain tuntunut hyvältä idealta. Lähdin siis suunnittelemaan housuja, joissa olisi leveä, vartalon myötäinen vyötärökaide ja vetoketju sivussa, kuten urheiluhousuissa usein. Pitkissä housuissa ja sortseissa koristelujen tulisi olla lahkeessa, jottei huomiota vedettäisi liikaa vyötärölle tai lantiolle. Paitojen luonnostelu oli vaikeaa. Todennäköisesti t-paita on halvin ja ostetuin tuote mistä tahansa mallistosta, ja sen tulisi olla melko yksinkertainen ja helposti yhdisteltävä. Luonnostelin lyhythihaista ja pitkähihaista paitaa. Suunnittelin myös hihatonta toppia, mutta loppujen lopuksi se ei tuntunut istuvan mallistoon. Paidoille luonnostelin erilaisia yksityiskohtia pääntien seudulle ja olkapäille, jotta huomio kohdistuisi vatsan alueelta ylöspäin.



Kuva 8. Luonnoksia mekoista.



Kuva 10. Printtihahmotelmia ja muotoja.

En ollut aluksi varma, tarvitseeko oloasumallisto printtiä ollenkaan. Printit kuitenkin yksilöivät vaatteet ja tekevät niistä oikein käytettyinä houkuttelevampia ja erottuvampia. Luonnostelin erilaisia muotoja, jotka mainittiin Future Tribes -trendiennusteessa, kuten sulkia, höyheniä, valumisefektejä ja toistuvia, teräviä, niittimäisiä kuvioita (kuva 10). Koska trendiennusteessa mainittiin myös maastokuviot, aloin hahmotella sulkia maastokuviomaisessa muodossa. Silloin sulat eivät olisi liian ilmiselviä, ja kuvio olisi mielenkiintoisempi. Sulkaprintti voisi olla ennusteen mainitsema fantasia- maisema kirkkaine väreineen. Pohdin myös sotamaalauskuviota ja heimopäähineitä sulkineen printin inspiraatioksi. Muodoiltaan sulat ovat myös kuin puun lehtiä, jolloin luonto- ja metsävaikutelma tulee mukaan.

Printtiä varten skannasin erilaisia höyheniä ja muokkasin niitä (kuva 11). Pyrin luomaan jatkuvaa kuviota erikokoisista höyhenistä, jotka ovat limitäin toistensa päällä. Valitsin höyhenet, koska ne ovat kevyämpiä ja pehmeämmän oloisia kuin sulat. Väreinä printissä käytin trendiennusteen alusvaatteille tehtyä värikarttaa (kuva 4).



Kuva 11. Höyhenprinttiä varten skannatut höyhenet ja hahmotteluvaihe.



Kuva 12. Mallistoon valitut asukokonaisuusluonnokset ja vaatekappaleet.

5 OLOASUMALLISTO

Lopullinen oloasumallistosuunnitelma (kuva 13) koostuu neljästä asukokonaisuudesta. Yksittäisiä vaatekappaleita voi yhdistellä erilaisiksi asukokonaisuuksiksi keskenään tai muiden vaatteiden kanssa. Esimerkkiasukokonaisuudet koostuvat hupparitakista, kahdesta erilaisesta hupusta, pitkistä housuista, lyhyistä housuista, lyhythihaisesta t-paidasta, pitkähihaisesta paidasta, lyhyestä mekosta, pitkästä mekosta ja kynsikkäistä (kuva 14 ja kuva 15). Huput ovat irrotettavia, ja ne voidaan vetoketjulla yhdistää hupparitakkiin ja molempiin mekkoihin. Vaatteen ilmettä voi helposti vaihtaa erilaisella hupulla, ja jos huppu on tiellä tai sitä ei tarvita, sen voi irrottaa. Huppujen mallien inspiraatio on tullut hunnuista. Niillä voi varjella, suojata ja piilottaa. Hupun voi kiinnittää takkiin vaikka ulos lähtiessä, jos on kylmä tai likaiset tai sotkuiset hiukset eivät kestä katseita. Paidoissa ei ole vetoketjuja hupuille. Todennäköisesti niitä ei ikinä käytettäisi yhdessä, ja vetoketjurakenne lisäisi kustannuksia.

Malliston värit on suunniteltu kohderyhmä ja trendiennuste mielessä. Kohderyhmä pitää neutraaleista ja suomalaisille tyyppillisesti tummista väreistä. Musta on kuitenkin ankea ja usein raaka väri suomalaiselle vaalealle iholle, etenkin vanhemmille ihmisille, joilta ihon pigmenttiväri alkaa haalistua. Mustat vaatteet hukkuvat kaapin perälle, eivätkä ne erotu erityisen hyvin kaupan hyllyiltä silloin, kun tehdään heräteostoksia. Läpi malliston jatkuva peruspohjaväri on tummanharmaa, joka on useammalle sopiva mutta silti neutraali. Harmaa myös kuvastaa trendiennusteen tulevaisuuden epätoivoa ja tuhoa, jonka keskeltä nousee toivo yksityiskohdissa printtinä.

Oloasumallistossa toistuu mallista toiseen kirjava höyhenprintti (kuva 24). Höyhenprintti on maastokuviomainen, mutta värit ovat Future Tribes -alusasuennusteesta. Se ei maastoudu vaan on harmaan oloasumalliston erottuva väripilkku. Se on tummien asukokonaisuuksien fantasiaisuus; tuhon keskellä oleva kaunis maisema, joka tuo toivoa. Höyhenten malli ja asettelu on melko keveä, jotta se tasapainottaisi muuten raskasta mallistoa. Osassa malleista höyhenprinttikangasta on myös hieman poimutettu, mikä ei vaikuta sen toimivuuteen, sillä höyhenet sulautuvat kuviossa yhteen, eivätkä näytä selvästi höyheniltä. Kauempaa katsottuna printti voi näyttää abstraktilta, jalokiviltä tai lasimaalaukselta. Future Tribes -ennusteessa höyhenet, maastokuviot ja fantasiamaisuus olivat suuressa osassa. Kohderyhmä ei toivonut kirjavia tai levottomia printtejä ja mielestäni printti ei ole liian levoton, eikä siinä ole keskenään riiteleviä värisävyjä.

Oloasumalliston mallit ovat inspiroituneet heimoista ja heimohunnuista. Hunnuilla voidaan peittää ja salata, ne voivat sitoa ja antaa vapautta käyttötarkoituksesta riippuen. Trendiennusteen pääteema oli pieni läpinäkyvyys ja haarniskamaisuus sekä kuvioiden laserleikkaaminen kankaisiin. Höyhenprinttikangasta, joka on sifonkimaista ja kevyttä, on muokattu suorakaiteen muotoisilla leikkauksilla molemmissa mekoissa. Myös collegemaista, paksumpaa kangasta on leikattu muun muassa molemmissa housuissa, hupuissa ja takissa. Itsensä suojeleminen ja haarniskamaisuus näkyvät leikkauksissa. Printtikangasta on hieman poimutettu sekä t-paidan

että pitkän mekon kylkiin. Pitkähihaisessa paidassa printtikangas suojaa olkapäät, kun taas hupparitakissa suojaa matkii vain kankaan leikkaus. Myös kädet ovat suojattuja, sillä takissa, paidoissa ja pitkässä mekossa hi-hansuu on kynsikäsmäinen. Hiha jatkuu kämmenen yli, ja peukalolle on oma aukkonsa sivussa. Rakenne on kätevä, sillä ääreisverenkierto on monilla huono ja esimerkiksi tietokonetta käyttäessä kädet kylmenevät helposti. Kynsikäsosuus on joustava, joten jos käden tielle ei haluta mitään ylimääräistä, sen voi vetää ranteeseen rannekkeeksi. Sormikkaat eivät usein ole hyvät kädessä sisällä, sillä ne estävät tarkan työskentelyn. Mallistossa on myös erilliset kynsikkäät, jotka on helppo yhdistää eri asukonaisuuksiin lämmittämään käsiä.

Kohderyhmälle oloasumalliston tyyllillä ei ollut väliä, sillä vaatteita tulee valittua päälle mielialan mukaan, eikä oloasu ole esittelyä varten. Oloasulta haettiin myös käytännöllisiä ominaisuuksia kuten keveyttä, joustavuutta ja väljyyttä. Olen pyrkinyt ottamaan huomioon kyseiset piirteet malliston suunnittelussa. Helppopukuisuuteen liitän myös ajatuksen siitä, että kun vaate on päällä, sitä ei tarvitse säätää, eikä sen lisäksi tarvitse ajatella muuta laittautumista. Esimerkiksi molemmissa housuissa on leveä, tyköistuva vyötärökaitale ja vetoketju mallin sivussa. Se näyttää hyvältä useimmilla vartalotyypeillä eikä luo vaikutelmaa siitä, että vyötäröllä on ylimääräistä ja peittää ylimääräisen. Vetoketjulliset housut saadaan istumaan paljon paremmin kuin ne, jotka ovat leveitä ja jotka on kurottu kuminauhalla vyötäröltä kiinni. Vyötärökaitaleen jälkeen housut levenevät, ja pitkissä housuissa on isot taskut edessä. Housujen kanssa voi käyttää kapeata paitaa, koska sen reuna asettuu kauniisti vyötärökaitaleen päälle. Leveän paidan reunan voi pujottaa kaitaleen alle, jolloin säilyy vaikutelma kapeasta vyötäröstä. Isot taskut löytyvät myös hupparitakin sivuilta. Ne ovat kätevät avaimille ja lompakolle tai muulle pienelle tavaralle, jos käväistään nopeasti ulkona. Koska taskut ovat syvät, ei tavarahan putoamista matkan varrelle tarvitse pelätä. Taskut leventävät hupparitakkia huomattavasti, mutta koska takin yläosa on kapeampi, leveämpi osa ei suurennakaan henkilöä. Molempien housumallien lahkeiden suissa on nauhat, joita kiristämällä leveän lahkeen saa tiukalle. Sisällä sohvalla maata on mukava, jos lahje saa olla auki, ja housujen kangas voi lämmittää varpaitakin. Ulos lähtiessä lahkeen voi kiristää, jotta se ei laahaa maata. T-paidan ja pitkän mekon sivuissa olevat printtileikkaukset luovat vaikutelmaa kapeammasta vartalosta. Vaikka tumma väri on keskellä vaatetta eikä reunoilla, leikkaus silti harhauttaa silmää.

Malliston materiaalit ovat sekä kevyitä että lämmittäviä. Printtikangas on sifonkimaista tai muuta ohutta kangaslaatua, joka on kevyttä ja melko liukasta. Koristeena ja vuorikankaana se ei saa painaa malleja pois muodostaan. Koska se on kevyttä, se keventää myös muun muassa huppuja, joissa on leikkauksia. Tummanharmaa kangas on ohutta collegea tai paksua trikoota. Housuissa college pysyy paremmin muodossaan ja tukee, kun taas mekoissa ja paidoissa trikoo on mukavampi. Lopullinen ratkaisu materiaaleista tulisi vertailemalla niitä ja niiden hintoja. Printtikuviomateriaaliin ja sen hintaan vaikuttaa hyvin paljon printin tekotapa. Nykyään hyvin suosittu tapa tulostaa kuvia kankaan pintaan on vielä kehittymätön, eikä niiden kiinnitys ole luotettava. Printit haalistuvat helposti, ja värit pakkautuvat

samoihin kohtiin. Perinteinen tapa, jossa väri imeytyy kankaan kuituihin, on varmempi mutta kalliimpi. Kankaiden hintoihin vaikuttaa myös tilattava määrä.

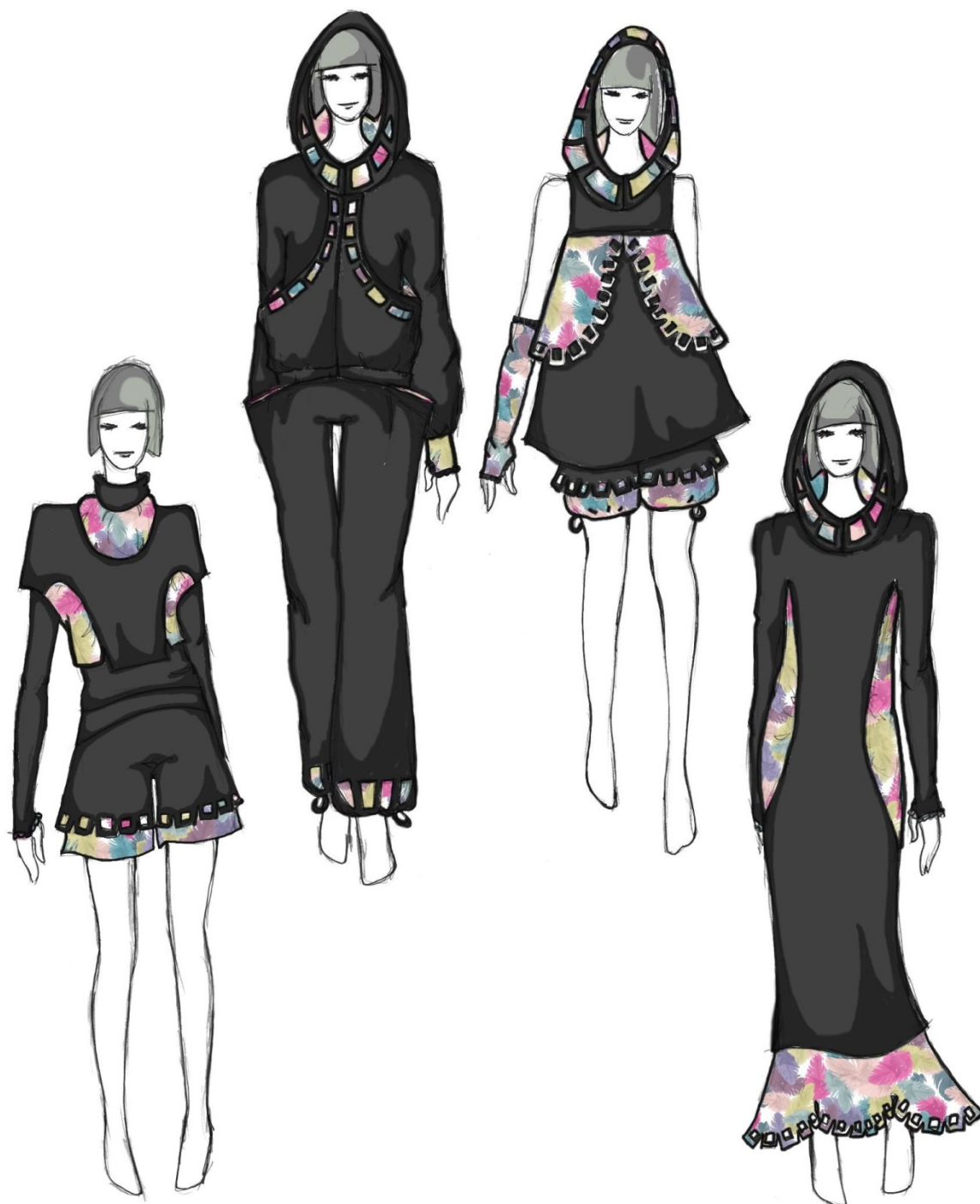
Mallistoa ei valmisteta eikä sille lasketa tekokustannuksia tai mahdollisia markkinahintoja, mutta otan huomioon, että kohderyhmäni kyselyn perusteella ei maksaisi oloasusta 60 € enempää. Suunnittelemani oloasujen vaatekappaleet olisi kenties mahdollista valmistaa suurina erinä kuudenkymmenen tai sadan euron alle. Kovin monimutkaisia kaavoitus- tai rakenneratkaisuja ei todennäköisesti tarvita, mutta se selviäisi vain kaavoittamalla ja tekemällä prototyypit, jotka eivät kuulu opinnäytetyöhöni. Asujen hintaa nostaisi myös yksilöllinen printtikangas, joka jouduttaisiin teettämään erikseen. Olen välttänyt sekä tyyliseikoista että kustannussyistä liikaa printtikankaan käyttämistä malleissa. Printtikangasta on malliston näkyvien yksityiskohtien lisäksi muun muassa taskujen ja huppujen vuorikankaana.

Jos mallisto olisi myynnissä kaupassa, myyntiin vaikuttaisi hyvin paljon vaatteiden näyttävyyden henkarissa tai pöydällä. Esimerkiksi t-paidassa ja mekoissa, joiden pääntie on hyvin esillä, sisälle on ommeltu printtikangasta lisäilmeen luomiseksi. Jos t-paita on viikattuna pöydällä, siitä ei tule näkymään muuta kuin pääntie. Jos malliston tuotteita kokoaa mallinukun päälle esille, huput ovat hyvin näyttävä lisä. Jos ne myydään erikseen, asiakas, joka ostaa takin tai mekon, ostaa suurella todennäköisyydellä myös hupun. Malliston markkinoiminen ja sille mainoskampanjan luominen olisi helppoa. Mainonnassa voi hyödyntää tuotteiden kokonaisuutta, kuviota, yhtä asukokonaisuutta tai kokonaisuuden yksityiskohtaa. Malliston tarinaa heimoista, hunnuista ja höyhenistä on helppo muokata, ja se jää mieleen.

Oloasumallistoperheen laajentaminen olisi helppoa, koska sillä on hyvin erottuva graafinen ilme. Samaa printtikangasta tai leikkauksia käyttämällä malliston osat voi sitoa yhteen. Jos konseptia jatkaa, samat mallit voisi julkaista erivärisellä ja -kuvioisella printtikankaalla seuraavaan sesonkiin. Malleihin on otettu vaikutteita tietyn sesongin trendiennusteesta, mutta ne eivät ole liian trendikkäitä tai outoja. Mallistoon saa myös täysin uuden ilmeen tarjoamalla erilaisia väri vaihtoehtoja tumman harmaan peruspohjaväriin lisäksi. Kesäksi ja talveksi pohjakankaan materiaalia tai materiaalin paksuutta voisi vaihdella, niin että kesällä myytäisiin kevyempää versiota.

Suunnittelemani malliston vaatteet eivät selkeästi ole alusasuja, yöasuja tai urheiluvaatteita. Niissä on liikaa kangasta ja peittävyttä alusasuiksi, ne ovat liian kaavoitettuja ja epämukavia yövaatteiksi ja liian epäkäytännöllisiä urheiluvaatteiksi. Ne eivät ole tarpeeksi univormumaisia työvaatteiksi tai vaatteiksi, jotka yllä lähdetään ulos tapaamaan ihmisiä. Uskon siis, että malliston vaatteet ovat oloasuja. Ne ovat rentoja ja kiristämättömiä mutta tarpeeksi siistejä ja vaateen oloisia, jotta ne yllä voi avata oven, ottaa vastaan yllätysvieraita, viedä roskat ja käydä lähikaupassa.

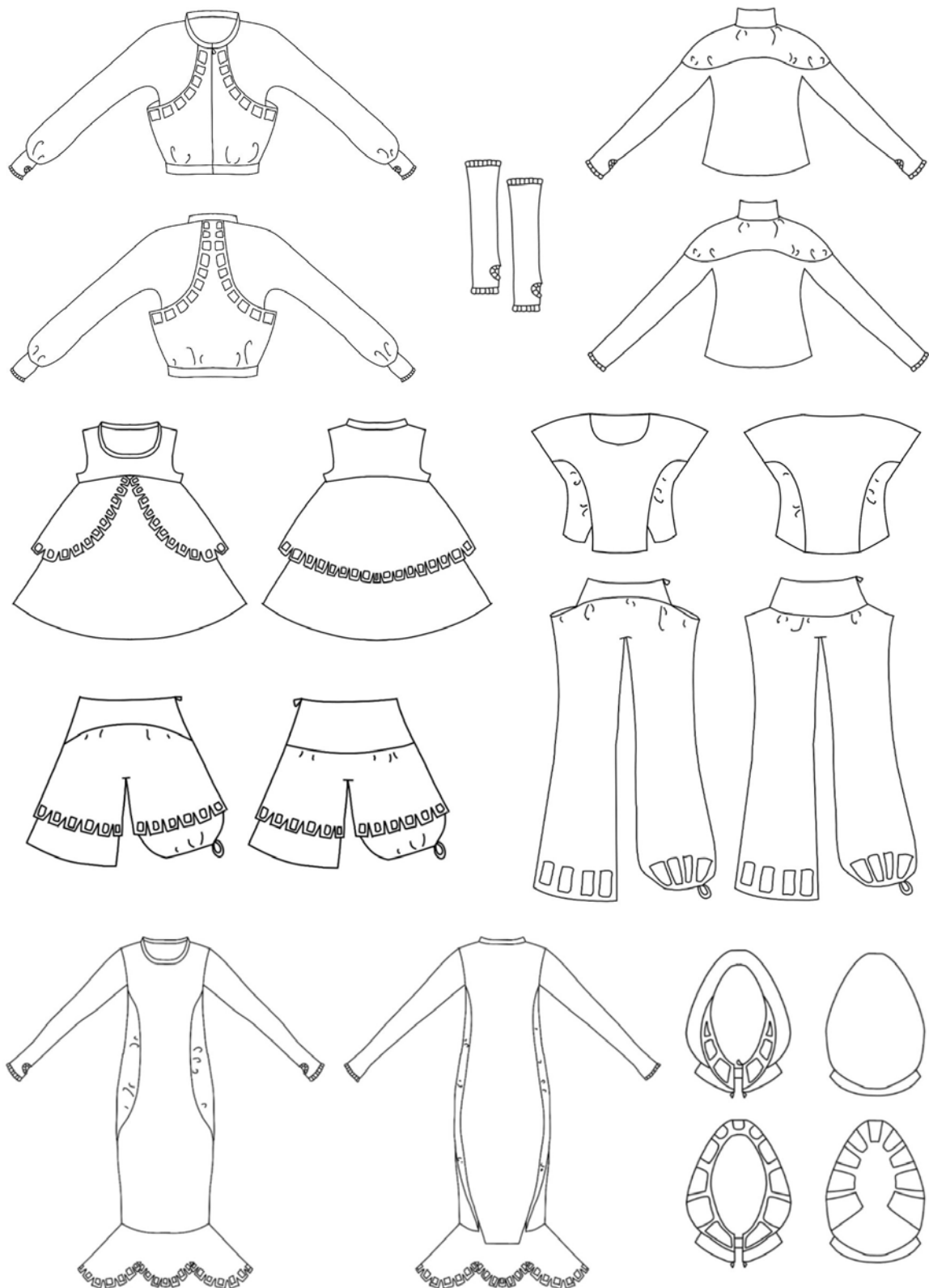
5.1 Oloasumallistolakana



Kuva 13. Oloasumalliston tunnelmakuvat.



Kuva 14. Väritetyt tasokuvat.



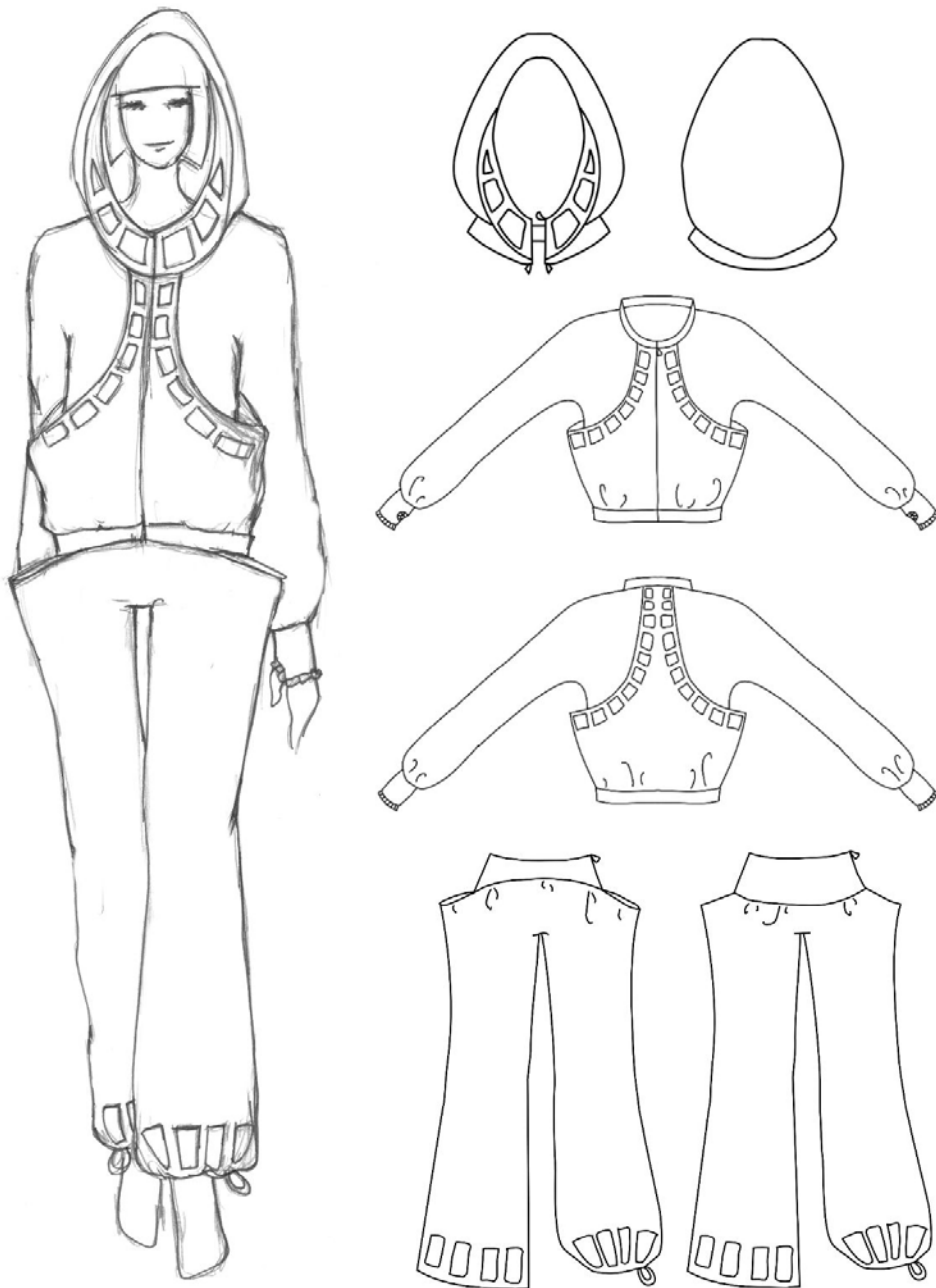
Kuva 15. Tasokuvat.

5.2 Huppari ja pitkät housut



Kuva 16. Väritetty huppariasukokonaisuus.

Ensimmäinen asukokonaisuus (kuva 16 ja kuva 17) koostuu takista, huppusta ja pitkistä housuista. Huppu on vetoketjulla kiinni takin kauluksessa, joten se on irrotettava ja voidaan vaihtaa malliston toiseen, värikkäämpään huppuun. Takkia voidaan käyttää myös ilman huppua. Takin leikkaus on samanlainen edessä ja takana. Edessä on vetoketju ja helmassa kuminauhaa istuvuuden takaamiseksi ja lämmön karkaamisen estämiseksi. Hihansuissa on kynsikäs rakenne, joka lämmittää käsiä ja estää hihaa nousemasta tai pyörimästä. Housuissa on leveä vyötärökaitale ja vetoketju sivussa, jotka mukailevat muotoja. Lahkeensuut voidaan kiristää nauhalla tai käyttää auki leveinä. Housujen ja takin isoista ja syvistä taskuista tavarat eivät pääse putoamaan.



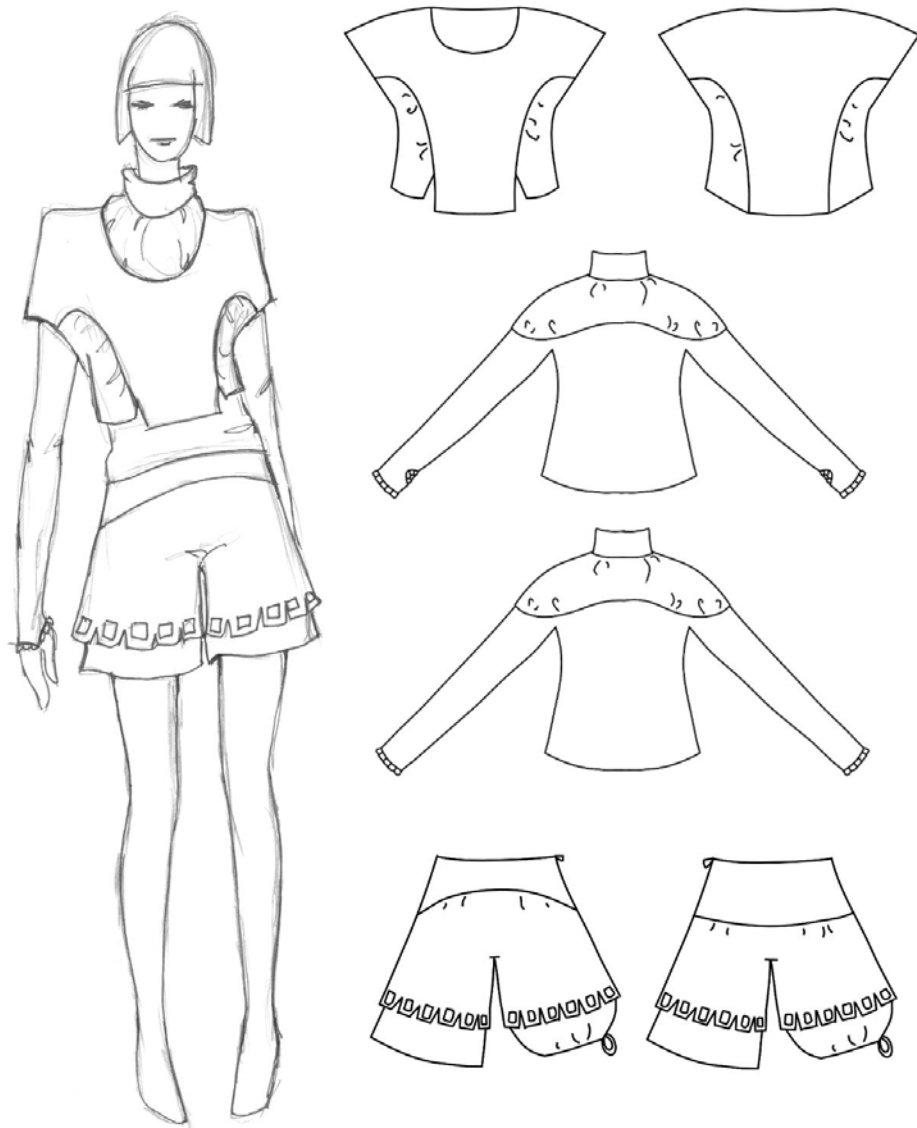
Kuva 17. Huppariasukokonaisuus.

5.3 Paidat ja lyhyet housut



Kuva 18. Väritetty paita-asukokonaisuus.

Toinen asukokonaisuus (kuva 18 ja kuva 19) koostuu lyhythihaisesta t-paidasta, pitkähihaisesta paidasta ja lyhyistä housuista. Lyhythihainen paita on leveähkö, ja siinä on printtikangasta hieman poimutettuna sivuilla. Paidassa on myös pienet halkiot helmassa edessä. Pitkähihainen paita on istuvampi ja pidempi kuin t-paita, ja siinä on korkea kaulus. Olkapäille on poimutettu printtikangasta. Paidan hihansuissa on kynsikäs rakenne, joka lämmittää käsiä ja estää hihaa nousemasta tai pyörimästä. Lyhyissä housuissa on leveä vyötärökaitale ja vetoketju sivussa, jotka mukailevat muotoja. Housujen lahkeet voi kiristää nauhalla erilaisen ilmeen saavuttamiseksi.



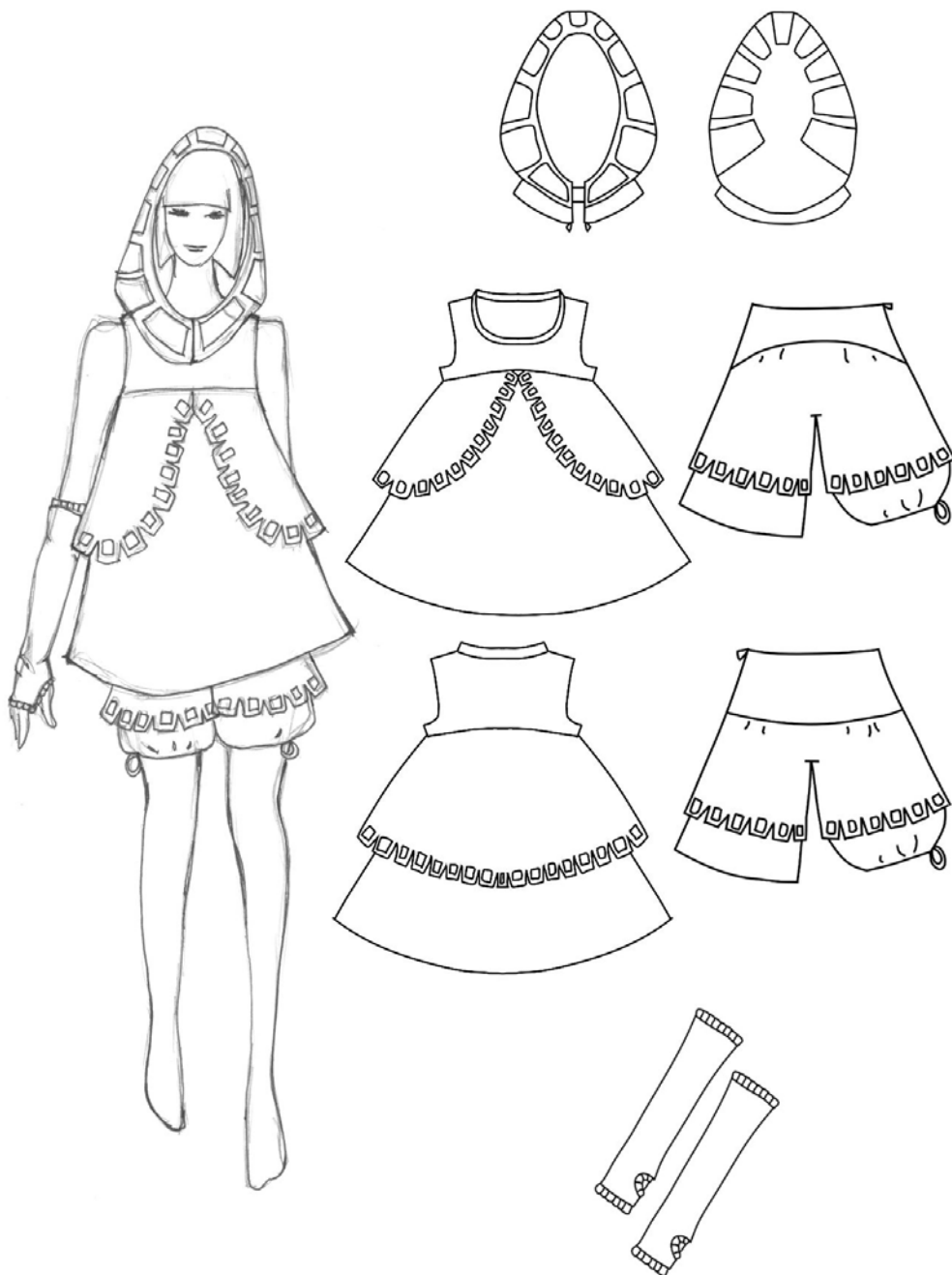
Kuva 19. Paita-asukokonaisuus.

5.4 Lyhyt mekko, huppu ja kynsikkäät



Kuva 20. Väritetty asukokonaisuus lyhyestä mekosta.

Kolmas asukokonaisuus (kuva 20 ja kuva 21) koostuu lyhyestä mekosta, hupusta, lyhyistä housuista ja kynsikkäistä. Lyhyt mekko on hihaton ja vyötärö on korkealla. Korkeavyötäröinen malli on haastava mutta käy useimmille normaalipainoisille ihmisille kotivaatteena. Mekossa on vyötäröllä laserleikattua printtikangasta. Huppu on vetoketjulla kiinni mekossa ja on irrotettava. Sen voi vaihtaa malliston vähemmän näyttävään huppuun tai käyttää mekkoa sellaisenaan. Mekon alla on malliston lyhyet housut, joista lahkeet on kiristetty. Asukokonaisuudessa on myös kynsikkäät, joita voi yhdistellä monien vaatteiden kanssa.



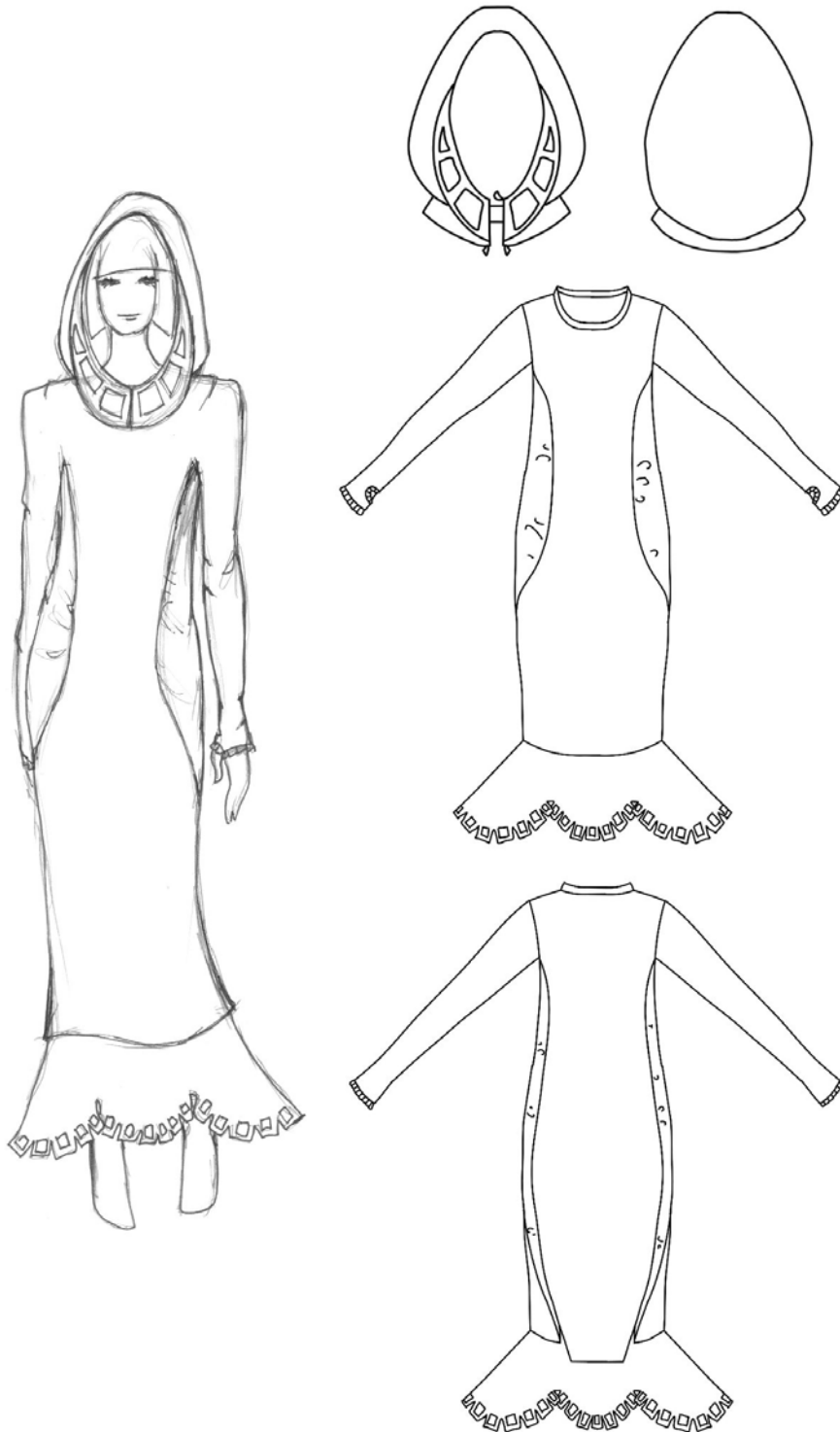
Kuva 21. Asukokonaisuus lyhyestä mekosta.

5.5 Pitkä mekko ja huppu



Kuva 22. Väritetty asukokonaisuus pitkästä mekosta.

Neljäs asukokonaisuus (kuva 22 ja kuva 23) koostuu pitkästä mekosta ja hupusta. Huppu on vetoketjulla kiinni mekossa ja on irrotettava. Sen voi vaihtaa malliston näyttävämpään huppuun tai käyttää mekkoa sellaisenaan. Mekon kyljissä on poimutettua printtikangasta. Helmassa on laserleikattua printtikangasta. Hihansuissa on kynsikäs rakenne, joka lämmittää käsiä ja estää hihaa nousemasta tai pyörimästä. Malli on pitkä eikä erityisen leveä, mutta se joustaa, ja leikkaukset hämäävät silmää kapeammasta vyötäröstä.



Kuva 23. Asukokonaisuus pitkästä mekosta.

5.6 Höyhenprintti



Kuva 24. Höyhenprintti.

6 POHDINTA

Opinnäytetyön aihe oli oman havainnointini tulosta, ja tehtävänanto oli oman harkintakykyni mukainen. Luulen, että se osittain auttoi ja osittain häytti työskentelyäni. Koska en tehnyt yhteistyötä minkään yrityksen tai toisen tahon kanssa, aikatauluni venyivät ja pettivät useaan otteeseen. Toisaalta taas tein hyvin itseni näköisen opinnäytetyön mielenkiintoisesta aiheesta korostaen omia vahvuuksiani. Ryhmätyöskentelyä tai kontakteja työmaailmaan en kuitenkaan päässyt hyödyntämään tai luomaan.

Työssäni on joitakin osa-alueita, joihin olen vähemmän tyytyväinen. Esimerkiksi kysely tuntuu hyödyttömältä ja kiireessä tehdyttä, mitä se olikin. Se piti julkaista ensimmäisenä, jotta se ehtisi olla auki tarpeeksi kauan vastausten keräämistä varten. Oloasuaiheeseen olisi kuitenkin pitänyt ensin tutustua enemmän, sillä on monta kysymystä, jotka olisi kannattanut kysyä ja monia, joita ei olisi kannattanut edes harkita. Kysely tuli joka tapauksessa toteutettua, ja mielenkiintoisimpia vastauksia olivat ne, jotka tulivat avoimiin kysymyksiin. Olen myös epävarma, keräsinkö tarpeeksi tietoa eri aiheista ja kirjoitinko niistä riittävän syventävästi, sillä työni on täynnä pirstaleisia pieniä pätkiä sieltä täältä. Oloasu ei ole tietty ryhmä ja jossain määrin enemmän psykologinen ja emotionaalinen määritelmä kuin vaate tai tyyli.

Olen tyytyväinen lopputulokseen eli oloasumalliston suunnittelemiseen. Vaikka on monta asiaa, mitä muuttaisin ja editoisin mallistosta, otin yhtä aikaa huomioon kohderyhmän, trendiennusteen ja oloasun ominaisuudet. Näin laajaa kokonaisuutta ei missään vaiheessa opintoja tehty, vaikka mallistokurssilla käsiteltiin samoja asioita. Suunnitteluosuus oli myös mukavinta ja yhtä aikaa helppoa ja tuskallista, kuten mikä tahansa luova tekeminen.

Omasta työskentelytavastani päällimmäisenä on mielessä se, että joskus on ihan liian itsekriittinen, kun taas joskus ei osaa antaa itselleen kritiikkiä ollenkaan. Aikataulut, asioiden aloittaminen ja päättäminen tuottavat minulle ongelmia. Opinnäytetyökokemuksesta viisastuneena tiedän, että se pikkujuttu, joka piti saada aikaan päivässä, viekin aikaa viikon. Järjestelmällisyys ja aika ajoitin itsensä muistuttaminen tehtävänannosta auttaa pysymään poissa pahimmilta harhateiltä.

Luulen, että opinnäytetyöni on ajankohtaisesta aiheesta ja hyödyttää kenties muitakin, jos ei muuten niin ajattelunaiheena tai vertailukuvana omaan suunnittelu-prosessiin. Itse koen, että ymmärrän paremmin oloasuja ja ihmisten tapaa ajatella vaatteista. Olen myös virtaviivaistanut suunnitteluprosessiani poukkoilevasta yhtenäisemmäksi. Tuotteiden valmistus ei kuulunut opinnäytetyöhöni, mutta suunnittelen valmistavani pari malliston vaatekappaletta omaan käyttööni tulevaisuudessa.

LÄHTEET

- Bruce, M., Hines, T. 2007. Fashion Marketing Contemporary issues. Second Edition. Elsevier Ltd.
- Eberle, H. 2007. Ammattina vaate. Helsinki: WSOY.
- Franck, M. 1997. Waatteen wiesti ja wiettelys. Nukke- ja pukumuseo.
- Gehlhar, M. 2008. The Fashion Designer Survival Guide. Revised and Expanded Edition. Kaplan Publishing.
- Gurel, L., Horn, M. 1981. The second skin. Third Edition. Houghton Mifflin Company.
- Jones, S. 2005. Fashion Design. Second Edition. Watson-Guption Publications.
- Kaiser, S. 1985. The Social Psychology of Clothing and Personal Adornment. Macmillan Publishing Company.
- McKenzie, J. 1997. The best in sportswear design. B.T. Batsford Ltd.
- McKenzie, J., 1997. The best in lingerie design. B.T. Batsford Ltd.
- Utrio, K. 2005. Bella Donna kaunis nainen kautta aikojen. Tammi.

SÄHKÖISET LÄHTEET

- Kotoilu: The Finnish Homing Trend of the 2010's, kirjoittanut Henni Hakala. Viitattu 5.10.2013.
<http://www15.uta.fi/FAST/FIN/A14PAPS/hh-home.pdf>
- Kotoilu asuntomessuilla. Viitattu 6.10.2013.
<http://www.ts.fi/teemat/koti+ja+asuminen/510052/Kotoilu+on+muotia+asuntomessuilla>
- TNS Gallup. Viitattu 9.10.2013.
<http://www.talouselama.fi/uutiset/nyt+nousussa+suomessa+kotoilu+ja+minamina/a2185532>
- Slow-liike, Yle. Viitattu 7.10.2013.
http://yle.fi/vintti/yle.fi/akuutti/arkisto2008/091208_b.htm
- Slow-liike. Viitattu 7.10.2013.
http://en.wikipedia.org/wiki/Slow_living

Suomen Trikoo, Yle. Viitattu 1.10.2013.
http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/1930-lu-vun_nainen_verhoutui_jo_mieluusti_trikooseen_11108.html#media=80527

Marimekko. Viitattu 15.10.2013.
<https://www.marimekko.fi/>

Reino. Viitattu 15.10.2013.
www.reinokauppa.fi/

Nanso. Viitattu 15.10.2013.
<http://www.nanso.fi/mallisto/nanso-kodikas/yo-ja-oloasut-syksy-2013>
<http://www.nansogroup.com>

Trendi, tyyli, vaatekappaleita. Viitattu 29.9.2013.
<http://en.wikipedia.org/wiki/Negligee>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Pajamas>
http://en.wikipedia.org/wiki/Bed_jacket
http://en.wikipedia.org/wiki/Tea_gown

Oloasu sanakirjoissa. Viitattu 1.9.2013.
<http://www.ratkojat.fi/hae/oloasu>
<http://fi.wiktionary.org/wiki/oloasu>

Trendi, trendiennuste. Viitattu 20.9.2013.
http://en.wikipedia.org/wiki/Fashion_forecasting
<http://www.suomisanakirja.fi/trendi>
<http://www.thefreedictionary.com/trend>
<http://en.wikipedia.org/wiki/Trend>

Heimot. Viitattu 15.9.2013.
http://en.wikipedia.org/wiki/Tuareg_people#Clothing
<http://triggerpit.com/2011/06/12/tribal-face-paints-papua-new-guinea-37-pics/>
http://www.bibliotecapleyades.net/mitos_creacion/esp_mitoscreacion_0.htm

Huntu. Viitattu 15.9.2013.
<http://en.wikipedia.org/wiki/Veil>

KUVALÄHTEET

Kuva 2. Juicy Couture, Jumpin, Onepiece, Triumph, Rösch, Eva B. Bitzer, Féraud, figleaves, Natori, Bassetti.

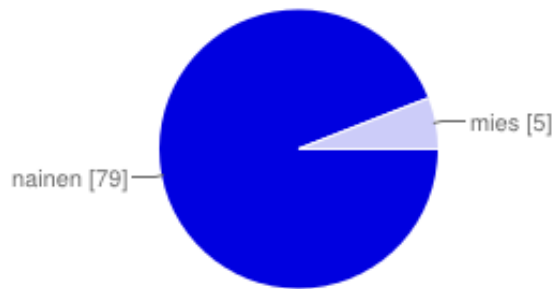
Kuva 3. Marimekko, Finnwear, Reino, Nanso.

Kuva 4. Mpdclick.

Kuva 6. <http://jaynjeff.blogspot.ch/2009/09/last-day-in-mumbai-in-markets.html>
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Algerian_woman%27s_outdoor_costume.jpg
<http://triggerpit.com/2011/06/12/tribal-face-paints-papua-new-guinea-37-pics/>
http://www.insanewallpapers.com/view-spider_net-1680x1050.html
<http://english.umuseke.rw/in-ancient-africathe-woman-was-not-only-for-her-husband-but-a-family-woman/>
<http://www.starstyle.com/jennifer-behr-feather-veil-in-dark-sp62984/>

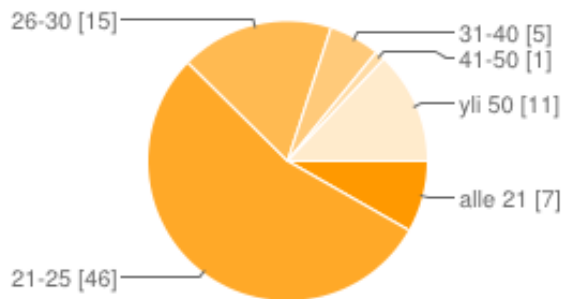
OLOASUKYSELYN TULOKSET

Sukupuoli



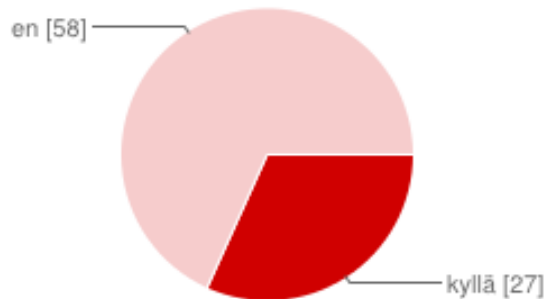
nainen	79	94%
mies	5	6%

Ikä



alle 21	7	8%
21-25	46	54%
26-30	15	18%
31-40	5	6%
41-50	1	1%
yli 50	11	13%

Käytätkö kotona samoja vaatteita kuin töissä/ulkona?



kyllä	27	32%
en	58	68%

Mikä on oma määritelmäsi oloasulle? Mikä erottaa työvaatteesi kotivaatteistasi?

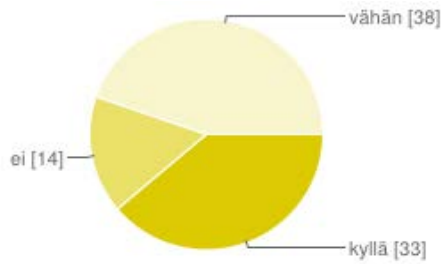
Oloasu antaa tunteen vapaa-ajasta ja rennosta oleilusta sekä kodin pikku askareista. Oloasu on rento, ei kiristä eikä purista, mutta voi silti istua hyvin. Mukava päällä, rento. Kotona voi olla tosi lyhyet sortsit tai muutenkin vähemmän vaatetta päällä ja kulahantanut kangas. Oloasu on mukavampi kuin muut vaatteet mutta silti yhtä sievä. Rento, löysä, lämmin, kulahtanut, ei niin tyylikäs kuin työvaate. Kouluun enemmän harkittua näyttävää ja tyylikästä ja epämukavampaakin. rönttäisyys Oloasu päällä on mukava olla. Työasu on virallisempi. Kotivaatteet on yleensä löysempiä, rennompia. Sellaisia joissa on helppo liikkua. oloasu on mielestäni eri asia kuin kotivaate. oloasun voi laittaa saunan / suihkun jälkeen illalla, tai oloasua voi periaatteessa käyttää vaikka julkisestikin. varsinaisia kotivaatteita minulla ei kyllä ole ollenkaan. töissä on siistit, ehjät vaatteet. mielestäni vaateen tulee olla mukava ja itseä miellyttävä, käytti sitä sitten kotona tai töissä. harvoin vaihdan vaatteita työpäivän päätteeksi kotiin tultuani. Oloasu on ensisijaisesti mukava. Ei kiristä ja siinä on helppo kokata tai käpertyä sohvalle mukavasti. Vuodenajasta riippuen oloasun pitää olla väljä ja viileä tai lämmin. Oloasussa pitää kehdata viedä roskat ulos. Oloasun on hyvä olla moniosainen (esim. vetoketjuhuppari, t-paita ja housut) varsinkin kylmään vuodenaikaan, koska kokkaillessa tulee kuumaa ja pitää olla helppoa riisua paksu paita pois. Kesällä kaksi osaa riittää. Oloasu on rento ja väljä, siinä on helppo liikkua. Oloasu ei kiristä, vaikka löhöisit missä asennossa hyvänsä. Oloasu on myös kevyt, ei liian hiostava. Mukavat, rennot vaatteet jotka eivät välttämättä ole kovin tyylikkää. Niissä on miellyttävää olla missä asennossa vain eikä liikkuminen ole hankalaa. Oloasua käytetään vain kotona, ehkä jopa roskanvientireissulla, mutta ei missään nimessä julkisilla paikoilla. Oloasu ei ole sama kuin yöasu. Työvaatteet ovat ennen kaikkea hyvännäköiset, yksinkertaisen siistit. Kotona päällä voi olla lähes mitä vain. Se on mukava ei kiristä, luonnonmateriaalia, joustava ei liikaannu helposti, helppo pukea, ei liian iso että voi työskennellä. oloasu on mukava, ei kiristä, oloasun ulkonäöllä ei ole niin paljon merkitystä kuin työvaatteella. Oloasu on rennompaa, mukavuus on selkeästi ulkonäköä tärkeämpää. Oloasu on mukava ja kiristämätön, mutta ei säkkimäisesti roikkuva. Käytän samoja paitoja sekä kotona että töissä, mutta housut vaihdan kotiin tullessa farkuista tai suorista housuista verkkareihin. Jos on kuumaa, saatan kotona vaihtaa päälle jonkin joustavakankaan hellemekon. Oloasunkin olisi mielellään oltava ehjä, risaisia vaatteita en tykkää käyttää. Mukava ja rento. Oloasua en käyttäisi muualla kuin kotona vaatteiden luonteen vuoksi; ne ovat löysiä ja ovat tarkoitettu vain kotikäyttöön. Kotivaatteet voi olla mitä vain niissä ei poistuta kodin ulkopuolelle. Kotona haluaa olla mukavammin kuin töissä tai muuten ulkona. Mukavuuteen vaikuttaa se miltä vaate tuntuu päällä (pehmeä kangas), miten se soveltuu sisäilmaan (tarpeeksi lämmin/viileä) ja se että siinä on vaivatonta olla ilman kiristäviä kohtia. Ne on myös helppo vetää päälle. Eikä haittaa jos olovaate olisi sen verran siistin ja kivan näköinen, että siinä voisi huoletta käydä esim. lähikaupassa. Kotivaatteet ovat kevyet, väljät ja rennot. mahdollisimman mukava ja rento, joka ajautuu välinpitämättömän ja rähjäisen muotoon. Työvaatteeseen verrattuna ei siis niin paljon ulkonäköpaineita, paitsi siinä vaiheessa kun ovikello soi ja tulee yllätysvieraita. Oloasu on mukava päällä, joustavaa materiaalia ja kestää paljon pesua. Oloasu on sen verran mukavan näköinen, että siinä kehtaa esiintyä, vaikka olisi joku toinenkin paikalla. Helppo pukea ja riisua, jos on vaikka sairaana. yleensä kotona on päällä toppi ja (mini)hame. Kotona en mieti sopiiko värit yhteen. Ulos mennessä laitan pidemmän tai muuten vähemmän boheemin hameen tai mekon päälle ja katson yhteensopivuuden kuntoon. Oloasu tai kotivaate on mukava päällä, löysähkö ja kiristämätön, säähän sopiva. Työvaatteiden ja kotivaatteiden suurin ero on siinä, että työvaatteet ovat työhön nähden mahdollisimman käytännölliset ja samalla tyylikkää. Oloasuni kotona on rento ja yksinkertainen, materiaalina ehdottomasti superein vaihtoehto on trikoo. Se ei ole liian löysä, eikä kutita. Aivan kuin toinen iho! Töissä pidän siistejä farkkuja ja kauluspaitaa, jotka luovat ammattimai

semman vaikutelman. Näin oma työfiilikin on motivoituneempi kuin kotona hengaillessa. Istuvuus on löysempi kuin arkivaatteissa. Kangas saattaa olla pehmeämpää ja mukavamman tuntuista kuin arkivaatteissa. Kunhan itsellä on mukava olla, eikä vaatteet kiristä tai purista. Työvaatteet ovat uniformun tyyliä ollut minulla yleensä, joten kotona niitä ei pysty käyttämään. Oloasu on mukava päällä, joka ei purista tai kiristä mistään. Rento, pehmeämmän tuntuinen Oloasun kuuluu olla mukava. Työvaatteissa kiinnitän enemmän huomiota siisteyteen ja asiallisuuteen, vaikka käyttömukavuus on niissäkin tärkeää. Oloasu on työvaatteita vapaamuotoisempi ja epävirallisempi. Pukeudun harkiten myös vapaa-ajalla, siinä missä töissä ja koulussa. Sanasta "oloasu" ensimmäisenä mieleen tulee mukavuus ja käytännöllisyys. Itse kuitenkin harvoin pukeudun niin. Rento fiilis vaatteissa ja vapaa liikkuvuus ovat kotona tärkeitä, kuitenkin liian löysiä kotivaatteet eivät saa olla.

Oloasusta tulee mieleen t-paita ja collegepöksyt. En oikein tykkää olla sellaisissa vaatteissa vaan käytän mieluummin kotonakin samoja vaatteita, kun töissä käytän. Rento, vaatteet eivät kiristä, niissä on helppo olla, helppo laittaa päälle. Materiaali pehmeää ja mukavaa. Kotiasun oltava rento, miellyttävää luonnonmateriaalia, esim. pehmeäksi pestyä pellavaa, asussa pitää olla ehdottomasti taskut johon voi laittaa avaimet ym. Ihanteellinen asu on pellavaiset mekkotunika & väljät housut. + pellavaneuletakki. Pellavaan ei tartu koirankarvat niin helposti kuin esim. collegeen ja trikooseen. Rypistyminen kuuluu pellavan luonteeseen joten niitä ei välttämättä tarvitse silitellä. :) Työvaatteet kyllä silitän. rennommat Oloasu on ne kledjut joissa on hyvä olla (esim. väljät housut ja tunika) ja joissa ei lähtisi ihmisten ilmoille. Töissä käytän kokovalkoista sairaanhoitajan asua. Oloasu on asu, jossa on helppo ja mukava olla. Asun täytyy olla joustava ja pehmeä. Asu ei myöskään saa kiristää mistään kohtaa eikä estää mitään liikkeitä. Asun täytyy olla sopivan löysä, mutta ei kuitenkaan mikään huljake. Eri vuodenaikoina tarvitaan erilaisia asuja vaikka lämpimyyttä ajatellen. Kotivaate voi olla epämääräisempi. Työvaatteen täytyy olla siistimpi ja asiallisempi. Työyhteävästä riippuen työvaatteessa voi olla jopa tietynlaista muodikkuutta. Mukava päällä, ei kiristä eikä ahdistaa... :) Rentous ja helppous. Kotiasun materiaalit ovat joustavia ja yleensä trikoota. Kotivaatteet on löysempiä ja rennompia, jopa sellaisia, joita ei "ihmisten ilmoilla" kehtaisi käyttää. "Pieruverkkarit", oloasu on pehmeä ja joustava.. asu jossa on mukava olla Mukavat ja löysät, voivat olla sottaiset tai muodottomat oloasu on rento ja siinä on mukava olla. Työvaatteeni ovat siistimmät kuin kotivaatteeni. kotivaatteet ovat miellyttävämpiä ja mukavampia päällä, rennompia. Työvaatteet ovat vähän "parempaa materiaalia", yritän pitää ne siisteinä että eivät kulu/ tule polvipusseja tms. tai etten läikytä niille mitään vapaa-ajalla. Kotona käytän vanhoja bändipaitoja, kuluneita ja muotonsa menettäneitä farkkuja yms... Kotiolovalaateiden pitää olla mukavat, työvaatteiden pitää olla edustavan näköiset. Rento, väljä, saa sotkeutua, mukava. Työvaatteet siistimmät kuin kotivaatteet. Oloasussa on helppo olla. Rento; väljiä T-paitoja, collegehousuja, huppareita yms. Työvaatteet ovat asiallisempia ja linjakkaampia, esim. farkut ja poolopaita. joustavat materiaalit, väljyys. mukavuus, pehmeys. Se, että on hyvä olla eikä mikään purista. Työvaatteet usein ryhdikkäämpiä ja istuvempia, niissä voi olla vaikka vähän jostain puristaisikin. Oloasu on pehmeä ja mukava. Mikään ei kiristä ja purista. Työvaatteet ovat siistimpiä ja ulkonäkö saattaa mennä mukavuuden edelle. Kotona viihtyy pääsääntöisesti ilmavammassa ja väljemmissä vaatteissa Käytän töissä ja vapaa-ajalla paljon samoja vaatteita, joten pidän oloasuja oikeastaan vain aamulla herätessä ja illalla ennen nukkumaan menoa. Tällöin oloasu koostuu lähinnä yöpuvusta tai kylpytakista. Oloasussa ei mennä postilaatikkoa ja tontin rajaa kauemmas. Oloasussa ei ole ulkonäkövaatimuksia. Rentous, pehmeät materiaalit, esim. college-housut ja T-paita tai huppari. Työvaatteet ovat asiallisemmat ja erilaisesta, kovemmasta kankaasta valmistetut. Tosin t-paitoja voi käyttää niin kotona kuin töissäkin. rentous, voi touhuta pihalla. Ei haittaa jos sotkee :) Kissankarvojen määrä. Päiväni sisältää yleensä 3 asukokonaisuutta. oloasun joka useimmin on myös nukkumisasu, eli pyjamat, paituli, kigurumi, ulkonäköliikkumisvaatteet/työhönmenemisvaatteet ja työ/treeniasu. (Baletinopettaja eli leotardi,

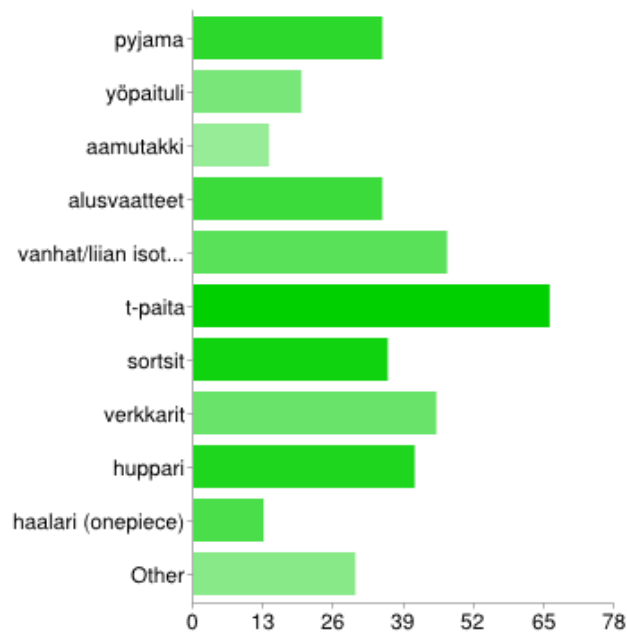
hamonen ja balettitossut...) Oloasu on nimenomaan semmoinen joka on ihan itseäni varten ja saa sisältää kissankarvoja ja tahroja, mutta en kuitenkaan halua rumaa "ei mitään väliä" oloasua, vaan suosin niissäkin itseäni miellyttävää tyttömäistä söpöyttä. Talvella suosin lämpimiä haalareita ai aamutakkia ja kuumemmalla ilmalla keyyitä pyjamia tai yöpaitaa. Rennot ja löysät vaatteet, jotka eivät purista tai kiristä mistään. Yltiömäinen söpöys on plussaa. Töissä käytän paitaa. Rento asu joka ei kiristä, jossa mukava olla. Yleensä trikoisia vaatteita. Rento, helppo, pehmeä, ei purista mistään, lämmin - tai kuumalla viileä, yksinkertaisesti lähes huomaamaton päällä. Kotivaatteet on mukavat päällä. koton mahdollisimman rennot vaatteet ja sit tälle kesäsin tietty mahd. vähän pääl. Julkisesti jotain vähä enemmän peittävä. Koton voi käyttää jotai rääsyi ja kulunei vaattei, mut julkisesti mielummin ei Oloasu on yleensä vähän rennompempi kuin työasu (esim. veluuriasu), tai muuten sellainen asu, jota en töissä käyttäisi (esim. töihin liian lyhyt mekko tai hame, kuluneet vaatteet tai kummalliset asuyhdistelmät). Oikeastaan oloasu on melkein kuin koti- asu, siis asu, jossa olen kotona vapaapäivinä. Oloasussa tunnen oloni mukavaksi ja helpoksi. Asu ei saa kiristää, puristaa, kutittaa tai hangata mistääs, mutta sen tulee silti näyttää hyvältä itseni vuoksi :) Kaikki tahtovat nähdä kauniin minän peilistä. Oloasussa voi mennä myös peitona alle Oloasu on pehmeä, joustava, ei liian piukka eikä liian väljä vaan mukavan sopiva. Siinä on jouston varaa myös lämpöisyydessä, eli t-paita tai toppi ja fleec- kuminauhahousut + fleec- vetskaritakki. Kesällä tietysti vilpoisempaa, esim. caprit ja toppi. Jos esim. kesällä täytyy työpaikalla pitää pitkiä housuja (tiukat farkut tms.) vaihdan mielelläni johonkin mukavampaan heti kotiin päästyäni. Talvella en kuitenkaan juuri koskaan vaihda vaatteitani oloasuun. Oloasu on minulle asu, jossa mikään ei kiristä tai purista ja nimenomaan sellainen, jossa en lähde kodin ulkopuolelle oleilemaan. Yleensä oloasuni on pyjama, jossa joko aamulla oleilen pidemmän aikaa ennen kuin tarvitsee lähteä johonkin taikka vaihdan illalla reilusti ennen nukkumaanmenoa. Materiaali; oloasu on pehmeämpi, mukavampi, väljempi ja joustavampi. Vaate/vaatteet, jotka osuvat aamulla ensimmäisenä käteeni. Ne ovat vaatteita, jotka voivat rauhassa likaantua päivän aikana ja tuntuvat hyvältä päällä. Oloasu on pehmeä ja mukava, eikä sen kuluminen tai tahriintuminen vaikka maaliin niin haittaa. Ihmisten ilmoille sitten vähän siistimpää vaatetta ja rintsikatkin päälle. Oloasu on mukavaa pehmeää ja keyyttä trikoota, ei välttämättä kovin paljon yksityiskohtia. Työvaatteissa pitää näyttää hyvältä, ja niiden pitää olla siistit. Kotivaatteet saa olla paljastavampia. Oloasu on sellainen, jossa kehtaa korkeintaan kävellä lähikauppaan hakemaan maitoa. Se on mukava (suosin kan- kaissa trikoota ja collegea), kätevä, nopeasti päälle laitettava. Siinä voi istua, maata, jumpata, käydä vaikka kävelylenkillä. Se on kuitenkin niin rento, muodoton ja ruma ettei siitä ole työpaikalle tai kouluun (koeviikot ovat poikkeus). Yleensä oloasut myös näyttävät nopeasti käytetyiltä ja nuhruisilta, joten se ei anna sinusta hyvää kuvaa vaikkapa työnantajalle. Käytän yöpukua (yöpukuhousut ja trikoopaita) jos on liian kylmä nuk- kua alasti, en vietä juuri aikaa kotona vaan erottelen vapaa- ajan vaatteet jotka voi olla villimmät ja näyttävämmät työ-vaatteista joiden täytyy olla käytännölliset ja työpaikan ilmapiiriin sopivat. Myös työvaatteiden täytyy näyttää itseltä koska en ehdi vaihdella vaatteita päivän mittaan. Oloasu on rento ja siinä on mukava olla. Saa olla nuhjuinen Oloasu on mukava ja rento päällä. Työvaatteissa mietin enemmän ulkonäköä kuin koti- vaatteissa, mutta toki kauniit kotivaatteetkin on vain pelkkää plussaa. Voihan vaatteet olla hyvännäköisiä vaikka olisivatkin helppoja pidettäviä. Mukava asu missä on hyvä olla ja vähän löhöillä. Oloasu on mukava vaate, jossa on helppo olla. Oloasu antaa tilaa liikkua, se päällä voi vaikka venytellä. Materiaalin tulee tuntua hyvältä iholla. Työ- vaatteet ovat ns. siistimpiä ja hienompia kuin kotivaatteet. Materiaaleina ovat esim. fark- kukangas tai ohut puuvillakangas. Materiaalin joustavuus ei ole niinkään tärkeää, mutta edelleen sen täytyy tuntua hyvältä. Työvaatteissa on enemmän kuvioita. Kotivaatteis- sa on mukavampi olla, mutta ne näyttävät myös kivoilta. Työvaatteet ovat piukempia.

Onko oloasun ulkonäöllä väliä?



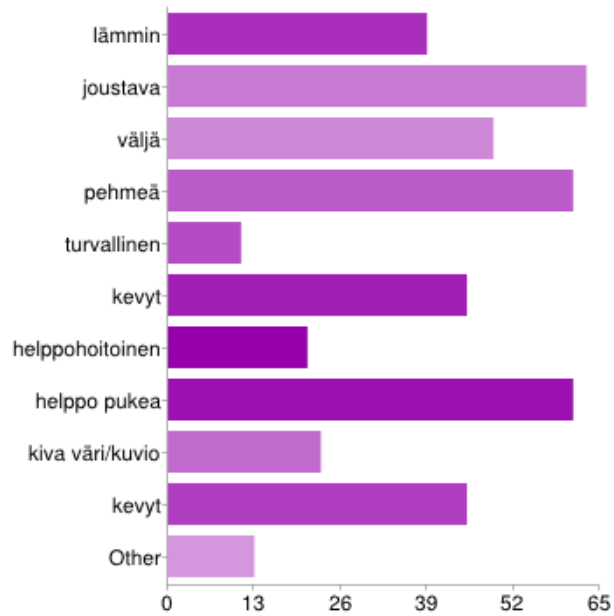
kyllä	33	39%
ei	14	16%
vähän	38	45%

Mitä seuraavista vaihtoehtoista käytät oloasuina?



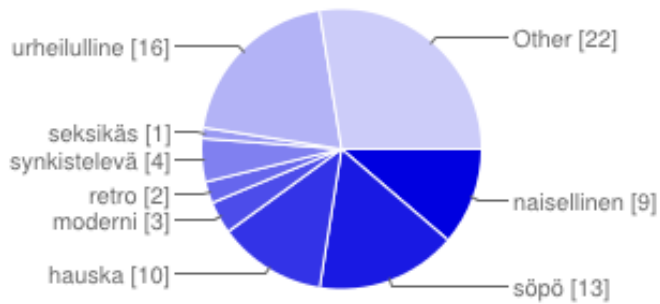
pyjama	35	9%
yöpaituli	20	5%
aamutakki	14	4%
alusvaatteet	35	9%
vanhat/liian isot/liian pienet vaatteet	47	12%
t-paita	66	17%
sortsit	36	9%
verkkarit	45	12%

Ominaisuudet, joita arvostat eniten oloasuissa?



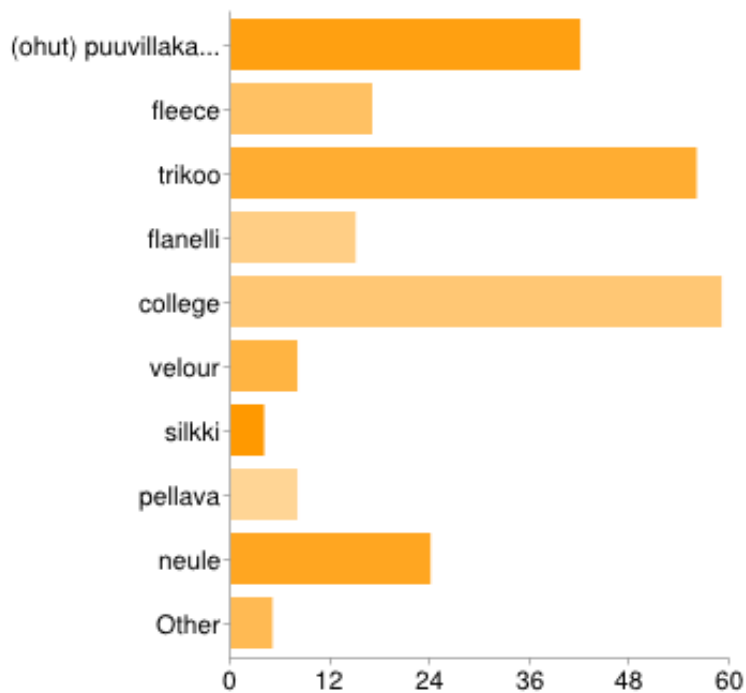
lämmin	39	9%
joustava	63	15%
väljä	49	11%
pehmeä	61	14%
turvallinen	11	3%
kevyt	45	10%
helppohoitoinen	21	5%
helppo pukea	61	14%
kiva väri/kuvio	23	5%
kevyt	45	10%
Other	13	3%

Tyylit, josta pidät erityisesti oloasuissa?



naisellinen	9	11%
moderni	3	4%
retro	2	3%
synkistelevä	4	5%
seksikäs	1	1%
urheilullinen	16	20%
Other	22	28%

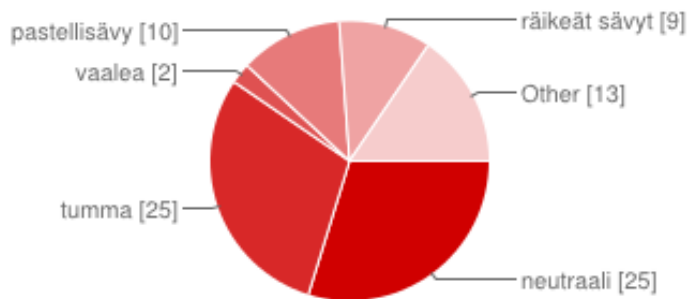
Mistä materiaaleista/kangaslaaduista pidät eniten oloasuissa?



(ohut) puuvillakangas	42	18%
fleece	17	7%

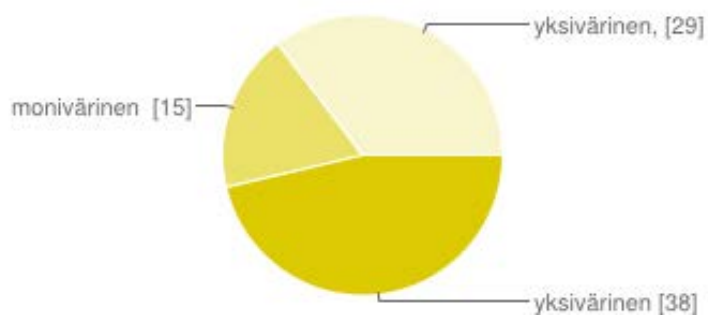
trikoo	56	24%
flanelli	15	6%
college	59	25%
velour	8	3%
silkki	4	2%
pellava	8	3%
neule	24	10%
Other	5	2%

Millaisesta värimaailmasta pidät oloasuissa?



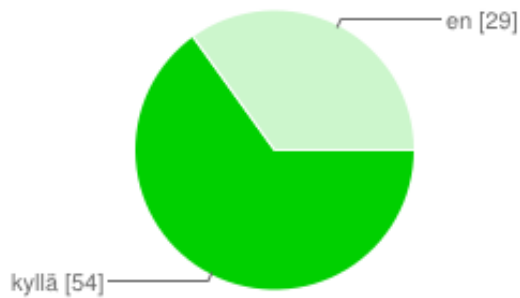
neutraali	25	30%
tumma	25	30%
vaalea	2	2%
pastellisävyt	10	12%
räikeät sävyt	9	11%
Other	13	15%

Millaisesta värimaailmasta pidät oloasuissa?



yksivärinen	38	46%
monivärinen (esim. pilkullinen, raidallinen koko kangas)	15	18%
yksivärinen, jossa kuvio (esim. printti)	29	35%

Pidätkö printeistä/brodeerauksista/teksteistä/muista kuvioista oloasuissa?

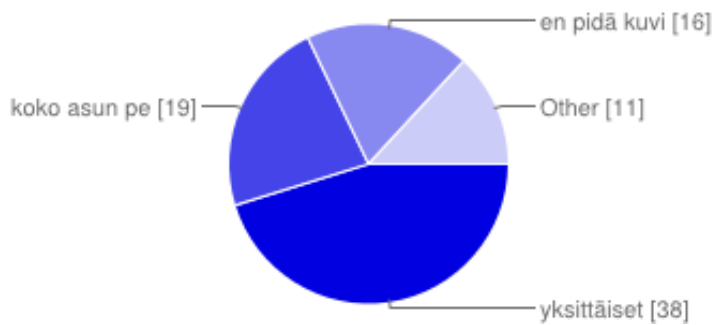


kyllä	54	65%
en	29	35%

Minkä tyylistä kuvioinneista pidät oloasuissa?

abstraktit	21	26%
esittävät	24	29%
tekstit	6	7%
en pidä kuvioinneista	18	22%
Other	13	16%

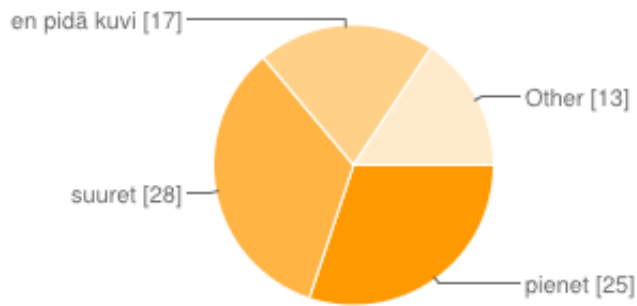
Minkä tyylistä kuvioinneista pidät oloasuissa?



yksittäiset	38	45%
koko asun peittävät	19	23%

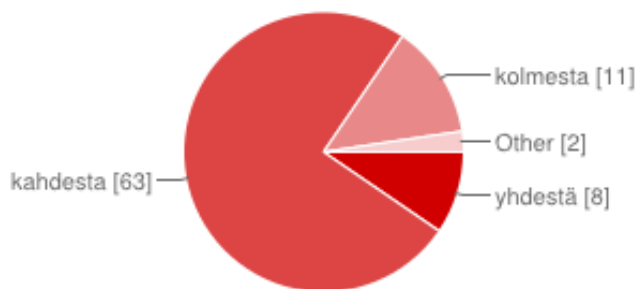
en pidä kuvioinneista	16	19%
Other	11	13%

Minkä kokoisista kuvioinneista pidät oloasuissa?



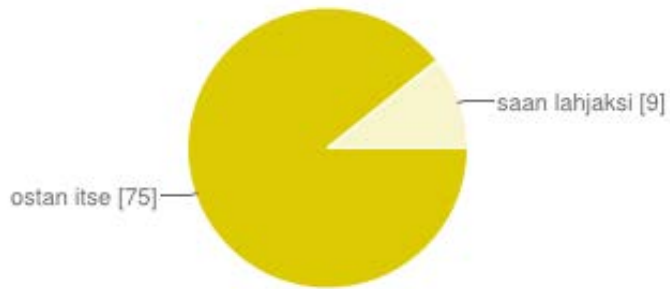
pienet	25	30%
suuret	28	34%
en pidä kuvioinneista	17	20%
Other	13	16%

Monestako yksittäisestä vaatekappaleesta toivoisit oloasun muodostuvan?



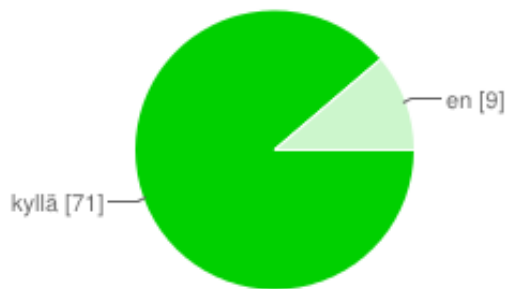
yhdestä	8	10%
kahdesta	63	75%
kolmesta	11	13%
Other	2	2%

Valitsetko pääsääntöisesti itse oloasusi vai saatko ne lahjaksi?



ostan itse	75	89%
saan lahjaksi	9	11%

Haluaisitko enemmän valita oloasusi itse verrattuna lahjaksi saamiseen?



kyllä	71	89%
en	9	11%

Annatko itse muille lahjaksi oloasuja?

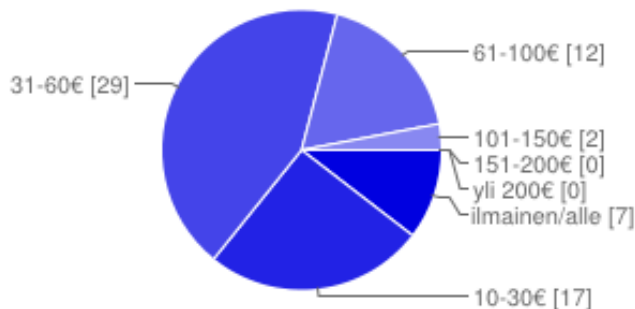


kyllä	12	14%
en	71	86%

Jos annat muille lahjaksi oloasuja, miten valitset ne?

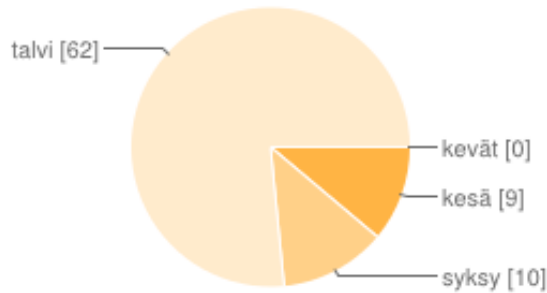
Jotakin hauskaa ja persoonallista pitää olla - kuva, teksti tai malli. valitsisin saajan persoonan mukaan. Käyttäjälle sopivan tyylin mukaan Hauskat ja lahjan saajalle sopivat värit ja kuvioinnit, laadukas materiaali (esim. Triumph valmistaa aika laadukkaita oloasuja), käyttömukavuus ja siisteys. Valitsisin mahdollisimman samankaltaisen kuin lahjan saaja muutenkin käyttää. Sesongin ja tarpeen mukaan Katson, mikä olisi ukolle sopivan lämpöinen ja helppo pukea. Valitsen lahjan saajan näköisen oloasun ja materiaaleja joista tiedän lahjan saajan pitävän. Ihmisen yleisen tyylin mukaan Lahjan saajan tyylin mukaan. samoin kuin omani. Etsin asuista asioita, jotka sopivat lahjansaajan persoonaan. Annan olo/yöasuja silloin tällöin miehelni lahjaksi, jos uskon hänellä olevan käyttöä niille. Valitsen jonkun hauskan asun, josta tiedän miehen pitävän. Omille lapsille käytännöllisyyttä ja ulkonäköä ajatellen. Sen pitää olla saajan näköinen. Jos antaisin, valitsisin lahjan sen perusteella, mikä tyyli sopii parhaiten lahjan saajalle ja miten käytännöllinen se olisi hänelle. ulkonäön perusteella, jos on kivan ja toimivan näköinen. sopiva koko ja hinta Lahjaksi voi antaa pyjaman tai esimerkiksi aamutakin. Mutta yleensä oman oloasuni ollessa vanhoja kauhtuneita vaatteita, en niinkään edes kutsuisi noita oloasuiksi vaan pikemminkin aamu- ja yövaatteiksi. En uskaltais antaa oloasua kellekään. Tilanne, jossa ostaisin oloasun lahjaksi, valitsisin lahjan saajan persoonallisuuden ja tyylin mukaan.

Miten paljon maksaisit juuri itseäsi miellyttävästä ("täydellisestä") oloasusta?



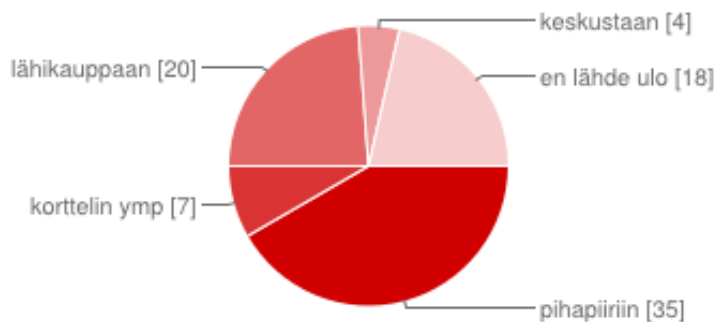
ilmainen/alle 10€	7	10%
10-30€	17	25%
31-60€	29	43%
61-100€	12	18%
101-150€	2	3%
151-200€	0	0%
yli 200€	0	0%

Mihin vuodenaikaan oloasut tuntuvat ajankohtaisimmilta?



kevät	0	0%
kesä	9	11%
syksy	10	12%
talvi	62	77%

Lähdetkö oloasu yllä ulos?



pihapiiriin	35	42%
korttelin ympäri	7	8%
lähikauppaan	20	24%
keskustaan	4	5%
en lähde ulos oloasussa	18	21%

Jos lähdet oloasu yllä ulos, teetkö asuun joitakin lisäyksiä? Jos teet, mitä?

takki päälle :) tai housut jalkaan. Tennarit, pitkä takki ja joskus huivi. Kukaan ei tiedä, mitä alla on :-D Mahdollisesti huppari tms.. Jos lähdän oloasussa ulos, lähdän salille, jonne kävelen kymmenisen minuuttia. Tässä tapauksessa en tee, takkia ja kenkiä lukuunottamatta. Laitan rintaliivit päälle ;) takki Laitan takin ja kengät Enpä juuri. Jos ei ole jo takintapaista niskassa, niin sen vedän vielä ylle. En Kelin vaatiessa takki ja huivi. takki päälle jos on niin kylmä. Ja jotkut släbärit jalkaan roskisreissulle. Talvella laitan takin. alaosa, ehkä rintaliivit, kengät Omalla pihalla käy mikä vaan.

Ihmisten ilmoille lähtiessä kaikenpeittävä takki tarpeen. Yleensä yhdistän esim. oloasun housuihin jonkun siistimmän paidan tai hupparin. Kylmällä tietysti takin. En tee. Käyn vain roskiksilla tms. Jos on talvi, niin toppatakki niskaan ja postilaatikolle. Kengät ja takki. laitän pitemmän hameen Ulkovaatteet Laitan jonkin pitkähihaisen paidan päälle. Saatan vaihtaa osia tai peittää takilla koko komeuden, niin voi lähteä pidemmällekin kuin pihapiiriin. mitä turhaan Kengät jalkaan Neuletakki, huivi, sukat tai esim. kengät :) Joku neuletakki päälle Riippuu tarpeesta, sataapaistaa? kylmemmällä lisää ainakin kaulahuivin. Villatakki ja kengät takki päälle En tee lisäyksiä. Pyrin olemaan vain lähietäisyydellä (oma pihapiiri). lenkkarit Nahkatakki ja mahdollinen kankainen kauppakassi Jos oloasun yläosa on liian paljastava, laitän hupparin päälle. Kengät :D Ehkä jopa sukat. Riippuen säästä, puen takin ja saatan asustaa kokonaisuutta esim huivein ja päähinein. Hattu ja kengät. Oloasuni ovat usein sieviä mekkoja. Saatan vetää jonkun hupparitakin tms. päälle. Muuten on liian "alaston" olo. Riippuen ilmasta, jos on vileää niin takki tai huppari ylle. puen ylleni koruja, ainakin korvakorut. lisäksi saatan lisätä jonkin ei-niin-oloasu-tyylisen vaatekappaleen. Jos on kylmä, laitän ulkovaatteet oloasun päälle. Laitan housut jalkaan Rotsi, huivi, pipo jne. kengät, takki talvella Jos on hiha-ton/lyhythihainen yläosa, saatan heittää niskaan kauluspaidan tms, ettei tarvi esitellä näitä käsivarsia tuolla ihmisille. XD Riippuen oloasusta. Toisissa asuissa saatan hyvinkin lähteä kauppaan, ja toisissa asuissa viern korkeintaan roskapussin pihalle. Laitan takin luultavasti koska suurimman osan vuodesta on liian kylmä. jalkineet Takin voin lisätä. Lähinnä muu ulkonäkö, esim tukka tai meikit, kengät, laukku yms. housut jalkaan tod.näk. saatan pukea jonkun hupparin päälle Jos minulla on päällä pelkästään housut ja t-paita niin saatan laittaa hupparin päälle ulos lähtiessä. En juurikaan, talvella takki päälle.

Jos et lähde ulos oloasussa, miksi et? Millaisessa oloasussa lähtisit?

Tämänhetkiset oloasuni eivät ole mielestäni tarpeeksi siistin näköisiä. Lähtisin ulos oloasussa joka mukavuudestaan huolimatta ei näyttäisi löhöilyasulta, vaan rennon huolitellulta ja tyylikkäältä. Yleensä oloasuna t-paita ja alkkarit Oloasu on harvoin niin siistin näköinen, että se päällä kehtaisi lähteä ihmisten ilmoille. Voisin lähteä, jos asusta ei huomaa että se on oloasu. - Oloasu koostuu vaatekappaleista kuten t-paita tai leggingsit, joissa ei liikuta ulkona. Oloasu menettää merkityksensä jos sillä voi liikkua ulkona. En lähtisi ulos liian paljastavassa oloasussa. Omassa pihapiirissä voisin liikkua oloasussa johon kuuluisi olohousut ja yläosana vaikkapa toppi. Olisi käytännöllistä jos voisin lähteä. Ninjamaisessa vähän urheilullisessa asussa lähtisin. Oloasu on kotivaate. En mene juoksulenkillenkään farkuissa. Oloasut ovat niin "noloja", että ei tulisi mieleen lähteä niissä ulos. Ne poikkeavat täysin normaalista pukeutumisesta eli ne ovat löysiä ja mukavia. Voisin kuvitella lähteväni ulos joissakin collegehousuissa ja t-paidassa, jotka eivät ole liian isoja. Koska oloasuni koostuivat niistä pyjamista ja alusvaatteista niin en lähtisi pihapiiriä kauemmas mutta tietysti säädylisessä oloasussa voisin lähteä ihan lähikauppaankin. Oloasuni (silloin harvoin, kun sellaista erityisesti käytän) on yleensä joko niin kulunut/vanha/huonosti istuva, etten kehtaa lähteä siinä ihmisten ilmoille. Jos joskus raaskisin ostaa oloasun, joka on tehty hyvästä ja kauniisti laskeutuvasta materiaalista, saattaisin siinä lähikauppaan lähteä. Pitkillä auto-/junamatkoilla tms. saatan kyllä käyttää lököttävempiä kollareitani. koska käytän sitä lähinnä kotona ja yleensä talvella jollon se on liian kylmä pihalla. Oloasun määritelmä ei aivan täytä niitä vaatimuksia, mitä yleisillä alueilla liikkuesssa asulta vaaditaan. koska asu pitää olla ehjempi, ei rypistynyt ja kohtuullisesti istuva Näyttävät liikaa yöpaidoilta. Jos olisivat siistimpiä-tyylikkäämpiä niin kulkeminen olisi helpompaa. Vaihdan aina arkivaatteet oloasun tilalle. Oloasun on hieman nolo, nuhaantunut ja ryysyisen näköinen. Voisin lähteä ulos aivan uudessa esim velour- asussa. Ei ole olemassa sellaista oloasua, jolla lähtisin ulos. Pois omalta tontilta läh

tiessä pitäis laittaa parempi oloasu. Eihän se silloin ole oloasu! Huppari ja collegehousut. asu on usein liian väljä ja paljastava, tai liian tyyliön En lähde julkisille paikoille oloasussa. Liian risaisessa/ römppäisessä en lähtisi. Ulos lähtisin jos oloasu

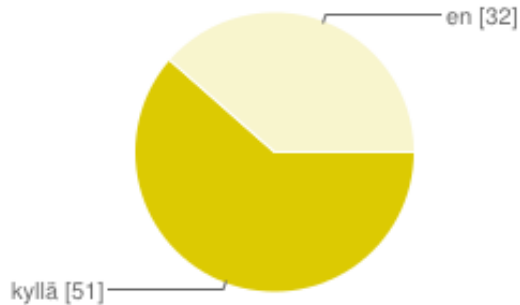
olisi esim. mukava, rento ja nätti mekko. Minulle on hyvin vaikeaa olla sisällä samoilla vaatteilla kuin ulkona, mutta jos oloasuni on niin kevyt, että sen päälle saa ns. ulkovaatteet lähtisin ulos oloasulla. Ihan kaikessa en kehtaa. Kyllä pitää olla huppari-collegehousut meininki, ihan siinä kauhtuneimmassa t-paidassa ja pikkareissa ei viitsi. Harvemmin tosiaan lähdän oloasussa ulos, mutta jos se olisi siisti ja hyvännäköinen eikä näyttäisi yöpuvulta:D No samoja toppeja voin käyttää, vaikka kotona tuleekin suosittua väljimpiä mitä kaapista löytyy ja säästelyä siisteimpiä toppeja ulos. (Ettei turhaan ne kivoimmat vaatteet kulu ja vaadi pesua useammin.) Mutta en tiedä miten farkku-tyyppisten housujen "ryhdikkyuden" ja kotioloissa suosittujen lökämpökyjen mukavuuden voisi yhdistää. Siistimmässä kuin mitä omistan Oloasuni on niin reilunkokoinen, laitan hiukan sopivamman. Muuten pellavamekossa kyllä voisin lähteäkin. Pihapiirin ulkopuolelle lähtisin oloasussa, joka olisi materiaailtaan tukevampaa kuin trikoo ja voisi olla useammasta kuin kahdesta osasta. Lökämpökyissä yms ei naamaa ulkona näytetä. Siistit ja kohtuullisesti istuvat pitäisi olla että ulos kehtaisi mennä.

Tunnetko varsinaisia oloasuvaatebrändejä tai pidätkö joitakin brändejä oloasuihin erikoistuneina? Jos tunnet, mitä brändejä ja mitä mieltä niistä olet?

Muistaakseni mm. Juicy Couture on erikoistunut veluurityyppisiin oloasuihin. Joiltain merkeiltä löytyy myös erityisesti oloasuihin erikoistuneita mallistoja. (esim. Filippa K Soft Sport). en tunne Tiedän japanilaisten merkkien, kuten gal -merkkien Liz Lisan ja Jesus Diamanten sekä lolitamerkkien joskus tekevän erittäin suloisia oloasuja ja sellaisen ostaisinkin, jos olisi rahaa laittaa oloasuun, joka kuitenkin nuhraantuu äkkiä. Crocsit on mielestäni "oloasukengät." - onepiece = nolo aikuisten potkupuku. Vedän päälle mielummin ne reikäiset legginssit kun ylihinnoitellun potkupuvun en taida tuntea onepiece mielessä ainakin koska se mainittiin kyselyssä juuri... nanso, jotenkin jämähtänyt yöpuvun näköisiin kuvioihin. Malleissakin olisi paljon muunneltavuutta. Juicy couturella on kivoja oloasuja. One piece on myös tunnettu, mutta en käytä niitä. En Jumpin, kokohaalarin käytännöllisyyteen liittyy varmasti muutamia epäkäytännöllisyyksiä mukavuutensa ohelle Juicy couture. Aivan kamala. En tunne. En tunne Eikös Nansolla ole sen tyyppisiä, mutta ovat aika pyjama-henkisiä, liian paljon siis. Ja myös aika tylsiä. OnePiece. Tavallaan tykkään ja haluaisin, toisaalta koko konsepti on mielestäni älyttömän hölmö ja erityisesti ruma. Juicy'n velouriasut ovat tuttuja mutta ne eivät miellytä itseäni materiaalin ja ulkonäön vuoksi(ovat ns vähän istuvampia) nanso -kiva idea, mutta mummomaisia kuoseja ja roikkuvia yöpaitoja. marimekon raitapyjamat ym.-aika nähtyjä tapauksia, printtimaailma on loputon, miksi jämähdetään samoihin raitoihin? suomalaisten firmojen mitoitukset on melko reiluja ja vaatteet väljiä (finnwear, nanso ym.) mitoitusta voisi nykyaikaisistaa sirommaksi ja seksikkäämmäksikin, ei tarvitsisi olla niin tantan näköinen. Se kokohaalari brändi, voi joku muu ostaa jos haluaa, ei niin paha kun vaikka crocsit. Mutta en itse halua, tulee vauvat mieleen eikä oo kiva että joutuu riisumaan kaiken kun käy vessassa. En ole varma onko tämä vain mielipiteeni, mutta koen odd mollyn olevan oloasu brändi, en itse pidä merkin vaatteista. Nämä ns. potkupukumerkit, esim. OnePiece. One Piece taitaa ainakin omassa mielessäni olla pelkkien oloasujen valmistaja, ja vaikka en itse sellaista haalaria omista niin voisin kuvitella käyttäväni sitä vain oloasuna enkä kaupungille lähtiessä. Tämä voisi kuitenkin olla yksi esimerkki oloasusta edelliseen kohtaan, jossa voisin siis lähteä sinne lähikauppaan asti. one piece, jumpin yms. - Kotona löhöilyyn varmaan mahtava, mutta en lähtisi pihaa pide

mälle ulos. OnePiece. Nuorten teinityttöbloggaajien ylihinnoiteltu suosikkibrändi. Mieleen tulee vain onepiecejä myyvä merkki (en muista nimeä). Itse en lähtisi kyseisessä asussa ulos, ellei kyseessä olisi jokin tapahtuma tm. "hyvä" syy.

Koetko kotoilu/homing- tai slow life -ajattelun tai elämäntavan omaksesi?



kyllä 51 61%

en 32 39%

Jotain lisättävää oloasujen tiimoilta tai mielessä heränneitä ajatuksia?

Oloasu on vähän kuin aikuisen lohturiepu :) - Halvat jouliset paitulit, pyjamat, aamutakit ovat suurimmaksi osaksi kammottavia! Lisää maailmaan kauniita seksikkäitä oloasuja. Tosin itse en ostaisi niitäkään koska oloasuni koostuu suurinpiirtein samoista vaatteista mitä käytän muutenkin tai sitten matkatuliaisista jotka näyttävätkin liian eksoottisilta suomeen palattua. Mielestäni oloasut kuuluvat joka vuodenaikaan (mutta laitoin nyt tuonne "kesä", koska kesällä on kaikkein tukalinta viettää vapaa-aikaa ah-taissa työvaatteissa. XD) Mielestäni hyvä oloasu olisi sellainen, joka on pehmeää/kevyttä materiaalia + hihojen/lahkeiden pituus modattavissa + ulkonäkö sellainen, että kehtaa avata oven jos tulee yllätysvieraita. (Ja tietty olisi plussaa, jos asun väreillä/kuoseilla voisi ilmentää omaa persoonaansa.) Onnea opparin tekoon! ^_^ Ihmiset eivät yleensä osta oloasuja, tai en itse ainakaan ole koskaan ostanut. Oloasut ovat yleensä vanhoja vaatteita, joista tykkä, mutta ne ovat jo sen verran kulahtaneita että niitä ei enää kehtaa käyttää julkisesti. Oloasu ei saa omasta mielestäni olla liian oloasumainen. En kehtaisi mennä ulos niskasta nilkkoihin velouriin pukeutuneena. Oloasun pitää olla mukava, mutta se ei saa näyttää liikaa oloasulta. En oikeastaan ikinä ole ostanut mitään vaatekappaletta oloasuksi. Vanhat yövaatteet tai liian isot t-paidat vain ajautuvat olovaatteiksi. Mutta tämä kysely herätti kyllä mietteen siitä, pitäisiköhän sitä joskus hankkia oloasu erikseen. En vain tunne, että sellaiseen raaskisin pistää rahaa. Printit hyviä, brodeeraukset eivät. Kuviointien kohdalla arvostan hillitympiä, en kovin räikeitä kuvioita. Kaikki vuoden ajat ovat yhtä ajankohtaista oloasujen käyttöaikaa. Tuulipuvut pois katukuvasta :D Tsemppiä naisten oloasumalliston suunnitteluun! Toivottavasti mallistosta löytyy mieleistä erikaisille ja näin ollen myös suuremmalle kohdeyleisölle. :) Oikeasti olen niin köyhä, etten voisi maksaa täydellisestä oloasusta mitään. Keveys on oloasussa tärkeää. Ei ole mukavaa, jos tuntuu että päällä roikkuu jotain painavaa tai vaikka hupparin painava huppu kiskoo vaatetta kurkkuun tai olkapäältä vinoon. Materiaali ei saa myöskään olla hiostavaa, vaikka olisi paksumpikin. Oloasu kertoo mielestäni paljon kantajastaan, sillä kotona ei tarvitse miettiä/välittää muiden mielipiteistä omaa pukeutumista kohtaan. Lemppari oloasussa on myös hyvä ja rento olla, parhaillaan "kotivaatteisiin" vaihtaminen toimii eräänlaisena irtaantumiserituaalina työ- ja kouluhuolista. Minulla on paljon erilaisia oloasuja, joita käytän tilanteen mukaan. Kotona löhötessä saatan käyttää yhtä hyvin

pyjamaa tai velour-asua, kuin siistimpää mekkoakin. Asun valintaan vaikuttavat niin mieliala, tai jos tiedän saavani vieraita. Jos tiedän tekeväni jotain "sotkuista" puuhaa, valitsen tietysti taas erilaiset vaatteet. Kaupoissa saisi olla enemmän kasarityylisiä vaatteita. Väljät housut, paita voi olla naisellisempi (toppi vaikka), villasukat. Materiaalit ja housujen lahkeiden, sekä paidan hihojen pituus vuodenajan mukaan. Kylmä ei saa tulla. Olen aina mieltänyt oloasuksi vaatteet joita ei voi kierrättää esim. kirppareille mutta roskapönttö ei ole vielä oikea vaihe. Nykyisin valmistettavat oloasut saisivat olla laadukkaampia, on vaikea löytää kestävää ja hyvännäköistä oloasua. Siksi usein käytänkin vaikkapa urheiluvaatteita tai tavallisia T-paitoja varsinaisen oloasuksi valmistetun vaateen sijasta. Oloasu saisi olla selvästi erilainen pyjaman kanssa, koska oloasussa pitäisi voida lähteä uloskin esim. lähikauppaan. Aikuisille voisi olla enemmän hauskoja printtejä ja muuta kuvioiteja oloasuissa. Ehkä myös erilaisiin alakulttuureihin liittyviä tyylivaihtoehtoja oloasuissa (esim. gooteille, punkkareille, klassisen tyylin harrastajille, jne. omanlaisensa oloasut.) Reiluja kokoja vaatteisiin, eikä mitään kinkkanoita. Ja mielellään kivannäköisiä. :) Jos mietin että millainen olisi onnistuneesti suunniteltu oloasu, niin sen kangas olisi laadukasta materiaalia, joka ei venyisi käytössä ja värit pysyisivät hyvinä ja se tuntuisi iholla mukavalta. mitat istuisivat vartalolle melko hyvin, mutta pieni väljyys takaisi rennon olotilan pukeutumisessa. erilaiset, raikkaat printit ja mielenkiintoiset väryhdistelmät tekisivät asusta kivannäköisen. Moniosainen oloasu mahdollistaisi lämpimän pukeutumisen kylmällä ja toisaalta vaatteita voisi yhdistellä muidenkin vaatteiden kanssa. (Printtikuosillinen oloasu+ yksiväriset housut-kauppareissu mahdollinen?) :) Voi olla että markkinoilla kaivattaisiin niin sanotusti muodikkaampia oloasuja, jolloin oloasuissa voisi lähteä kodin ulkopuolelle. Mutta toisaalta mielestäni oloasun merkitys tällä tavoin katoaa. Miksi oloasussa pitäisi viihtyä myös kodin ulkopuolella? Vai kaipaavatko markkinat yksinkertaisesti mukavampia ja helpokäyttöisempiä vaatteita?

Number of daily responses

