



Candy agents going green

Taidekasvatus osallistavan
suunnittelun työvälineenä

LAB Ammattikorkeakoulu
Muotoilu - ja Taideinstituutti
Muotoilijan koulutusohjelma
Syksy 2020
Veera Konga



**Free the child's
potential, and you
will transform him
into the world**

Maria Montessori

ABSTRACT

Konga, Veera
Bachelor's thesis
Published: Autumn 2020
Pages: 77
Candy agents going green -
Art education as a tool for participatory design
Bachelor of art and design, wearable design

Candy agents going green is my research project, in which I aim to explore how art pedagogical methods could be used as a tool for participatory design. I believe that my research topic is important both from the children's rights and sustainable fashion point of view. I think that once users have developed an emotional bond with a product through participation, it is likely to last longer. In the future designers will have to consider more about how to create truly relevant products and meaningful experiences for users. I also find it contradictory that children play a significant role in modern consumer society, yet still most of the products used by children are designed merely from the perspective of adults.

As a practical part of my research I will organize a co-design workshop for children, in which I aim to find out how children can be involved in the print design process through different art educational tasks. In addition my goal is to create a business model and branding strategy around the co-design workshop.

KEYWORDS

Co-design
Participatory design
Art education
Kidswear
Sustainable fashion design
Print design

TIIVISTELMÄ

Konga, Veera
AMK Opinnäytetyö
Julkaistu: Syksy 2020
Sivuja: 75
Candy agents going green -
Taidekasvatus osallistavan suunnittelun työvälineenä
Muotoilija (AMK), Puettava muotoilu

Candy agents going green on tutkimusprojekti, jonka tarkoituksena on tutkia taidekasvatuksellisen työskentelyn mahdollisuuksia osallistavan suunnittelun työvälineenä. Työn toiminnalliseen osuuteen kuuluu lapsille suunnattu yhteissuunnittelutyöpaja, jonka avulla on tarkoitus havainnoida käytännössä, miten taidepedagogiset tehtävät soveltuvat vaatetussuunnittelun kaupalliseen ympäristöön. Lisäksi tarkoituksenani on luoda omalle yritykselleni liiketoimintamalli ja brändistrategia taidekasvatuksellisen yhteissuunnittelutyöpajan ympärille, sekä suunnitella mini-mallisto jossa lasten teoksia on hyödynnetty lastenvaatteiden painokuoseissa.

Uskon tutkimusaiheeni olevan tärkeä paitsi osallisuuden ja lasten oikeuksien näkökulmasta, myös vaatetusteollisuuden vastuullisuuden näkökulmasta. Tuotteet joihin käyttäjillä on muodostunut yhteissuunnittelun kautta tunneside, ovat todennäköisesti pitkäikäisempiä. Tuotesuunnittelijoiden tulee tulevaisuudessa pohtia yhä enemmän, miten luoda aidosti merkityksellisiä tuotteita ja kokemuksia käyttäjille. Lisäksi koen ristiriitaisena sen tosiasian, että lapsilla on merkittävä rooli nykyajan kulutusyhteiskunnassa, mutta silti suurin osa lasten käyttämistä tuotteista on suunniteltu pelkästään aikuisten näkökulmasta.

Tutkimusprojektini tavoitteena on löytää keinoja ottaa lapset mukaan heille suunnattujen tuotteiden suunnitteluun sekä selvittää, voiko taidekasvatusta hyödyntää merkityksellisempien tuotteiden ja kokemusten suunnittelussa vaatetusalailla.

AVAINSANAT

Osallistava suunnittelu
Taidekasvatus
Yhteissuunnittelu
Lasten vaatteet
Vastuullinen vaatetussuunnittelu
Kuosisuunnittelu

SISÄLLYSLUETTELO

1. JOHDANTO

1.1 Lähtökohdat ja tavoitteet	6
1.2 Tutkimuskysymykset ja -menetelmät	7
1.3 Käsitteet ja viitekehys	8

2. TAUSTOITUS

2.1 Osallistava suunnittelu	11
Osallisuus	
Osallistava suunnittelu	
Muotoilijan rooli merkityksellisten kokemusten tuottajana	
Lasten osallistaminen	
Eettisyys ja korvaukset	
Lapsen kehitysvaiheet	
2.2 Taidekasvatus	16
Taidekasvatus	
Muotoilukasvatus	
Muotoilua vai taidetta?	
Muotoilija kasvattajana	
2.3 Kuosisuunnittelu	18
2.4 Lapset kuluttajina	20
Lapset muodin kuluttajina	
Lastenvaatteiden sukupuolittuneet merkitykset	
Tämän hetkiset markkinoilla olevat lastenvaatteet ja kuosit	
2.5 Haastattelut	24
Jonna Tötterman / Design for Children's rights	
Marjut Rahkola / Vimma	
Hanna Kapanen / Designmuseo	

3. TYÖPAJA

3.1 Veera Konga Design	31
3.2 Yhteissuunnittelun toteutus ja liiketoimintamalli	32
3.3 Työpajatehtävät	34

4. MALLISTO

4.1 Yhteissuunnitellut kuosit	47
4.2 Piirroksesta painokuosiksi	48
4.3 Mallisto	58
4.4 Brändäys	68

5. LOPPUPÄÄTELMÄT

LÄHTEET	70
---------	----

1. JOHDANTO

1.1 Lähtökohdat ja tavoitteet

Muotoilun alat ovat murroksessa ja tuotesuunnittelun saralla vuorovaikutteisuus käyttäjien kanssa on yhä suuremmissa roolissa. Osallistavasta suunnittelusta on puhuttu jo 1970-luvulta lähtien, mutta taidepedagogisen näkökulman tuominen yhteissuunnitteluun on vielä uutta. Yhteissuunnittelun ja taidepedagogiikan metodeissa on kuitenkin löydettävissä yhtäläisyyksiä ja uskoakseni ne voivat ruokkia ja täydentää toisiaan. Tähän kuitenkin kaivataan uudenlaisia näkökulmia, lähestymistapoja ja työkaluja. Vaatetussuunnittelun saralla osallistavaa suunnittelua toteutetaan käytännössä vähän ja siksi koin aiheeseen tarttumisen tärkeäksi.

Opinnäytetyössäni pohdin taidekasvatuksen ja osallistavan suunnittelun yhtymäkohtia ja niiden mahdollisuuksia oman lastenvaatemalliston kuosien suunnittelussa. Taustalla on tavoite ottaa lapset paremmin mukaan suunnitteluprosessiin sekä löytää taidekasvatuksesta työkaluja yhteissuunnittelutyöpajan organisoimiseen. Lopullisena tavoitteenani on ideoida osallistavan suunnittelun ympärille liiketoimintamalli, jota hyödyntää omassa yritystoiminnassani. Uskon että kasvatus ja muotoilu voivat rikastuttaa toisiaan ja jakamalla suunnittelijan valtaa käyttäjille on mahdollista luoda entistä pitkäikäisempiä tuotteita ja merkityksellisempiä kokemuksia.

Aiheen valinta tapahtui osittain sattumalta huomattessani omien kykyjeni olevan rajalliset lapsia osallistavan suunnitteluprosessin organisoimiseen. Tästä syntyi ajatus etsiä yhteissuunnitteluun työkaluja taidekasvatuksen puolelta.

1.2 Tutkimuskysymykset ja -menetelmät

TUTKIMUSKYSYMYKSET

- Miten toteuttaa lapsia osallistava yhteissuunnittelutyöpaja?
- Miten taidekasvatukselliset menetelmät toimivat osallistavan kuosisuunnittelun työvälineenä?
- Miten kaupallistaa ja brändätä taidekasvatuksellinen yhteissuunnittelutyöpaja osaksi vaatebrändin liiketoimintaa?

TUTKIMUSMENETELMÄT

- Kirjalliset lähteet
- Yhteissuunnittelu
- Kyselytutkimukset
- Haastattelut

YHTEISTYÖKUMPPANIT

- Designing for Children's Rights
- Designmuseo
- Vimma clothing



1.3 Käsitteet ja viitekehys

OSALLISUUS

Kokemus, jossa toimija voi itse vaikuttaa toimintaan, ottaa vastuuta sekä vaikuttaa toiminnan kulkuun ja lopputulokseen. (Heinänen & Heiskanen, 2018, s.14)

OSALLISTAVA SUUNNITTELU (PARTICIPATORY DESIGN)

Käyttäjälähtöinen suunnittelumenetelmä, jonka pyrkimyksenä on osallistaa suunnitteluprosessiin käyttäjiä tai muita sidosrymiä.

FLOW-TILA

Optimaalisen tietoisuuden tila, jossa ihminen kykenee täysin uppoutumaan tekemäänsä asiaan. Flow-tilan toteutumisen edellytys on että taidot ja tehtävän haastavuus ovat tasapainossa.

SOSIOKULTTUURINEN INNOSTAMINEN

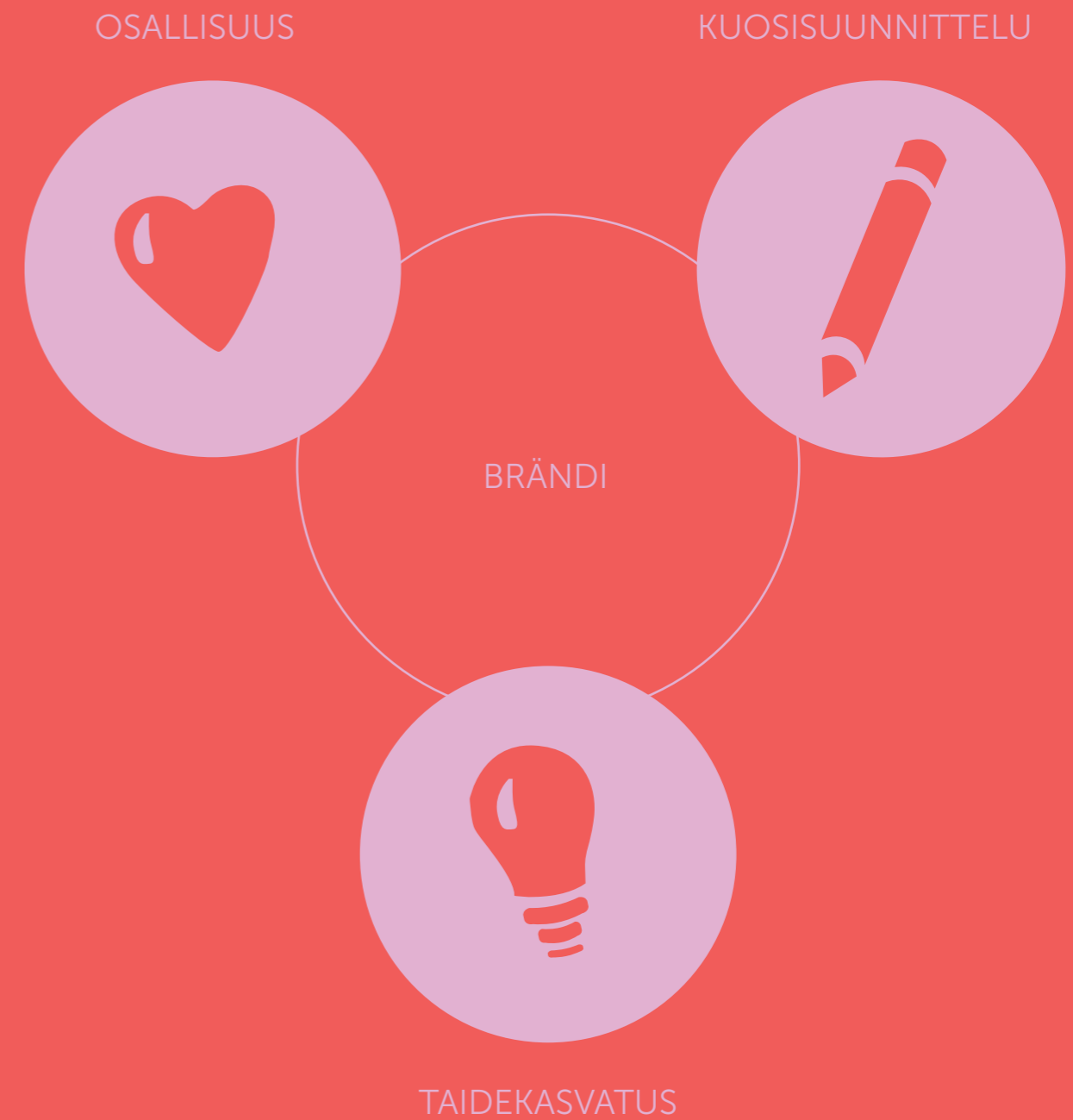
Sellaisen osallistumisen mahdollistamista, jonka tavoitteena on ihmisen kasvaminen aktiiviseksi toimijaksi.

KESTÄVÄ KEHITYS

Maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. (kestavakehitys.fi)

YHTEISSUUNNITTELU (CO-DESIGN, CO-CREATION)

Luova, sosiaalinen ja ohjattu prosessi, jossa suunnittelija ja käyttäjä työskentelevät yhdessä yhteisen tavoitteen eteen.



Kuvio 1. Projektin visuaalinen viitekehys

2.

Taustoitus



2.1 Osallistava suunnittelu

OSALLISUUS

Osallisuus on käsitteenä laaja. Osallisuuden kokemisele on oleellista ihmisen yksilöllinen tunne siitä, että tämä voi vaikuttaa omaan elämäänsä, kulttuuriin ja yhteiskuntaan. Osallisuuden kokemus syntyy, kun ihminen kokee voivansa osoittaa kyvykkyytään toisille, kokee elävänsä erilaisissa suhteissa muihin ihmisiin, tuoda oman osamisensa näkyväksi ja kokea merkityksellisyyttä elämäänsä. (THL, 2017, s.55)

YHTEISSUUNNITTELU

Muotoilun näkökulmasta yhteissuunnitteluksi voidaan määritellä toiminta, jossa suunnitteluun normaalisti osallistumattomat sidosryhmät osallistetaan suunnitteluun ja kehittämiseen. (Halmeenmäki, 2012, s.21) Tällä voidaan tarkoittaa mitä tahansa luovaa, aktiivista ja sosiaalista prosessia, jossa käyttäjät ja suunnittelijat työskentelevät yhdessä yhteisen tavoitteen eteen. (Bertini, 2014, s.2). Osallistavan suunnittelun ja yhteissuunnittelun määritelmää ei aina ole helppoa erottaa toisistaan, mutta molempien ytimessä on merkityksen luominen käyttäjälle.

2000-luvulla vuorovaikutteisuus on tullut osaksi luovia aloja ja jaottelu muotoilun tekijöihin ja vastaanottajiin on alettu nähdä vanhanaikaisena. Halmeenmäen mukaan osallistavassa suunnittelussa suunnittelijan rooli on olla kaikkien luovuutta ja sen ilmenemistä tukevien ratkaisuiden kehittäjä ja organisoija. (Halmeenmäki, 2012, s.21) Osallistavan suunnittelun hyötyjä on käyttäjälle kehittyvä suhde tuotteeseen, jonka suunnitteluun on päässyt osalliseksi. Osallistavaa suunnittelua toteutetaan käy-

tännössä kuitenkin varsin vähän, etenkin vaatetusalalla. Haasteiksi saattaa muodostua esimerkiksi runsaiden resurssien vaatiminen toiminnan organisoijalta, sekä osallistujien epävarmuus omista kyvyistä. Lisäksi esteiksi saattaa muodostua suunnittelijan epävarmuus lopputuloksesta sekä se, ettei osallistamiseen löydy riittävästi työkaluja ja osaamista. Osallistavassa suunnittelussa korostuukin suunnittelijan kyky toimia fasilitaattorina sekä toiminnan ohjaajana ja mahdollistajana.

Osallistavuutta voidaan toteuttaa eri tasoisesti riippuen siitä, missä määrin käyttäjän vaikutusvalta toiminnassa toteutuu. Käyttäjän osallistuminen voi vaihdella vähäisestä osanotosta intensiiviseen osanottoon, jossa käyttäjä toimii suunnittelijan tasavertaisena yhteistyökumppanina.

MUOTOILIJAN ROOLI MERKITYKSELLISTEN KOKEMUSTEN TUOTTAJANA

Muotoilun määritelmä on murroksessa ja sen myötä myös muotoilijan toimenkuva muuttuu jatkuvasti. Muotoilu ei merkitse enää pelkästään fyysisten hyödykkeiden muotoilua, vaan on muuttunut entistä enemmän immateriaalisempaan suuntaan. Muotoilun käsitteeseen on integroitunut uusia termejä, kuten hyvinvoinnin muotoilu ja sosiaalinen muotoilu. (Vepsäläinen, 2015, s.16) Muotoilun käsite on laajentunut perinteisestä esineiden suunnittelusta esimerkiksi käyttäjälähtöiseen suunnitteluun sekä kokemus- ja palvelumuotoiluun. Toiminnan lähtökohtana on entistä enemmän kyetä ymmärtämään asiakasta.

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa korostuu usein tuotteen käytettävyys, mutta käyttäjäkokemukseen liittyy vahvasti myös muut tekijät, kuten käyttäjän tunteet sekä käyttäjän ja käytettävän tuotteen välille syntyvä yhteys. Emotionaaliset seikat liittyvät vahvasti kuluttajien käyttäytymiseen. Käyttäjän ja käytettävän tuotteen väliseen suhteeseen vaikuttavat esimerkiksi tuotteeseen liittyvät merkitykselliset assosiaatiot, kuten muistot, kokemukset ja arvot. Tuotteiden ja palveluiden myynnin ohessa tuotteisiin liittyvät kokemukset ovatkin tulleet tärkeäksi osaksi nuotoilun liiketoimintaa. (Battarbee, 20014, s.40)

Tänä päivänä ja tulevaisuudessa suunnittelijan tulee siis entistä enemmän pohtia, miten luoda aidosti merkityksellisiä tuotteita ja kokemuksia kuluttajille. Yhteissuunnittelutyöpajaan liittyvät emotionaaliset assosiaatiot voisivat liittyä esimerkiksi koettuun sosiaaliseen vuorovaikutukseen, luovan prosessin tuottaman flown kokemiseen, sekä nähdäksi ja kuulluksi tulemisen tunteeseen.

LASTEN OSALLISTAMINEN

Osallistavalla toiminnalla voi olla tärkeä sosiaalinen merkitys lapsen kokemukselle kuulluksi tulemisen tunteesta. Sosiaalisen ulottuvuuden lisäksi osallistavalla toiminnalla on myös poliittinen ulottuvuus. YK:n yleissopimuksen 12. ja 13. -artiklan mukaan lapsella tulisi olla oikeus ilmaista omat mielipiteensä häntä koskevissa asioissa. (YK, s.11, s.12)

The Designing for Children's Rights -järjestön mukaan lapsille suunnattuja tuotteita ja palveluja suunniteltaessa on tärkeää pitää mielessä todellisen käyttäjän, eli lapsen, mieltymykset ja tarpeet. Siitäkin huolimatta usein lapsille suunnatut tuotteet, vaatteet ja palvelut ovat useimmiten aikuisten näkökulmasta suunniteltuja. Lasten näkökul-

man toteutumista edistääkseen järjestö on luonut monialaisessa yhteistyössä Children's design guide -oppaan, jossa suunnittelun tueksi on listattu seuraavat periaatteet:

- Suunnittelun tulee tukea lapsen oikeutta syrjimättömyyteen sukupuolen, iän, kielen, etnisen taustan tai sosioekonomisen taustan perusteella.
- Suunnittelun tulee kannustaa lasta tutkimiseen, riskien ottoon ja uteliaisuuteen lapsen kehitystason mukaisesti.
- Lapselle tulee antaa mahdollisuus merkityksellisiin kokemuksiin.
- Suunnittelijan tulee huolehtia siitä että lapselle suunnatut tuotteet ja palvelut ovat turvallisia.
- Suunnittelijan tulee huomioida lapsen oikeus yksityisyyteen.
- Tuotteen ja palvelun tulee tukea lasta leikin ja levon tasapainon löytämisessä.
- Suunnittelun tulee tukea lapsen hyvinvointia, sosiaalisuutta, luovuutta, itseilmaisua ja yhteistyökykyä muiden kanssa.
- Suunnittelijan tulee huolehtia siitä, että lapselle olennainen tieto on esitetty lapselle saavutettavalla ja ymmärrettävällä tavalla.
- Suunnitteluun kannattaa osallistaa lapsia ja muita sidosryhmiä.

Lasten ollessa osallistavan suunnittelun kohderyhmänä on huomioitava lasten erilaiset henkiset ja fyysiset kehitystasot eri tavalla kuin aikuisia osallistettaessa. Lasten ajattelu ja taidot ovat harjaantumattomampia kuin aikuisten, joten työpajojen rakenne, tekniikat ja tehtävät on ideoitava lapsen kehitystasolle sopiviksi. Lasten innostaminen, motivoiminen ja sitouttaminen projektiin vaatii myös erilaista luovuutta kuin aikuisten osallistaminen.

Osallistavan pedagogiikan opinnot ovat avanneet minulle osallisuuden käsitettä aivan uudella tavalla. Ideoidessani työpajaa pelkästään suunnittelijan tietotaidoilla en oikeastaan osannut ajatella osallisuuskäsitteen laajuutta ja sen merkitystä yhteiskunnallisesti. Osallistavaan pedagogiikkaan perehdyttyäni halusin ottaa tavoitteekseni, että yhteissuunnittelutyöpaja ainakin jollain tasolla on kaikkien halukkaiden lasten saavutettavissa. YK:n Lapsen oikeuksien yleissopimuksen mukaan jokaiselle lapselle tulee tarjota yhtäläiset oikeudet virkistys- ja kulttuuritoimintaan sekä taiteisiin. Uskon, että toteutuessaan kuosityöpajassa toteutuu sosiaalisen osallisuuden näkökulmasta ainakin syrjäytymisen ehkäisy, yhteiskuntaan osallistumisen mahdollistaminen sekä yksilön taitojen ja kykyjen edistäminen.

EETTISYYS JA KORVAUKSET

Osallistettaessa haavoittuvassa asemassa olevia käyttäjäryhmiä, kuten lapsia, on eettisiin seikkoihin kiinnitettävä erityistä huomiota. YK:n yleissopimuksen lapsen oikeuksista 32 artiklan 1 kohdan mukaan lapsella ei saa teettää työtä, joka haittaa tämän ruumiillista, henkistä, sosiaalista tai moraalista kehitystä. Lasta tulee myös suojella taloudelliselta hyväksikäytöltä. Lasten osallisuuden tulee perustua vapaaehtoisuuteen ja yhteissuunnitteluprosessin tulee olla reilu ja läpinäkyvä. Lapsilla tulee olla oikeus yksityisyyteen ja heidän tulee ymmärtää miten ja mihin tarkoitukseen heidän tietojaan ja aineistojaan hyödynnetään. Aikuisena ohjaajan on ymmärrettävä moraaliset velvollisuutensa lasta kohtaan ja suojeltava tätä vahingoittavalta toiminnalta ja hyväksikäytöltä.

Kysyin lasten korvauksista ja tekijänoikeuksista Design for Children's rights -järjestön Jonna Töttermanilta, sekä Ornamon lakimieheltä, Jussi Ilvoselta. Keskustelujen myötä ilmeni, että yhteissuunnitteluun liittyy ristiriitai-

suuksia lasten saamiin korvauksiin ja tekijänoikeuksiin liittyen. Yhteissuunnittelusta tulisi hyötyä kaikkien osapuolten, mutta sekä Ilvosen että Töttermanin mukaan korvauskäytäntöjen kirjo on suuri, eikä lasten palkkioihin ole olemassa yleistä suositusta. Ilvosen mukaan ei ole tavatonta, että tekijänoikeuksista syntyy myös väärinkäsityksiä, mikäli tekijänoikeuksista ei ole sovittu kirjallisesti. Yhteissuunnittelussa ongelmia voi aiheuttaa myös epäselvyys siitä, kenelle tekijänoikeudet kuuluvat. Lähtökohtaisesti alkuperäisen teoksen tekijänoikeudet kuuluvat aina sen tekijälle, joskin myös jälkiperäisteoksen muokkaajalle voi syntyä tekijänoikeudet, mikäli muokkauksessa täyttyy itsenäisyyden ja omaperäisyyden kriteerit. Tällöinkin teoksen muokkaamiselle tulee olla lupa alkuperäisen teoksen tekijältä. Tekijällä on oikeus tekijänoikeuksista saataviin korvauksiin iästä tai muusta statuksesta riippumatta. (Ilvonen, 2020) Tällä hetkellä on tyypillistä, että korvaus määräytyy lapsen iän ja yrityksen saaman arvon mukaan ja tekijänoikeudet siirtyvät automaattisesti yritykselle. Yleensä rahapalkkioiden sijaan yritykset suosivat lahjakortteja ja tuotepalkkioita. Yli 12-vuotiaiden kohdalla korvaus on yleensä noin 30-100 euron arvoinen, käytäntöjen kuitenkin vaihdellessa tapauskohtaisesti. Joissain tapauksissa tuotepalkkioon liittyvä tunnearvo voi olla lapselle jopa rahapalkkiota merkittävämpi, joten sopivan korvauksen arvoa voi olla vaikea mitata. (Tötterman, 2020)

Lähtökohtaisesti oikeudet tekijänoikeuskorvauksiin tulisi siis kuulua lapsille siinä missä aikuisillekin. Mikäli sopiva korvausmäärä yrityksen, suunnittelijan ja vanhemman näkökulmasta on vaikea määrittää, voi paras ratkaisu olla sopia lyhyestä sopimuskaudesta tai rojalteista myynnin mukaan. (Ilvonen, 2020)

Lapselle ominaisia piirteitä kehitysvaiheittain työpajan suunnittelun tueksi:

	Kognitiivinen kehitys	Hienomotoriset taidot	Henkinen ja sosiaalinen kehitys	Itsenäistyminen ja pukeminen
4-7 v.	Ymmärtää painon, värin, koostumuksen, etäisyyden peruskäsitteet.	Taitava käsistään Kopioi ja värittää piirustuksiaan ja osaa piirtää yksityiskohtia	On jo jonkin verran itsenäinen ja vastuullinen	On kiinnostunut pukeutumisesta ja pukeutuu usein rooliasuihin
6-8 v.	Toistaa asioita kunnes hallitsee ne Kaipaa kehuja Ymmärtää esineiden lajittelua Kiinnostunut abstrakteista symboleista, supersankareista ja ihmisen olemassaoloon liittyvistä asioista	Taitava askartelemisessa Yrittää piirtää oikeita mittasuhteita	Herkkä kritiikille (7v) Yhä kiinnostuneempi rahasta ja ostamisesta	
8-10 v.	On erittäin luova ja kekseliäs	Silmä-käsi-koordinaatio jo pitkälle kehittynyt Alkaa piirtämään oikeassa perspektiivissä	Oppii ongelmien ratkaisua Tuntee empatiaa Ystävien ja joukossa leikkimisen tärkeys korostuu Identifioituu kirjojen ja elokuvien henkilöihin	
10-12 v.	Omat luonteenpiirteet kehittyvät Mielikuvituksen kehitys pysähtyy, halu tarkistaa tiedon todenperäisyys Kuitenkin kiinnostunut fantasiaista ja korkealentoisista asioista		Viihtyy erilaisissa harrastuksissa	Kiinnostunut vaatteista, saattaa vaihtaa vaatteita monta kertaa päivässä ja haluaa ottaa osaa niiden valitsemiseen.

(Mukailtu Ryyänen 2020)

Tutustuin myös Design for children's rights -järjestön laatimaan suunnittelijan työkalupakkiin, jossa on eritelty yhteensä 24 metodia ja käytäntöä suunnitteluprosessin eri vaiheisiin. Näitä suunnittelija voi hyödyntää lapsiystävällisempien tuotteiden suunnittelussa.

Yhteissuunnittelutyöpajaani ajatellen valitsin työkalupakista kaksi suunnittelumetodia, jotka koin sopivan parhaiten työpajan suunnannäyttäjiksi. Tavoitteenani

on kyetä asettumaan lapsen asemaan, jotta viestintä ja vuorovaikutus on riittävän lapsiystävällistä, kuitenkin samaan aikaan kohdaten lapsi vaikutusvaltaisena ja osaavana yhteistyökumppanina, jonka näkemyksellä on merkitystä. Suunnitteluprosessini ytimessä on, että lapset saavat itse luoda, suunnitella ja askarrella tuotteisiin ja että lasten kädenjälki aidosti näkyy painokuoseissa ja lopputuotteissa.

YHTEISSUUNNITTELE LASTEN KANSSA

Tavoitteena kehittää ratkaisuja jotka heijastavat lapsen, ei aikuisen, maailmaa, tarpeita ja mieltymyksiä.

- Sisällyttää lapsi suunnitteluprosessiin, kehitykseen ja testaukseen
- Viestiminen lapsiystävällisellä tavalla
- Lopputulosta ei ohjata liikaa aikuisen toiveiden mukaiseksi.

LAPSET SUUNNITTELIJOINA

- Opi lasten arvoista leikin, vuorovaikutuksen ja luomisen avulla
- Anna lasten luoda, askarrella ja suunnitella suunnittelun kohteeseen
- Lapsen kohtelu sosiaalisena olentona ja vaikuttavana kansalaisena

(Designing for children's rights 2018)

2.2 Taidekasvatus

Kasvatuksessa on kyse kasvattajan ja kasvatettavan välisestä vuorovaikutussuhteesta, jossa kasvattaja pyrkii vaikuttamaan kasvatettavan sivistys- ja oppimisprosessiin. (Raudaskoski, 2013, s.3) Taidekasvatus on oppimisen ala, joka keskittyy taiteen ilmiöihin. Kuvataidekasvatus käsittää erilaiset visuaalista kulttuuria käsittelevät taiteellisen toiminnan muodot kaksi- ja kolmiulotteisista kuvataiteen tuottamistavoista arkkitehtuuriin ja muotoiluun. (Rusanen, Kuusela, Rintakorpi, Torkki, 2014, s.12)

Taidetta tekemällä lapsella on mahdollisuus luoda ja tuottaa jotain täysin omaa, rakentaa omaa kauneuskäsitystään ja opetella esteettistä havainnoimista, sekä harjoitella katseen ja käden yhteistyötä. Sen tavoitteena on tukea lapsen tasapainoista fyysistä, psyykkistä sekä kognitiivista kehitystä, luontaista mielikuvitusta ja luovuutta. Lapsen taiteen tekeminen tapahtuu leikin, satujen ja tarinoiden kautta. Taidekasvattajan tehtävä on pedagogisten projektien avulla antaa lapsille työkaluja tutkimiseen, havainnoimiseen ja kokeilemiseen, sekä luoda puitteet, oppimisympäristö ja tavoitteet luovalle prosessille. Lapsen innostuminen vaatii erilaista pohjustusta kuin aikuisen ja taidekasvattajan tehtävään kuuluu helpottaa toiminnan käynnistymistä toimien rohkaisijana ja motivoijana. Taidekasvatuksen avulla lapsi pääsee itse luomaan ja toteuttamaan omaa kulttuuriaan ilman, että sitä rajoitetaan liikaa aikuisen sääntöjen mukaiseksi. (Rusanen, Kuusela, Rintakorpi, Torkki, 2014, s.35)

MUOTOILUKASVATUS

Muotoilukasvatus on taidekasvatuksen alalaji, jonka tavoitteena on lapsi, joka kykenee havainnoimaan, nauttimaan esteettisestä ympäristöstään ja myöskin luomaan

sitä. Muotoilukasvatuksen avulla tarkastellaan ihmisen suhdetta esineisiin ja harjoitellaan muotoilun perustaitoja. Siinä lähtökohtana on lapsen oma esine maailma ja arki. Muotoilukasvatuksen avulla voidaan opettaa kestävän kehityksen ajattelua sekä tunnistaa ja tutkia esineisiin liittyviä merkityksiä ja arvoja. (Rusanen, Kuusela, Rintakorpi, Torkki, 2014, s.149)

MUOTOILUA VAI TAIDETTA?

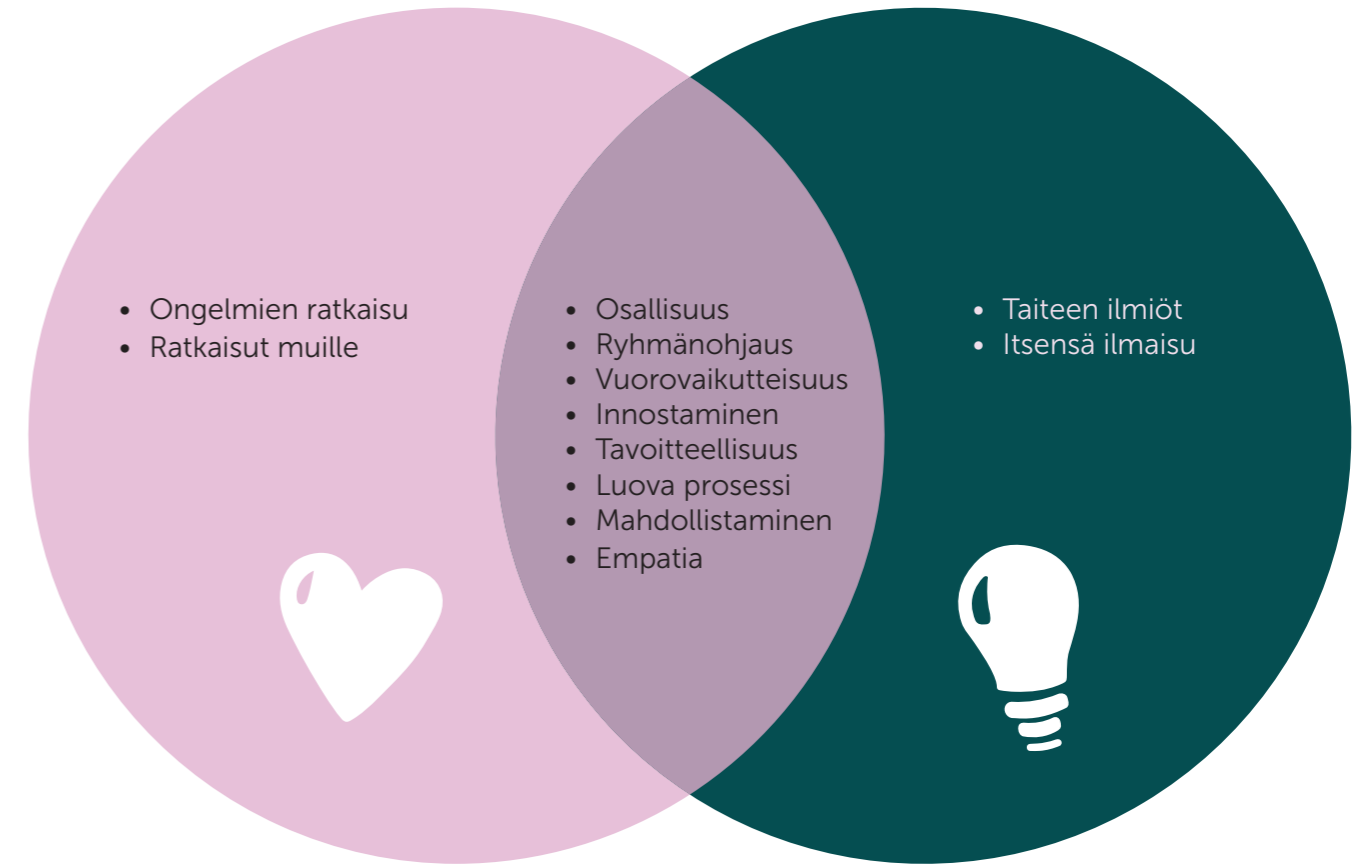
Muotoilun maailma on kokonaisuus, johon liittyy paitsi luova toiminta myös tuotannon ympäristö sekä kulutus. (Koskinen, Mustonen, Sariola, 2010, s.94) Siinä missä taitelija ilmaisee työllään itseään, muotoilijan tehtävä on tuottaa ratkaisuja muille. Aina ei ole helppoa erottaa, onko luovassa toiminnassa kyse käsityöstä, askartelusta, muotoilusta vai kuvataiteesta. Yhteistä muotoilulle ja taiteelle on luova prosessi, mutta toisin kuin taiteeseen, muotoilumaailmaan liittyy vahvasti myös tuotantotoiminta ja kulutusteollisuus. Tästä syystä muotoilukasvatukseen liittyy erilaisia vaatimuksia kuin perinteiseen kuvataidekasvatukseen. (Aalto-yliopisto, 2015, s.122, s.123, s.126, s.127)

MUOTOILIJA KASVATTAJANA

Osallistavaa suunnittelua organisoidessa on suunnittelijan väistämättä löydettävä itsestään myös empaattinen ryhmänohjaaja, joka uskaltaa antaa suunnittelun toisen käsiin kannustaen, mahdollistaen, rohkaisten ja toisen luovaan näkemykseen luottaen. Etenkin lapsia osallistettaessa tämä vaatii erityistä luovuutta, sillä lapset tarvitsevat erilaista leikillisyyttä ja tarinallisuutta inspiroituaan. Oheisen kuvion (kuvio 2) on tarkoitus visualisoida taidekasvatuksen ja osallistavan suunnittelun yhtymä-

OSALLISTAVA SUUNNITTELU

TAIDEKASVATUS



Kuvio 2. Pohdintaa taidekasvatuksen ja yhteissuunnittelun yhtymäkohdista

kohtia. Empatia on osallistavaa suunnittelua organisoidessa suunnittelijan tärkeä työkalu, mutta tämän lisäksi on oltava ymmärrystä keinoista ja taidoista, joilla lapset saa innostettua, motivoitua ja sitoutettua suunnitteluprosessiin. Lapsen luovan prosessin käynnistäminen vaatii ruokkimista. Lisäksi on oltava osaamista ryhmänohjauksesta ja ymmärrettävä ohjaajan merkitys siinä, innostuuko vai lannistuuko lapsi luovan toiminnan edessä. Lapsen oppimisprosessin edistäminen, kykyjen osoittamisen mahdollistaminen ja sosiaaliseen toimintaan kannustaminen on tärkeää osallisuuden kokemuksen synty-

kannalta. Lisäksi on ymmärrettävä lasten erilaisia ominaisuuksia, kehitysvaiheita, lähtökohtia ja tunteita. Oli kyse mistä tahansa osallistavasta toiminnasta, on kyse vastuun ja vapauden jakamisesta. Ohjaajan, joka tässä tapauksessa on suunnittelija, vastuuseen kuuluu reunaehto-asettaminen toiminnalle ja osallistettava saa vapauden toimia näiden reunaehto- puitteissa. Suunnittelijalla on rooli sosiokulttuurisena innostajana, joka kasvatuksellisen, sosiaalisen ja kulttuurisen toiminnan avulla edesauttaa lasta kasvamaan aktiiviseksi toimijaksi. (Mäntynen-Hakem, 2016)

2.3 Kuosisuunnittelu

KUOSISUUNNITTELU

Kuosisuunnittelulla tarkoitetaan koristekuvioidin suunnittelua erilaisille pintamateriaaleille, kuten kankaalle. Kuvioyksikkö, jota painokuosissa toistetaan, kutsutaan mallikerraksi. Raportilla tarkoitetaan mallikerran katkeamatonta toistumista jatkuvana pintana. Kuvioelementtiä voidaan toistaa monin eri tavoin, kuten peilikuvana, diagonaalissa tai lomittain suhteessa toisiinsa. Jatkuvuus tarkoittaa kuvan saumatonta toistumista pysty- ja vaakasuunnassa. Pintakuviossa tausta ja kuvio muodostavat kokonaisuuden, jossa molemmilla on oleellinen rooli kuvion harmonian kannalta. Tärkeitä muuttujia ovat myös väri, kuvion tiheys, sekä taustan ja kuvion suhde toisiinsa. (Isoniemi, 2018, s.105, 107)

Painokuoseissa yhdistyy taiteellinen prosessi kaupalliseen lopputuotteeseen. Painokuosia suunniteltaessa luovan prosessin tuotos saa kankaalla kolmiulotteisen muodon. Kuosisuunnittelussa luovat mahdollisuudet ovat monipuoliset. Suunnittelussa voidaan hyödyntää lukemattomia eri kuvataiteellisia tekniikoita, kuten käsin maalausta, piirtämistä, kollaasia, digitaalisia piirrostekniikoita, tai näiden yhdistelmiä. Painokuosien aiheet voivat olla esittäviä tai abstrakteja. Kuoseja suunnitellaan pää-

asiassa kaupalliseen tarkoitukseen suunnattuihin kulutustavaroihin.

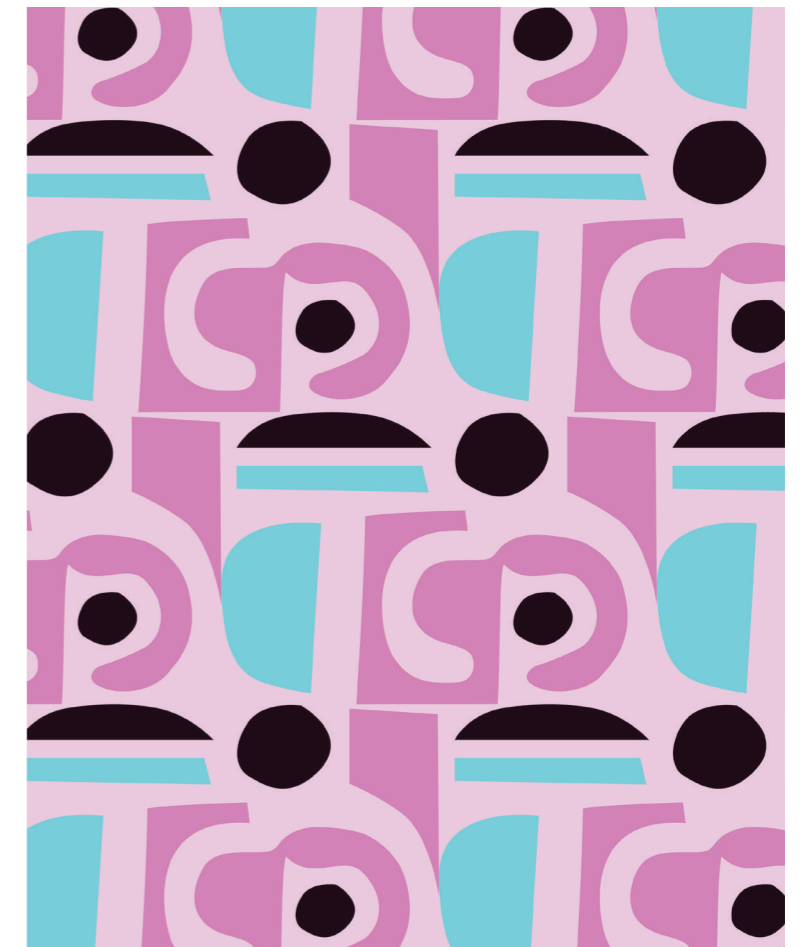
Painokuoseihin vaikuttavat paitsi globaalit trendit, myös eri maiden kulttuurit. Painokankaat ovat kautta aikojen heijastaneet maailman historiallisia tapahtumia ja laajoja kulttuurisia ilmiöitä. Kuosit välittävät sanatonta, kuvallista tietoa tavoista, tyylistä ja käyttäjän sosiaalisesta asemasta mukanaan uusille sukupolville. (Isoniemi, 2018, s.47) Noin 1900-luvun puoliväliin asti lasten ja aikuisten painokuosit olivat hyvin pitkälti samoja, minkä jälkeen kuoseissa on alkanut näkyä erottelu selkeämmin lasten ja aikuisten kuoseihin.

Kangaskuosin suunnittelussa tulee huomioida muun muassa kuosissa olevien elementtien ja kuosiraportin koko suhteessa tuotteeseen, jossa kuosia käytetään. Lisäksi tulee huomioida painotekniikka sekä kankaan laatu. Digitaalinen painotekniikka on ekologinen painomenetelmä, jossa väriä ei mene hukkaan, kun väri tulostetaan kankaalle paperitulostimen tavoin. (Isoniemi, 2018 s.173) Menetelmä mahdollistaa hyvin monipuoliset luovat menetelmät kuvion suunnittelussa, joten se lienee työpajani kannalta myös potentiaalinen vaihtoehto.



Kuva 3:
Veera Konga Designin kuosi
kahdessa eri värissä

Kuosin kuvioelementtien muodot ovat syntyneet askartelun leikkujätteiden muodoista.



2.4 Lapset kuluttajina

LAPSET MUODIN KULUTTAJINA

Lapsilla on tänä päivänä tärkeä rooli kulutusyhteiskunnassa. Lapsia hankitaan vanhempina, jolloin vanhemman oma kulutusidentiteetti on ehtinyt muodostua. Tämän seurauksena lapsiin investoidaan entistä enemmän niin henkisesti kuin rahallisesti, mikä on kasvattanut lapsille suunnattujen kalliiden ja laadukkaiden designer-tuotteiden kysyntää ja tarjontaa. Myös lasten tapauksessa pukeutuminen on ennen kaikkea kommunikoinnin väline. Vaatteet kertovat esimerkiksi ihmisen iästä, sukupuolesta, sosioekonomisesta asemasta, ammattista, kiinnostuksista, persoonasta ja mielipiteistä. Lasten vaatteilla myös vanhemmat rakentavat omaa kulutusidentiteettiään. Lasten pukeutumisen kautta vanhemmat viestivät esimerkiksi tietynlaisesta elintasosta, elämäntyylistä tai arvoista. Vanhempien ostokäyttäytymisen taustavaikuttajina ovat erilaiset kuluttamisen trendit, joita ovat ekologisuuden trendi, ylisuojeluun pyrkivä trendi, itsensä ilmaisemisen trendi sekä luonnonläheisen vanhemmuuden trendi. (kts. s.41)

Ulkonäkökeskeisyys ja muotivaatteet ovat osa nykyajan lasten elämää. Vuonna 2008 tehdyn Demi -lehden tutkimuksen mukaan 85 prosenttia nuoresta lukijakunnasta raportoi ulkoisen olemuksen olevan erittäin tärkeää ja 69 prosentta vastaajista piti muodikkaita vaatteita itseilmäilyn välineinä. (Vänskä, 2012, s.14, 16, 18) On huomiotava kuitenkin, että tutkimuksen jälkeen lasten ulkonäön merkitys on saattanut vielä kasvaa entisestään.

Lapset harjoittelevat vartalon tyyllittelyä vaatein erilais-

ten leikkien avulla. Tähän perustuu esimerkiksi suositut Bratz -muotinuket sekä 6-12 vuotiaille suunnattu Top Model -lehti, jonka avulla lapset pääsevät itse suunnittelemaan vaatteita paperinukkien tapaisten ihmisfiguurien avulla.

LASTENVAATTEIDEN SUKUPUOLITTUNEET MERKITYKSET

Lasten kulutustuotteissa näkyvät stereotyyppiset sukupuoliroolit: Tyttöillä trendiväri on vaaleanpunainen ja pukeutumisella tavoitellaan kauneutta, söpöyttä ja seksikyyttä. Poikien trendiin kuuluu olla sporttinen ja kova. Lasten sukupuolittuneet merkitykset näkyvät esimerkiksi lastenvaatteiden muodoissa, väreissä ja kuoseissa. Jonna Töttermanin mukaan tytöille suunnatuissa vaatteissa on usein esimerkiksi pienemmät taskut, sekä lyhyemmät ja tiukemmat hihat ja lahkeet. Tyttöjen vaatteita myös seksuaalisoidaan enemmän. Monissa poikien vaatteissa on helpompaa liikkua, juosta ja kiipeillä eli olla aktiivinen. ”Poikien leluista ja vaatteista poistetaan naishahmot vaikka elokuvan päähenkilö olisi ollut tyttö. Poikien ei siis oleteta haluavan leikkiä naishahmoilla, jolloin nämä hahmot sensuroidaan etukäteen valikoimasta. Poikien rooli on kapeampi kuin tyttöjen. Tyttö voi nykyään leikkiä supersankareilla ja käyttää kaikkia värejä vaatteissaan, mutta pojan ponileikkejä voidaan pitää outoina ja pojan hyväksytyt väripaletti on kapeampi”.

Stereotyyppiset sukupuolimääritelmät jättävät aukkoja markkinoihin yritysten suunnitellessa vaatteita vain tiettyyn muottiin kuuluville tytöille ja pojille.

Naisten ja miesten vaatetuksen eriytyminen juontaa juurensa 1700 -luvulle, jolloin miesten pukeutumiskoodiksi tuli yksinkertaisuus ja huomaamattomuus, kun taas naisten pukeutumisessa sai näkyä koristeellisuus ja itsensäilmaisuus. (Vänskä 2012 s.172)

Huomasin itse, että 6-12 -vuotiaille lapsille suunnatussa Top Model lehdessä ei ole lainkaan miehiä, poikia tai muunsukupuolisia, vaan kaikki mallit ovat korostetun naisellisia. Tästäkin voi tehdä johtopäätöksen siitä, että itsensä ilmaisua vaatteiden kautta pidetään usein lähinnä ”tyttöjen juttuna”.



**Sininen
tekee
reippaan
pojan.**



Kuva 4. Ison tavaratalon syksyn 2020 valikoimaa.
Kuva: Veera Konga

TÄMÄNHETKISET MARKKINOILLA OLEVAT LASTENVAATTEET JA KUOSIT

Päätin kartoittaa tällä hetkellä markkinoilla olevaa lastenvaatevalikoimaa. Tutkin Prisman, H&M:n, Lindexin sekä Gugguun lastenvaatevalikoimia kiinnittäen erityistä huomiota painokuoseihin.

Havaintoni perusteella stereotyyppiset sukupuoliroolit näkyvät melko selvästi lastenvaatevalikoimassa. H&M oli tuotemerkeistä ainut joka jo tuotekategorioissa jakoi vaatteet selkeästi tyttöjen ja poikien vaatteisiin. Muilla liikkeillä tai tuotemerkeillä tuotekategoriat jaettiin esimer-

kiksi ikäjakaman, mallistojen tai vaatteiden käyttötarkoituksen mukaan. Yleinen huomioni oli, että tyttöjen vaatteissa korostuu vaaleanpunaisuus ja söpöys, kun taas poikien vaatteissa sinisyys ja aktiivisuus. Gugguu oli tarkastelemistani tuotemerkeistä ainut, jolla oli valikoimassa erikseen unisex tuotteiksi merkittyjä tuotteita. Markkinatutkimuksessani tekemiäni havaintojen perusteella ei kuitenkaan voi tehdä yksioikoisia päätelmiä esimerkiksi suunnittelijoiden näkemyksistä. Kauppojen valikoimiin vaikuttavat suunnittelijoiden lisäksi myös muun muassa sisäänostajien mielipiteet.



Kuva 5. Ison tavaratalon syksyn 2020 valikoimaa.
Kuva: Veera Konga

H&M

Tytöt:

- Söpöt eläimet
- Kukkat
- Perhoset
- Yksisarviset
- Leobardikuvio
- Sarjakuva- ja elokuvateemat, kuten Minnihiiri, Pipsapossu ja Frozen

Pojat:

- Dinosaurukset
- Urheilulajit ja -joukkueet
- Autot ja kulkuneuvot
- Hurjat eläimet
- Maantiede
- Elokuva- ja sarjakuvahahmot kuten Minions, Mikkihiiri, Ninjago, Spiderman, Superman, Batman, Hulk

LINDEX

Tytöt:

- "Love" -teksti
- Yksisarviset
- Kukkat
- Perhoset
- Leobardikuvio
- Sarjakuvahahmoista Peni Merenneito
- Söpöt eläimet
- Maastokuvio

Pojat:

- Viidakko
- Skeittilaudat
- Pelikonsolit
- Maastokuvio
- Urheilulajit
- Luuranko
- "Explore" -teksti
- Elokuvateemoista Starwars

PRISMA

Tytöt:

- Vaaleanpunaiset kukat
- Vaaleanpunaiset perhoset
- Eläimet
- Raidat

Pojat:

- Autot
- Traktorit
- Dinosaurukset
- Eläimet
- Veneet

GUGGUU

Tytöt:

- Eläinkuosit
- Kukkat
- Eläimet
- Karkit
- Kasvit

Pojat:

- Eläimet
- Kalat
- Kasvit

Painokuosien aiheita lastenvaatevalikoimissa syksyllä 2020

2.5 Haastattelut

1. JONNA TÖTTERMAN / DESIGN FOR CHILDREN'S RIGHTS

Osana taustatutkimustani haastattelin Design for children's rights -järjestön perustajaa Jonna Töttermania.

Jonna Töttermanin mukaan lasten osallisuutta tuotesuunnitteluprosesseissa toteutetaan vielä vähän, osittain yritysten ja suunnittelijoiden riittämättömien resurssien takia ja toisaalta siksi, että lapsia ei koeta tärkeänä kohderyhmänä. Monia lasten käyttämiä tuotteita, kuten leluja ja internetselaimia, suunnitellaan pelkästään aikuisten näkökulmasta, vaikka käyttäjät ovat lapsia. ”Tämäkin tilanne onneksi kehittyy, sillä on myös yrityksiä, jotka keskittyvät lapsiin ja nostavat lasten oikeudet ja tarpeet jopa yrityksen keskeisiin arvoihin ja käytäntöön asti. Myös monet suunnittelijat ovat kiinnostuneita parantamaan omia työtapojaan”.

Arvojen ja resurssipulan lisäksi esteenä lasten osallistamiselle Tötterman kertoo olevan suunnittelijoiden puutteellinen osaaminen, mistä Design for children's rights -järjestö onkin saanut alkunsa. ”Harvoissa design-koulutuksissa edes käsitellään lapsia kohderyhmänä, lapsille suunnittelu nähdään usein vähemmän tärkeänä ja vähemmän kiinnostavana, vaikka todellisuudessa se on monimutkaista ja voi olla haastavaakin, erityisesti koska lapset (0-18-v.) voidaan jakaa viiteen eri ikäryhmään ja kaikilla on erilaisia kognitiivisia, emotionaalisia, motori-

sia ja sosiaalisia kehitysvaiheita ja näistä johtuen erilaisia taitoja. On valitettavaa, ettei useimmissa nykyisissä koulutuksissa opiskella edes perusteita lapsille suunnittelusta. Toisaalta lapsille suunnittelu on erityisosaamista, joten mielestäni perusopinnoissa olisi hyvä olla jotain tästä kohderyhmästä ja sen lisäksi valinnaisia kursseja sellaisille jotka ovat kiinnostuneita aiheesta”. (Tötterman)

Töttermanin mukaan osallistavasta suunnittelusta kuitenkin hyötyisi niin yritys, suunnittelijat kuin lapsetkin. ”Käyttäjien näkökulmasta yhteissuunnittelun keinoin olisi mahdollista suunnitella tuotteita vastaamaan paremmin käyttäjän tarpeita ja tätä kautta tuloksena olisi enemmän positiivisia tunteita sekä tyytyväiset ja onnellisemmat ihmiset. Yrityksen näkökulmasta olisi mahdollista tuottaa laadukkaampia tuotteita, tyytyväisempiä asiakkaita ja parempaa liiketoimintaa. Suunnittelijalla olisi mahdollisuus oppia lasten maailmasta, jonka seurauksena olisi mahdollista tehdä parempaa tuotekehitystä.” Kaikki osapuolet siis hyötyisivät.

Lasten osallistaminen on kuitenkin haastavampaa kuin aikuisten, koska lasten osallistamisessa on ymmärrettävä lasten erilaisia kognitiivisia, emotionaalisia, motorisia ja sosiaalisia kehitysvaiheita. ”Esimerkiksi yli 14-vuotiaita voi monilla alueilla kohdella työpajoissa ja haastatteluisa kuin aikuisia, koska heillä on jo kehittyneet motoriset taidot, he osaavat lukea ja heillä on kyky ymmärtää abstrakteja

rakteja konsepteja. Alle 7-vuotiaat taas eivät usein osaa vielä lukea tai kirjoittaa sujuvasti, ja heillä abstrakti ajattelu on vielä kehittymässä, jolloin tehtävänannot ja kysymykset täytyy esittää hyvin eri tavalla kuin aikuisille. Mitä pienempi lapsi, sen enemmän osallistamisessa tulisi käyttää leikkilisiä metodeja”.

Tötterman on sitä mieltä, että osallistavan suunnittelun taitoja tulisi opettaa muotoiluopetuksissa enemmän. Pedagogiset ja kasvatustieteelliset opinnot sen sijaan olisivat hyödyksi suunnittelijoille, jotka aikovat erikoistua nimenomaan lapsia osallistavaan työskentelyyn. ”Suunnittelijan, joka aikoo työskennellä lasten parissa, tulee olla osaamista lasten kehitystasoista, jotta tehtävät osataan suunnitella lasten ikätason mukaisesti. Suunnittelijan tulee hallita menetöt eri ikäisten lasten osallista-

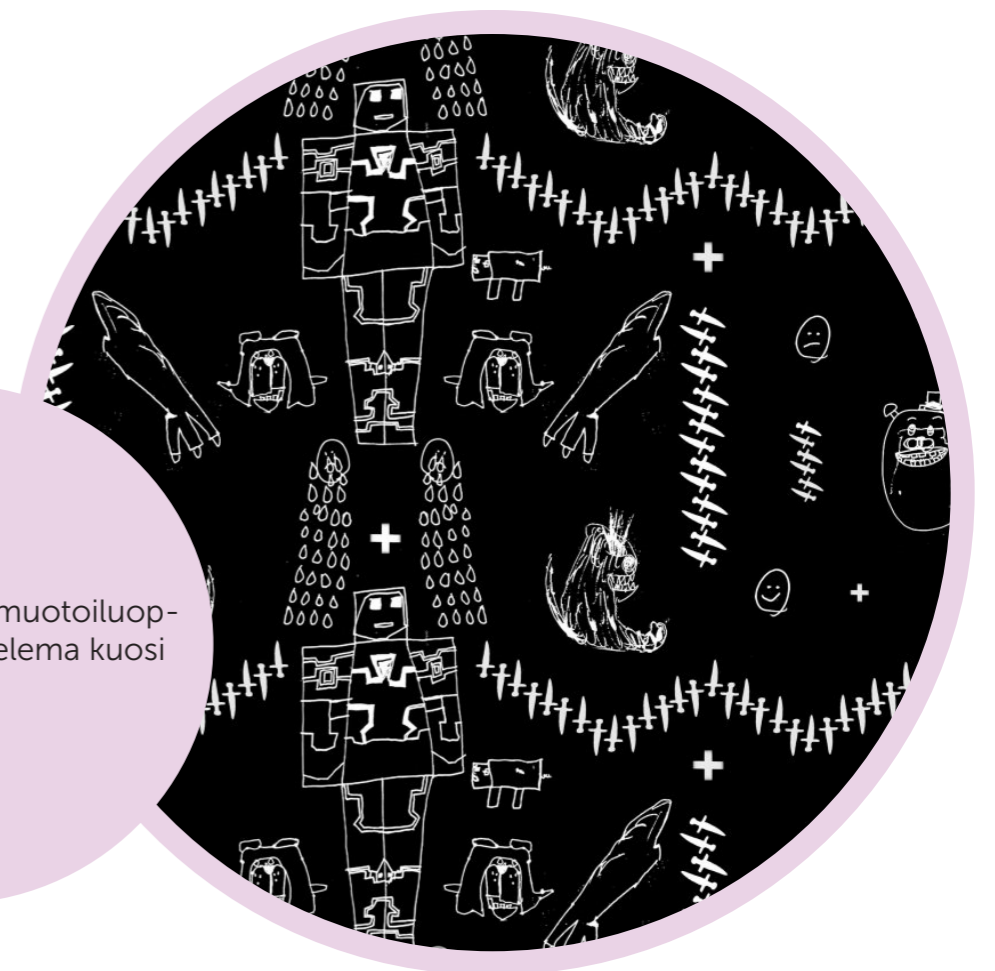
miseen sekä lapsille tyypilliset käytettävyyshaasteet ja käyttäjäkokemukset”.

Lapsia osallistettaessa eettisen näkökulman tärkeys korostuu. ”On tärkeää pohtia millaisen kokemuksen suunnittelija tarjoaa lapselle, sekä millaisen korvauksen lapsi saa kaupallisesti hyödynnettävästä työstä”.

Kysyessäni osallistavan suunnittelun uhkista ja mahdollisuuksista, käy Töttermanin haastattelusta ilmi sama haaste, jonka kanssa olen pähkäillyt itsekkin osallistavan suunnittelun liiketoimintamallia ideoidessani: ”Miten luoda vaatteita, joita lapset rakastavat ja vanhemmat ostavat?”.

Tötterman kuitenkin summaa, että näkee osallistavan suunnittelun tuottamat mahdollisuudet ja hyödyt ehdottomasti uhkia ja haasteita suurempina.

Kuva 6:
Natalia Ritarin ja muotoiluopilaiden suunnittelema kuosi 'Ole rohkea' (Ritari 2018)



2. MARJUT RAHKOLA / VIMMA

Haastattelin myös vapaamuotoisesti lastenvaatemerkki Vimman suunnittelupäällikköä Marjut Rahkolaa, koska halusin kuulla näkemyksiä aiheeseen kotimaisen lastenvaatebrändin näkökulmasta. Vimmallä on toteutettu yksi kuosi 5-vuotiaan lapsen teoksesta kaupalliseen käyttöön.

”Vimman vaatteissa kuosien rooli on suuri ja kuoseja käytetään paljon”, kertoo Rahkola. Rahkolan mukaan pukeminen ja värien käyttö on tullut rohkeammaksi. ”Vimman suunnittelufilosofiassa intuitiolla on suurempi merkitys kuin muodilla ja sesonkitrendeillä. Kuoseissa näkyy hauskuus, rikkaus ja värikkäys, ja monesti samat kuosit toistuvat sekä lasten että aikuisten vaatteissa”.

Rahkolan mukaan todellisuudessa lasten osallistaminen vaatekuosien suunnitteluun on tänä päivänä hyvin vähäistä. ”Lapset tekevät töitä 'tarjolle' runsain määrin, mutta yrityksiltä puuttuu rohkeus niiden käyttämiseen lopullisissa tuotteissa”, hän kertoo. ”Suurimmiksi haasteiksi ja esteiksi osallistamiselle muodostuu kuosien digitaalinen käsittely ammattimaiseksi raportiksi, jonka osaaminen löytyy useimmiten vain suunnittelun ammattilaisilta. Lisäksi osallistavan suunnittelun tuloksena syntyneen lopputuotteen kohderyhmä on usein epäselvä. Sen kaupallistaminen on haastavaa ja vaatii tarinan ja viitekehyksen.”

Rahkolan mukaan osallistava suunnittelu koettiin kuitenkin erinomaisena keinona kertoa tarinaa ja saada lasten ääni kuuluviin. Lisäksi tämä nähtiin hyvänä mahdollisu-

tena uudenlaiseen viestimiseen.

Suunnittelumetodeina osallistavassa suunnittelussa koettiin parhaaksi 'vapaa taiteilumoodi' ja lapsen vapaus omaehtoiseen tarinankerrontaan. Myös värit innostavat ja motivoivat lapsia.

Rahkolan mukaan lasten osallistaminen kuosisuunnitteluun on ollut palkitsevaa ja lapset ovat suhtautuneet osallistamiseen innokkaasti. Lapsen itsensä suunnitteleman kuosin näkeminen lapsen päällä on merkityksellinen ja mieleenpainuva kokemus niin osallistajalle kuin osallistettavallekin. Omien sanojensa mukaan Vimmallä ollaan mahdollisesti valmiita toteuttamaan osallistavaa kuosisuunnittelua tulevaisuudessakin, jos tematiikka ja varteenotettava yhteistyökumppani löytyy.



Kuva 7:
Vimma toteutti 'Lapsen ääni'
-kuosin 5-vuotiaan Uhtun
teoksesta 2018

HANNA KAPANEN / DESIGNMUSEO

Haastattelin myös Designmuseon lehtoria Hanna Kapasta koskien hänen kokemuksiaan lapsia osallistavasta suunnittelusta. Hanna Kapanen painottaa pedagogista näkökulmaa muotoilussa ja on ollut kehittämässä Design for Children's Rights -järjestön periaatteita sekä ollut mukana toteuttamassa yhteissuunnittelun keinoin kuoseja Helsingin uuteen lastensairaalaan. Kapanen korostaa empatian merkitystä muotoilijan tärkeimpänä työkaluna.

Kapasan mukaan kiinnostus osallistavaan suunnitteluun ja sen mahdollisuuksiin on tällä hetkellä pinnalla ja lasten oikeuksien liittämällä suunnitteluun voidaan tuottaa tuotteille uudenlaista lisäarvoa. ”Yrityksillä ei kuitenkaan välttämättä ole osallistamiseen keinoja ja aikaresurssit saattavat tulla vastaan”. Lisäksi osallistavan suunnittelun toteuttaminen vaatii suunnittelijalta omanlaistaan ammattitaitoa ja sitoutumista siihen, että suunnittelijan rooliin päästetään myös muita. Kaupallisesta näkökulmasta osallistavaan suunnitteluun saattaa myös liittyä riski siitä, että lopputuloksesta ei voi olla varma.

Kapanen kertoo myös jo toteutuneista yhteissuunnitteluprojekteista lasten kanssa. Esimerkkejä jo toteutuneista osallistavista kuosisuunnitteluprojekteista ovat esimerkiksi Husin, Lasten klinikan kummien, Uudenmaan sairaalapesulan, designmuseon sekä Ivana Helsingin yhteistyössä toteutunut yhteissuunnittelutyöpaja, jossa toteutettiin lasten kanssa kuoseja uuteen lastensairaalaan. Lisäksi suunnittelija Natalia Ritari on luonut kuoseja

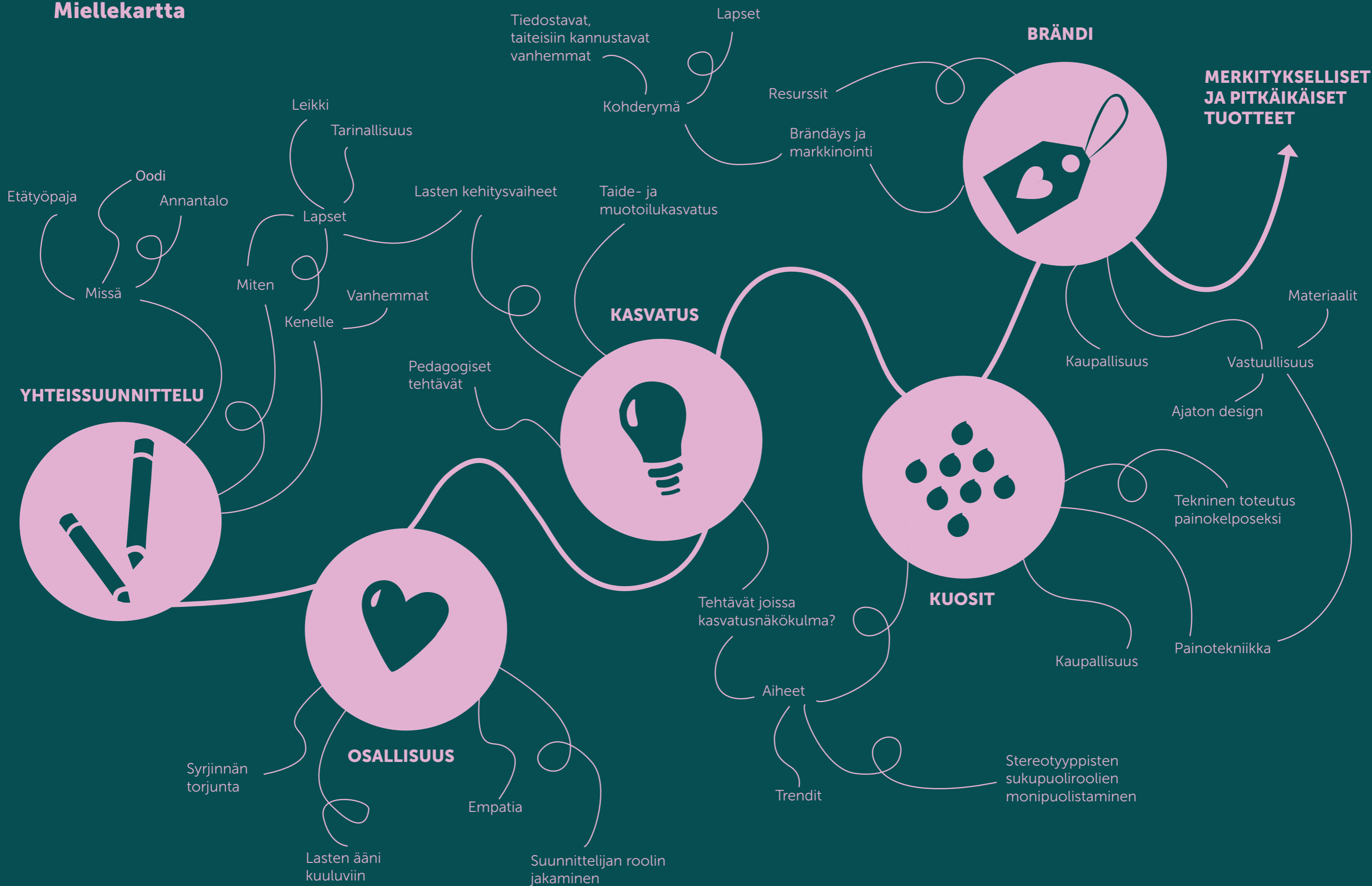
Skidiakatemia -muotoilukoulussa syntyneistä lasten taidetöistä, jotka ottavat kantaa koulukiusaamiseen.

Keskustelussa käy ilmi, että lasten kanssa työskennellessä tarvitaan erilaisia keinoja suunnitteluun kuin aikuisien kanssa. ”Lapsen on saatava ilmaista itseään lapselle sopivilla tavoilla, jolloin suunnittelun työkaluina voidaan käyttää esimerkiksi tarinallisuutta”, kertoo Kapanen. Keskustelimme myös siitä, tulisiko pedagogisia taitoja opettaa jo kenties muotoilun opinnoissa. ”Erlaisia opintolinjoja voitaisiin tuoda enemmän yhteen ja eri opintoalat voisivat ruokkia toisiaan valtavasti”.

Osallistavassa suunnittelussa suunnittelijan erityistaitoa tarvitaan siihen, miten ja missä määrin osallisuutta toteutetaan ja projektin luonteesta riippuen suunnittelija luo raamit sille missä määrin osallistettavat ovat mukana vaikuttamassa tuotteen lopputulokseen. ”Yhteissuunnittelutyöpajan tarkka suunnittelu on tärkeää, jotta lasten osallisuus huomioidaan koko prosessin ajan”.

Osallistavan suunnittelun hyötyjä ja etuja ovat osallistamisesta syntyvä ilo sekä ylpeys tehdystä työstä. Osallistavan suunnittelun avulla voidaan kasvattaa aktiivisia ja tiedostavia kansalaisia ja kuluttajia. Lisäksi osallistavan suunnittelun etuja ovat tuotteisiin syntyvä tunneside ja tätä kautta pitkäikäisemmät tuotteet. ”Osallisuuden toteutuminen ei kuitenkaan ole vielä valmista ja tähän tarvitaankin lisää kokeiluja, tutkimusta sekä ohjeistuksia”.

Miellekartta



Kuvio 8:
Miellekartta projektissa huomioitavista asioista

3.

Työpaja



3.1 Veera Konga Design

Veera Konga Design on toukokuussa 2019 perustamani vastuulliseen pukeutumiseen ja visuaaliseen suunnitteluun profiloitunut yhden hengen mikroyritys, jonka toimintaa on tarkoitus kasvattaa lähitulevaisuudessa. Toistaiseksi mallistooni on kuulunut vain naisten vaatteita, mutta aikomuksena on laajentaa jatkossa myös lastenvaatteisiin.

Brändin ytimessä on vastuullisuus ja kestävyys leikkisyydestä tinkimättä. Haluan peräänkuuluttaa pukeutumisen iloa ja luoda persoonallisia lempivaatteita, jotka kestävät aikaa paitsi designiltaan, myös laadultaan. Lisäksi käyttäjälähtöisyys ja käyttäjien osallistaminen on ollut läsnä tuotesuunnittelussani aina, joten tuntuu luontevalta ottaa se näkyvämmäksi osaksi brändini ydintä. Osallisuus ja

tasa-arvon edistäminen ovat tärkeitä arvoja itselleni ja mallistoni kautta olen tehnyt yhteistyötä myös vähemmistöjä työllistävän Kaupunkikylä -järjestön kanssa. Uskon vahvasti, että muotoilu voi tuoda erilaisia ihmisiä yhteen ja hyvän muotoilun tarkoitus on ennen kaikkea muuttaa maailmaa paremmaksi.

Brändini visuaalisessa ilmeessä toistuu raikas ja leikkisä, hieman murrettu värimaailma. Kuosien ja vaatemallien suunnittelussa luotan hyvin pitkälti intuition trendienusteiden sijaan. Uskon, että hyvällä vaatteella ei ole parasta ennen -päivää. Brändin visuaalinen maailma kiteytyy sanoihin leikkisä minimalismi, joten lasten tekemät kuosit istuvat sen leikkisään maailmaan hyvin.



“
**Leikkisää
minimalismia**

Kuva 9. Haalari Veera Konga Designin mallistosta. Kuva: Wilma Hetemaj

Kuva 10. Kuosi Veera Konga Design

3.2 Yhteissuunnittelun toteutus

TYÖPAJAN AIHE JA TOTEUTUS

Kuosityöpajan teeman valinta on ollut tasapainoilua kuositrendien ja kasvatuksellisuuden välillä. Pohdin alussa meri- tai luontoaiheista teemaa, jonka yhteydessä voisi sivuta kasvatuksen näkökulmasta esimerkiksi ympäristöasioita. Toisaalta innostuin luonteenvahvuuksista ja supervoimista tai kantaaottavista teemoista. Tässä vaiheessa mieleeni muistui ensimmäisenä opiskeluvuoteni Muotoiluinstituutissa ideoimani 'Candy agents going green' -mallisto. Päätin, että jatkamalla karkkiagenttiteemaa saan hauskan jatkumon opintojen alussa ideoimaan mallistoon. Karkkiagentti -mallistossa lasten osallisuus on ollut läsnä alusta alkaen, sillä kummilapseni osallistuivat malliston suunnitteluprosessiin jo alkuperäisessä projektissa. Karkkiagentti -teeman ympärille saa luotua hauskaa tarinallisuutta, jonka avulla lasten on toivon mukaan helpompi heittäytyä suunnitteluun.

Lisäksi koen hyvänä asiana, että ruokaan liittyvät kuvat eivät tunnu liian sukupuolisidonnaisilta. Välttelen puhumasta sukupuolineutraaliudesta koska se ei ole keskeinen tavoitteeni, mutta pyrin olemaan ylikorostamatta mallistossani liian stereotyyppisiä ja ahtaita sukupuolimerkityksiä. Tyttö voi olla vaaleanpunainen ja tyttömäinen niin halutessaan, mutta hän saa olla myös hurja agentti siinä missä poikakin. Pojan supervoima taas voi olla lempeys vahvuuden tai liikunnallisuuden sijaan, eivätkä mitkään värit kuulu yksin tietylle sukupuolelle.

Myös työpajan muoto on hieman etsinyt itseään prosessin aikana. Kun teema oli lopulta päätetty, tavoitin kohderyhmääni sosiaalisen median mainoksen avulla. Kohderyhmän toiveesta sekä vallitsevan koronatilanteen vuoksi järjestin työpajan etänä ollen kuitenkin jatkuvasti vuorovaikutuksessa lasten ja vanhempien kanssa. Jaoin osallistujille yhteensä viisi erilaista taide- ja muotoilukasvatuksellista tehtävää, joiden järjestyksen pyrin ideoimaan niin oppimis- kuin suunnitteluprosessinkin kannalta loogiseksi. Taidekasvatukseen ja osallistavaan pedagogiikkaan perehtyminen ovat olleet avuksi työpajan ideoinnissa, vaikka toteutinkin tehtävät hyvin pitkälti intuitio edellä.

Paljon pohdintaa on aiheuttanut se, missä mittakaavassa lasten osallisuutta suunnittelussa toteutetaan. Vaatetussuunnittelijana on muistettava, että vaikka taidekasvatus on projektissa suuressa roolissa, on lopputuloksen puhuttava ostopäätökset tekeviä vanhempia. Lapsen mielestä kaikkein paras tuote voi olla sellainen, jota vanhemmat eivät haluaakaan ostaa. Tällöin pelkkä osallisuusarvo ei välttämättä riitä kannattavaan liiketoimintaan. Tästä syystä päädyin siihen, että lapset toimivat apusuunnittelijoina piirtäen kuvioaiheet, joista minä työstän suunnittelijan ammattitaitoani hyödyntäen kaupallisesti toimivia painokuoseja.

LIIKETOIMINTAMALLI: SKIDIART -työpaja



Jotta osallisuuden merkitys toteutuisi, tavoitteenani on että taidekasvatuksellinen työpaja on kaikkien halukkaiden saavutettavissa. Tehtävät jaetaan digitaalisena markkinointikampanjana brändin sosiaalisessa mediassa, jonka lisäksi järjestetään säännöllinen lähityöpaja. Lähityöpajat ovat maksullisia, sisältäen enemmän opetusta sekä tarvittavat taidetarvikkeet.



Lähityöpajassa käyvät ja sosiaalisen median markkinointikampanjan kautta osallistuvat lapset ovat tasavertaisessa asemassa kuoseihin valittavien töiden valinnassa. Jokaisesta tehtäväaiheesta suunnittelija valitsee yhden tai muutaman, josta toteuttaa kuoseja mallistoon.



Kuoseihin valituista töistä tehdään lasten vanhempien kanssa kirjallinen sopimus. Suunnittelijalla on vapaus editoida valittua kuvioaihetta, jotta lapsen tekemästä kuvasta saadaan kaupallisesti potentiaalinen ja painokelpoinen kuosiraportti.



Lasten kuosit kuuluvat Skidiart -mallistoon, jonka markkinoinnissa lapset saavat näkyvyyttä siinä määrin kuin se lapsille ja vanhemmille tuntuu sopivalta. Kaupallisesti hyödynnettävästä kuvasta lapsi saa korvauksen voiden valita esimerkiksi lahjakortin, rahapalkkion tai tuotepalkkion väliltä.

2.
TARINALLISUUS



1:
MIKÄ ON KUOSI?

Kuka olet ja
millaisia
kuoseja sinun
ympäristöstä
löytyy?



3.
PINTASUUNNITTELUN
LUOVAT KEINOT

4.
PIIRUSTUS JA
HAVAINNOINTI



5.
KUOSISUUNNITTELU
PAPERINUKEN AVULLA



3.3 Työpajatehtävät

TEHTÄVÄ 1: Mikä on kuosi?

Tehtävänannossa selitän videolla sekä kirjallisessa muodossa, mitä kuosi ja kuosisuunnittelu tarkoittaa. Lapset saavat tehtäväkseen etsiä kotoa tai lähiympäristöstään pintakuosin ja esitellä itsensä ja kuosinsa ryhmässä, vastaten kysymyksiin kuten mitä kuvioaiheita kuosissa on, mikä kuosissa on onnistunutta, millaiset värit siinä on ja miten sitä voisi parantaa.

Lasten yksityisyydensuojan vuoksi en jaa tehtävän vastausten mukana tulleita kuvia.

Lasten vastauksia tehtävään 1:

“

Moi oon Frida kohta 10.v. Tässä ykkös tehtävään vastaus. Tää on tällänen viidakkokuvioinen takki. Inspiroidun tästä kuosista koska siinä on käytännössä vain 4 kuviota josta on tehty erikoinen kuosi. Inspiroidun tästä kuosista koska tähän liittyy luonto ja näyttää ystävälliseltä. Siinä on erilaisia lehtiä ja yhtö kukkaa jota on suurennettu ja pienennetty ja vaihdeltu. Taustaväri on vaalean roosa.

“

Moikka,
Oon Iisa. Olen yhdeksän vuotta ja täytän ensi viikolla kymmenen vuotta. Löysin kotoa meikkipussin, jota käytän petsien kuljetukseen. Valitsin tämän, koska tykkään näistä väreistä; pinkistä ja valkoisesta, joista valkoinen on mielestäni pohjaväri. Pidän koska se on yksinkertainen. En tiedä mistä en pidä tässä. Mielestäni tää on hyvä näin, mutta mun mielestä tää ois kiva jos lisäisi väreihin myös turkoosia raitaan.

TEHTÄVÄ 2: Tarinallisuus ja mielikuvitus

Toisessa tehtävässä jaoin kahden sivun mittaisen osan karkkiagenttien tarinasta herätteleämään lasten mielikuvitusta. Lapset saivat tehtäväkseen ideoida tarinaan jatkoa sekä kuvittaa karkkiagentteja vastaan tullut karkkimaan otus.



Karkkiagentit olivat suorittamassa tyypillistä operaatiotaan.

Nyt he joutuivat kuitenkin kohtaamaan eriskummallisen karkkimaan otuksen, jota eivät olleet ennen nähneet...

Millainen tämä otus oli ja mitä kohtaamisessa tapahtui? Piirrä ja kirjoita.

Kuvituksia työpajan tehtävänannosta.
Kuvitukset: Veera Konga

Lasten vastauksia tehtävään 2:

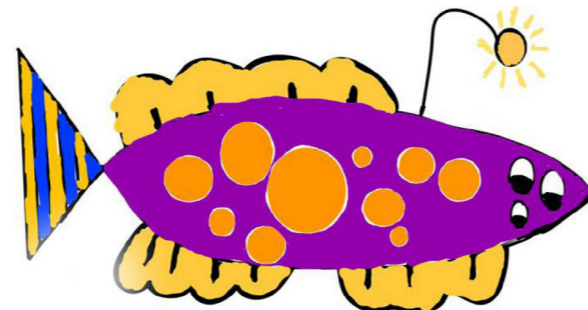


"Agentit näkivät hirviön, joka kasvoi silmissä. Kuusi tuntia sitten se oli suklaamuna, ja kuoriuduttuaan se alkoi rohuamaan karkkia, kasvaen jättiläiseksi."

Eelis, 12 v

"Limpsalammissa esiintyvä ja koko karkkimaan alueella yleinen karkkikala."

Evelin 10 v



'Namukatti'
Oona, 10 v,



"Karkkiagentit oli vahingossa häirinyt tätä jäätelö-lohcaria ja nyt se on häiriintynyt ja ärsyyntynyt. Jäätelölohari alkoi syökseä jäätelöpalloja jotka olivat tosi jäässä."

Emilia 11 v



"Vaahtishirviö halusi syödä karkkimaasta kaikki herkut. Vaahtishirviö oli vain yksinäinen ja siksi ilkeä. Hänellä oli hattara-ase josta tulee hattarapalloja. Agentit juutuivat hattarapalloihin."

lisa 9 v

TEHTÄVÄ 3: Suunnittelun luovat keinot

Kolmannessa tehtävässä jaoin tekemäni videon, jossa esittelen erilaisia luovia keinoja pintakuvioiden luomiseen. Tehtävän tarkoituksena oli innostaa lapset kokeilemaan monipuolisia tekniikoita pinnan tekemiseen kuten painantaa, maalaamista sekä leikkaamista ja liimaamista .

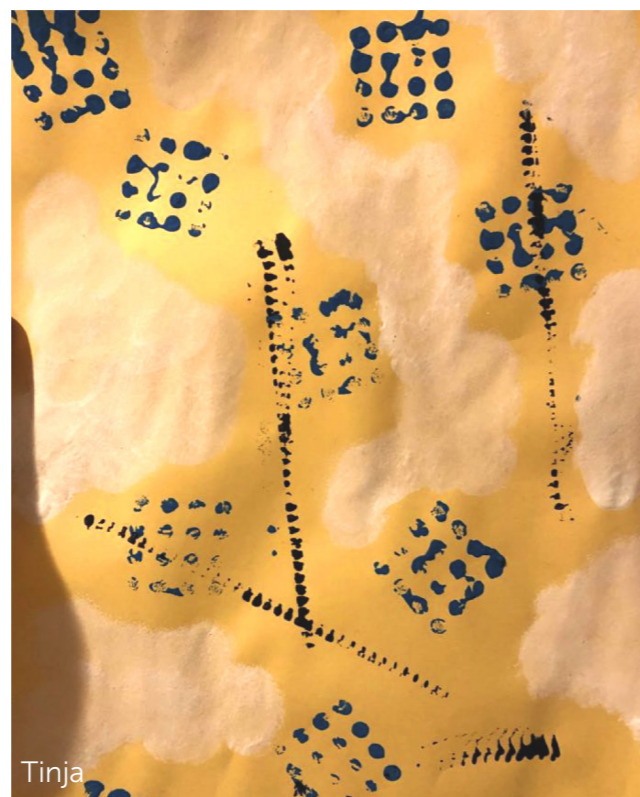
Lasten vastauksia tehtävään 3:



Helene 12v



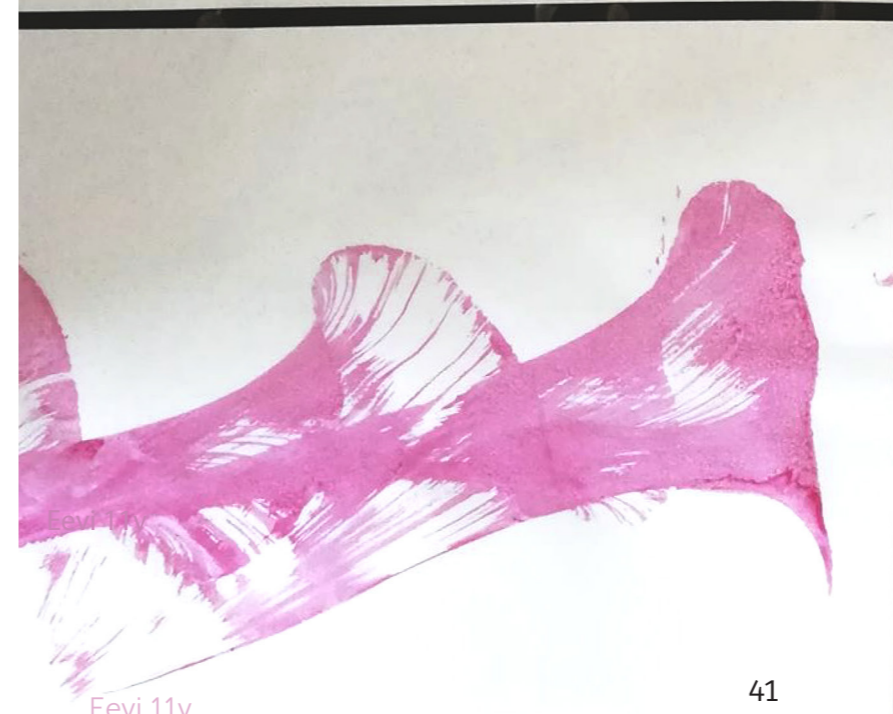
Eevi 11v



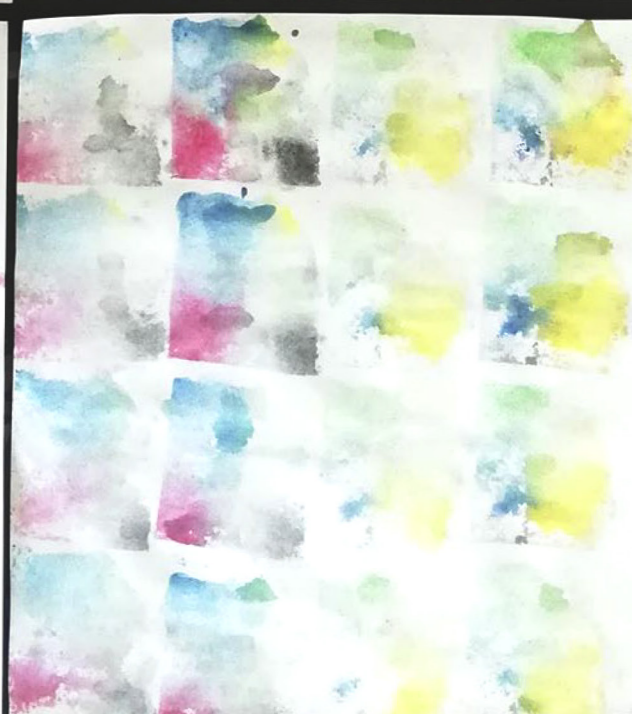
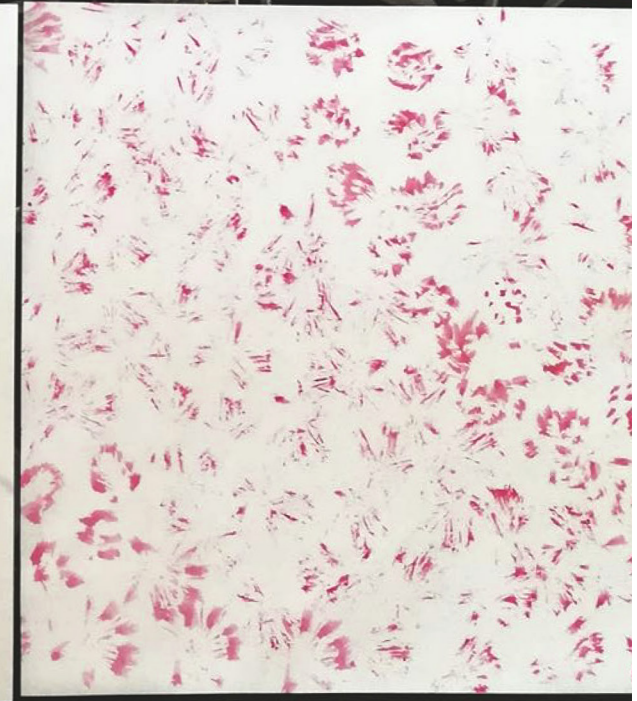
Tinja



Janette 4v



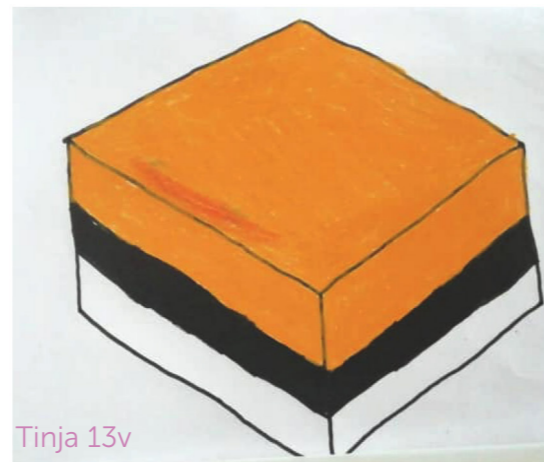
Eevi 11v



TEHTÄVÄ 4: Havainnointi ja piirustustehtävä

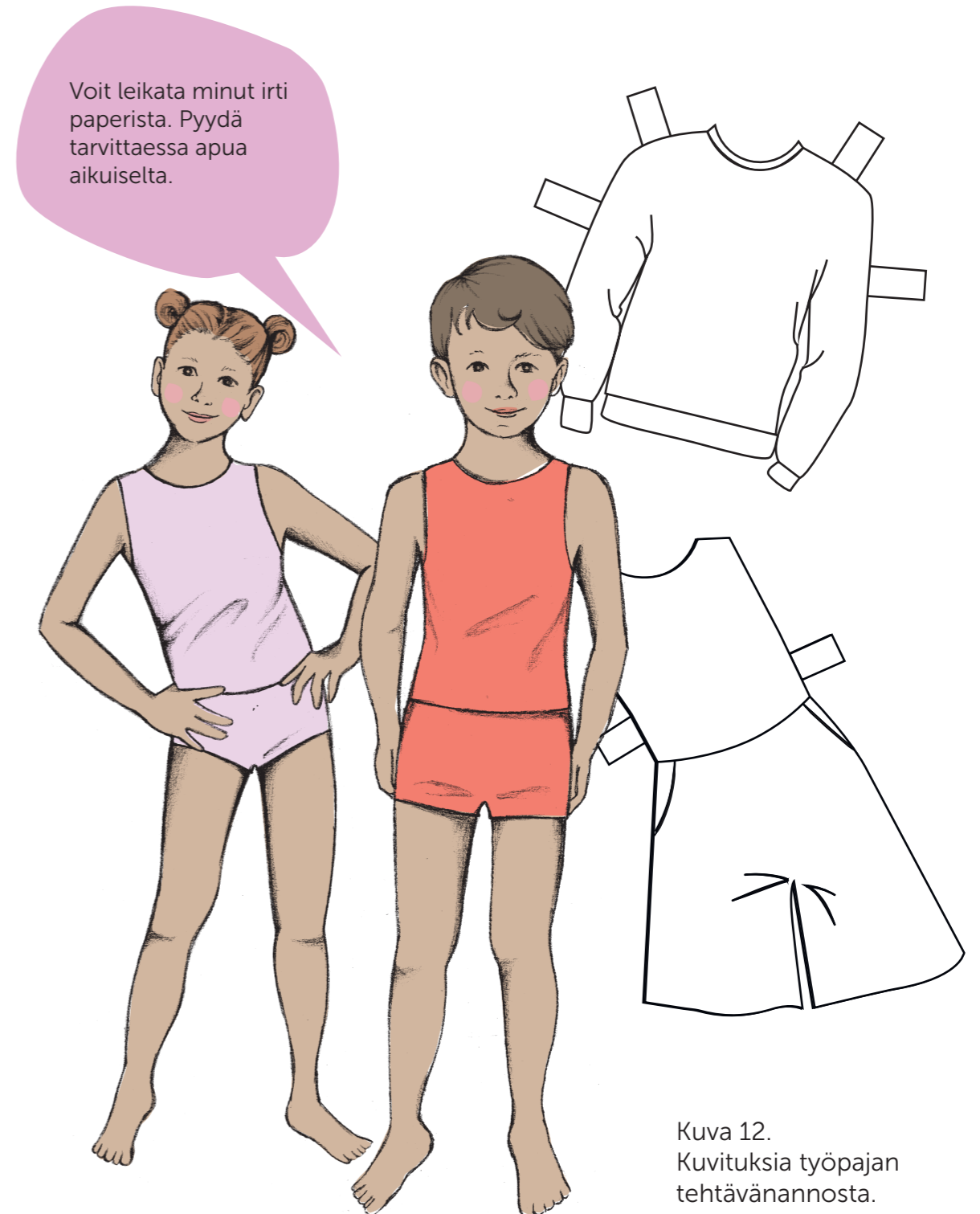
Neljännessä tehtävässä oli tarkoitus havainnoida piirrettävää kohdetta mahdollisimman tarkkaan. Tehtävänä oli piirtää mallista itse valitsema herkku, kiinnittäen huomiota esimerkiksi kohteen tekstuuriin, valoihin ja varjoihin.

Lasten vastauksia tehtävään 4:



TEHTÄVÄ 5: Kuosisuunnittelu paperinukein

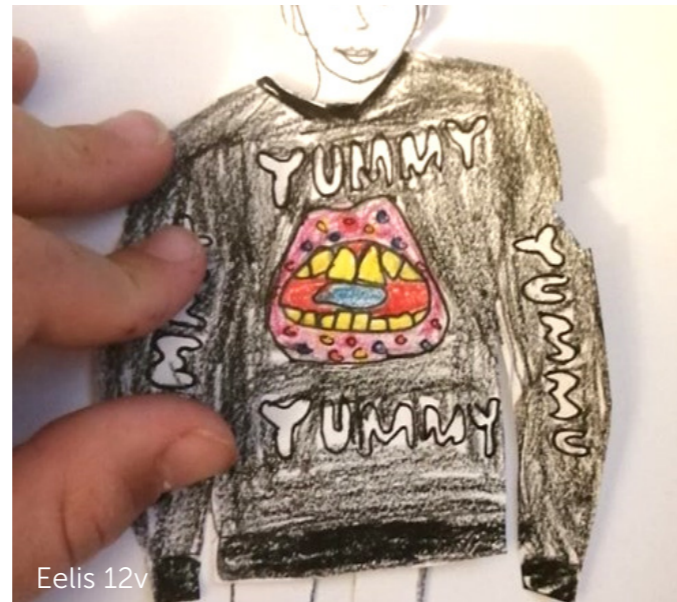
Viidennessä tehtävässä lapset pääsivät ideoimaan kuoseja vaatteisiin paperinukkein avulla. Tarkoituksena oli joko hyödyntää aiemmissa tehtävissä opittuja tekniikoita tai keksiä aivan uusia kuvioaiheita.



Lasten vastauksia tehtävään 5:



Oona 10v



Eelis 12v



Eevi 11v



liris 11v



Eelis, 12 v



Eelis, 12 v



liris 11v

4.

Mallisto



4.1 Yhteissuunnitellut kuosit

LASTEN TEOKSET KUOSEISSA

Lasten kanssa suunniteltaessa on tasapainoitava lasten ilmaisunvapauden ja sen kanssa, millaiset kuvioaiheet voidaan hyväksyä lastenvaatteisiin. Lasten vaatteiden ulkonäköön vaikuttaa hyvin paljon käsitykset siitä, millaista on "oikeanlainen" lapsuus. Brändit haluavat myydä assosiaatioita ensisijaisesti viattomasta lapsuudesta, eikä kuoseissa voi esiintyä ihan mitä tahansa. Taiteellinen työskentely saattaa olla väylä hyvin monenlaisten ajatusten ja tunteiden ilmaisuun, mikä on hyvä huomioida työpajatehtäviä suunniteltaessa.

Suunnittelijan valtaa jaettaessa käyttäjille ei lopputuloksesta voi olla koskaan varma, mutta oman kokemukseni perusteella kokeilu kannatti. Lasten teokset ja ideat ovat omaperäisiä ja itseäni kiehtoo ajatus siitä, että lasten omat ideat ja kädenjälki näkyvät selkeästi lasten kuoseissa. Osallistamisen avulla suunnittelijat voivat saada

uudenlaista ymmärrystä lasten ajatuksista ja maailmasta ja näin saada myös uusia näkökulmia omaan suunnittelutyöhön. Lapsilla on todella monipuolisia ja luovia ideoita, mutta jotta lasten ajatukset, ideat ja mieltymykset tulisivat nähtyiksi ja kuulluiksi, tarvitaan aikuisia, jotka ymmärtävät lasten ajatusten arvokkuuden ja osaavat löytää keinot niiden hyödyntämiseen.

Potentiaalisia teoksia tuli todella paljon, mutta lopulta kuvioaiheiden valinnassa vaikutti paitsi onnistunut teos, myös erilaiset tekniset seikat. Koska työpaja toteutettiin etänä, en voinut vaikuttaa siihen, millaisessa muodossa työt minulle palautettiin. Tästä syystä kaikkia loistavia-kaan kuvioaiheita en saanut muokattua painokelpoisiksi raporteiksi esimerkiksi riittämättömän resoluution vuoksi. Seuraavassa luvussa avaan tarkemmin prosessia, jossa työstän lasten teoksista valmiita kuoseja.

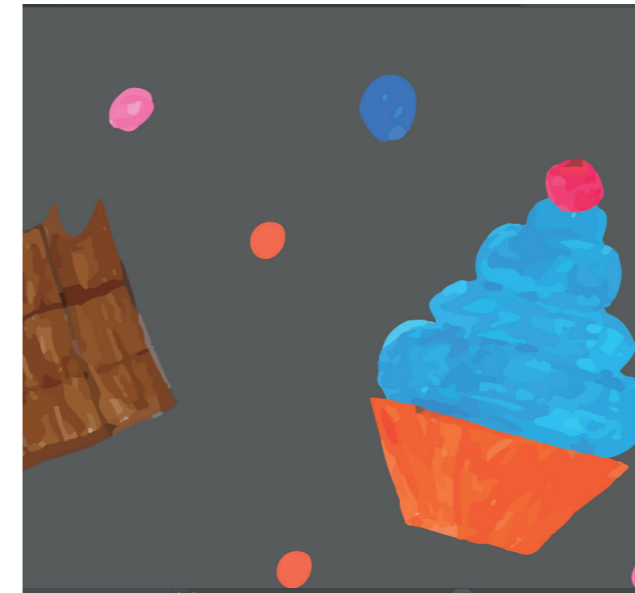


4.2 Piirroksesta painokuosiksi

Kuosi 1: Herkkupäivä



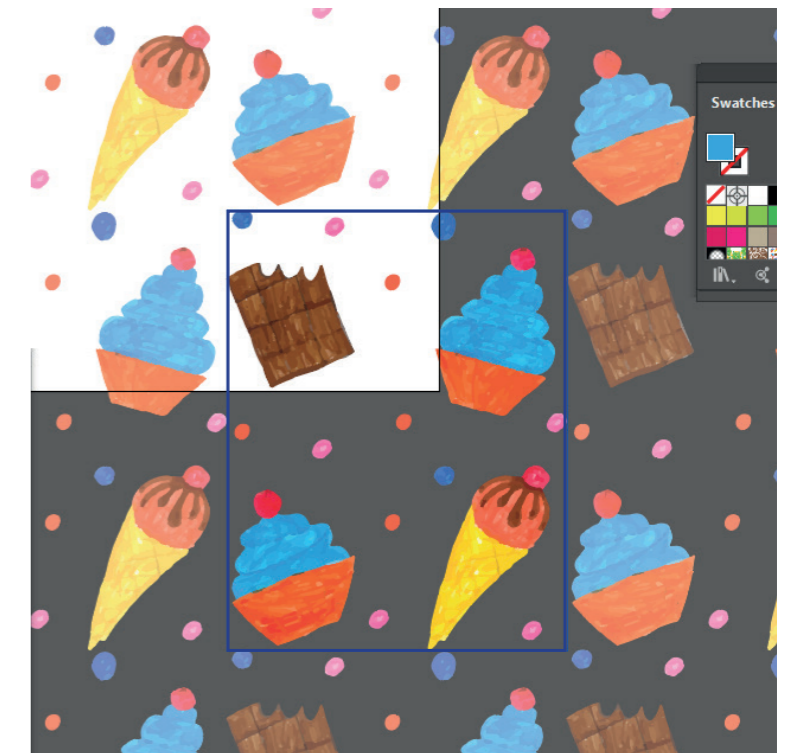
Alkuperäiset teokset 10-vuotiaalta Oonalta



Tämän jälkeen sommittelin kuvioita eri tavoilla löytääkseni saumattoman ja toimivan toistuvuuden.



Jokaisen kuosin toteutin vektoroimalla kuvioelementit ja "putsaamalla" taustan pois. Lisäksi ryhmittelin jokaisen kuvion omaksi elementikseen ennen asettelua raporttiin.



Lopuksi kokeilin erilaisia taustavärejä. Kuvassa on ensimmäisen kuosin valmis kuosiraportti.

**Veera Konga
Design**

SEASON: SS21

NAME: Herkkupäivä

- col.1
- col.2
- col.3
- col.4
- col.5



Luomupuuvillaneulos
Tulostettava leveys: 56 in(142 cm).
6.3 unssia neliömetriltä (215 gsm)
Luonnon valkoinen
Arvioitu kutistuminen 9-11%
pituudesta ja 5-7% leveydestä.

Herkkupäivä!

Herkullisen kuosin on suunnitellut 10-vuotias Oona Krappala, joka kertoo perineensä monipuolisen luovuutensa taiteilija isoäidiltään. Oona valmistaa muun muassa vaatteita pehmoleluilleen ja askartelee tiloja petseille.

Alkuperäisessä teoksessa Oona on käyttänyt taitavasti värejä ja kuosissa oli selaisenaan kaupallista potentiaalia, joten se valikoitui osaksi mallistoa.



Kuosi 2: Namukatti



Alkuperäinen teos



Ensimmäisen vektoroinnin lopputulos






Kuvion siivoamista, kuitenkin niin että kuvio ei ole liian siloiteltu, vaan lapsen kädenjälki säilyy.






Värien vaihto raitoihin alkuperäisen teoksen mukaisesti



Erihausten raportti- ja väri vaihtoehdojen kokeilua ennen lopulliseen versioon päätymistä.

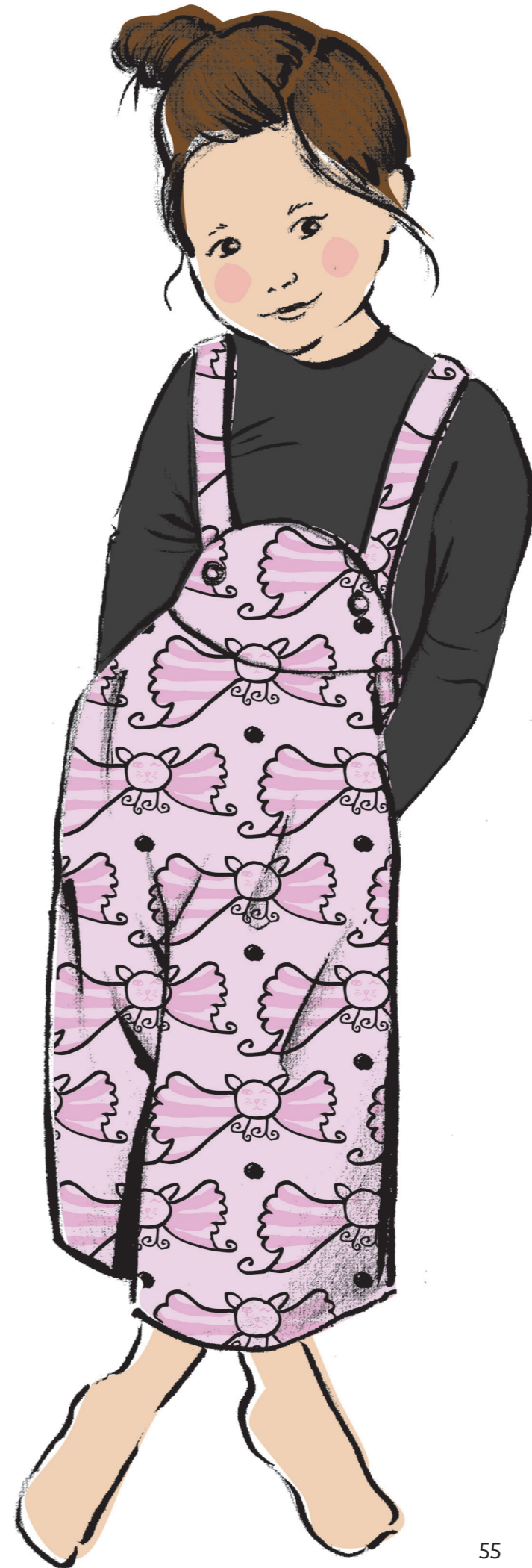
Veera Konga Design	SEASON: SS21	 col.1
	NAME: Namukatti	 col.2  col.3



Veera Konga Design	SEASON: SS21	
	NAME: Namukatti	 



Luomupuuvillaneulos
Tulostettava leveys: 56 in(142 cm).
6.3 unssia neliömetriltä (215 gsm)
Luonnon valkoinen
Arvioitu kutistuminen 9-11%
pituudesta ja 5-7% leveydestä.



Namukatti!

Myös namukatti on Oona Krappalan käsialaa! Namukatti valikoitui mallistoon, koska se ilmensi onnistuneesti karkkiagentti-teemaa ja selkeän piirustusjäljen ansiosta kuvion työstäminen painokelpoiseksi oli vaivatonta.

Namukatti toteutettiin myös vaatteeksi asti!

**Veera Konga
Design**

SEASON: SS21

col.1

col.2

NAME: Salmiakkilohikäärme

Kuosi 3: Salmiakkilohhari



**Veera Konga
Design**

SEASON: SS21

col.1

col.2

col.3

NAME: Salmiakkilohikäärme



Luomupuuvillaneulos
Tulostettava leveys: 56 in(142 cm).
6.3 unssia neliömetriltä (215 gsm)
Luonnon valkoinen
Arvioitu kutistuminen 9-11%
pituudesta ja 5-7% leveydestä.

Salmiakkilohhari!

Salmiakkilohikäärmeen on suunnitellut 11-vuotias Emilia Ahola. Emilia kertoo olevansa aktiivinen liikkuja ja harrastavansa piirtämistä ja musiikkia.

Jäätelöpalloja syöksevän lohikäärmeen ympärille keksitty tarina osoitti erinomaista mielikuvituksen käyttöä ja kertomukseen karkkiagenttien ja Salmiakkilohharin kohtaamisesta oli helppo uppoutua. Huolellinen työ ilmensi erinomaisesti teemaa, minkä lisäksi se oli myös piirustustekniikan puolesta vaivatonta työstää painokelpoiseksi kuosiraportiksi!

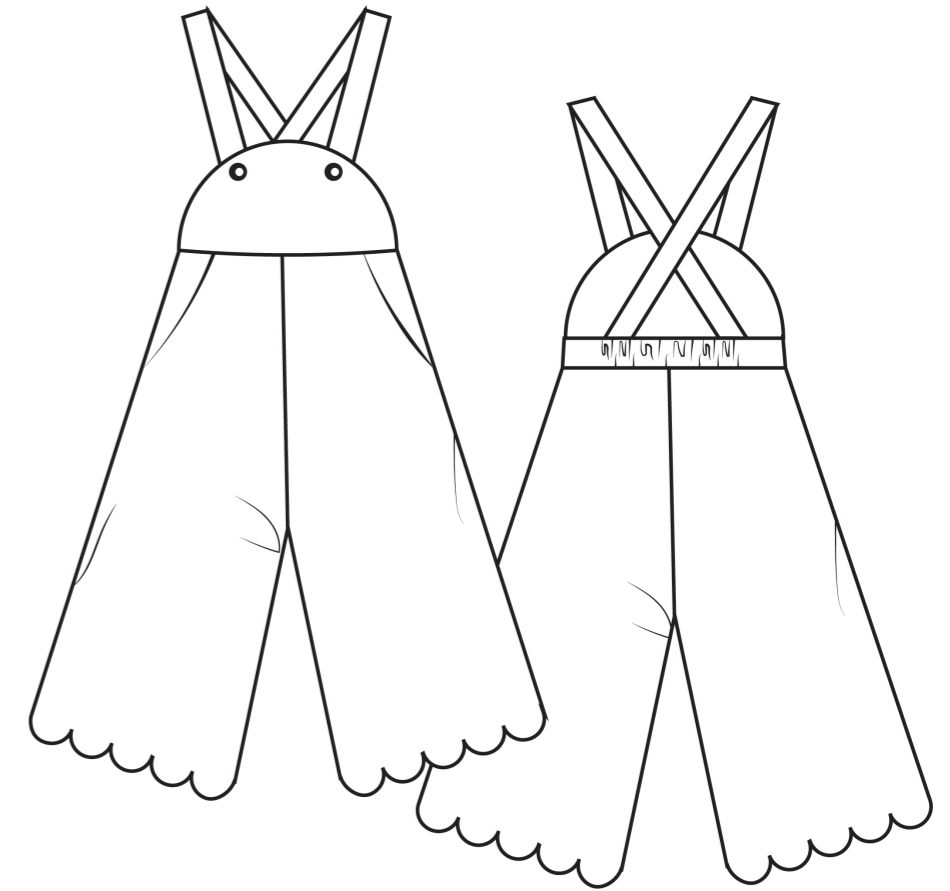
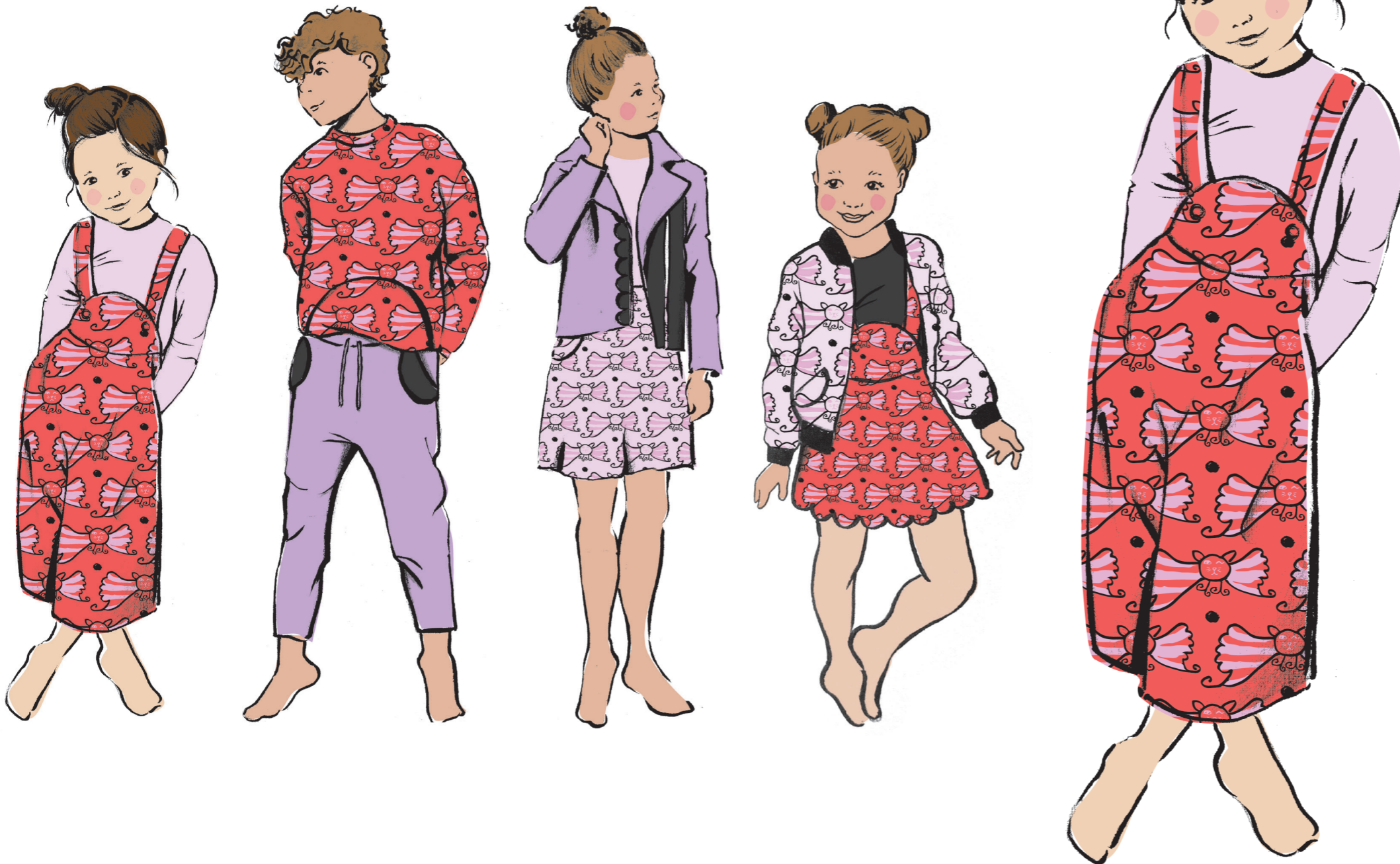


4.3 Mallisto

Candy agents going green -mallisto

Haalari

Koot: 104 - 164



Luomupuuvillaneulos



Namukatti
oranssi



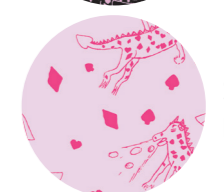
Namukatti
liila



Herkkupäivä



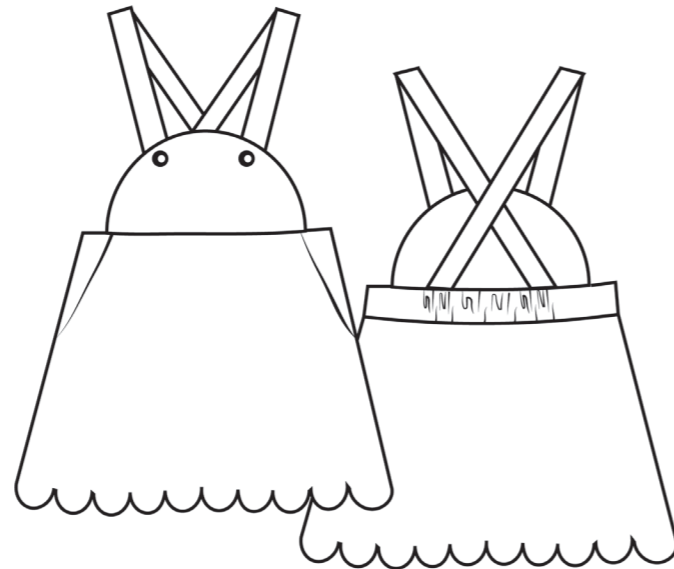
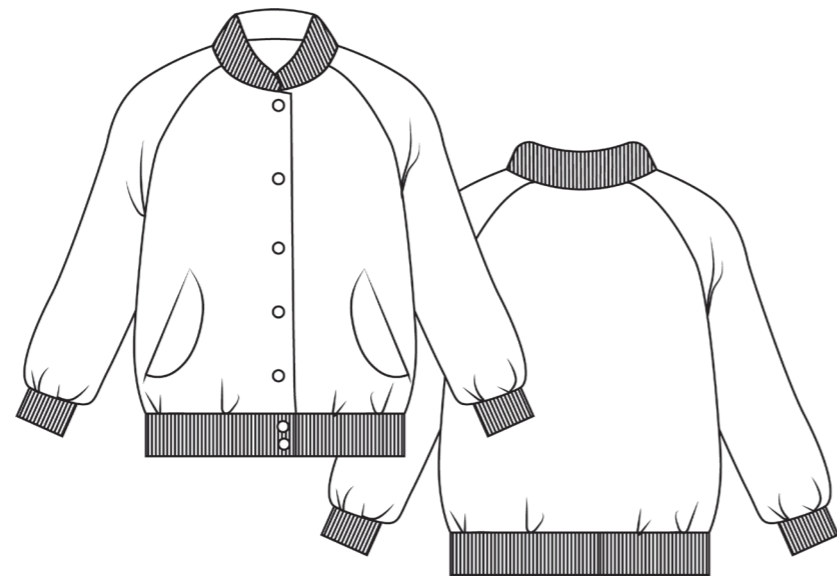
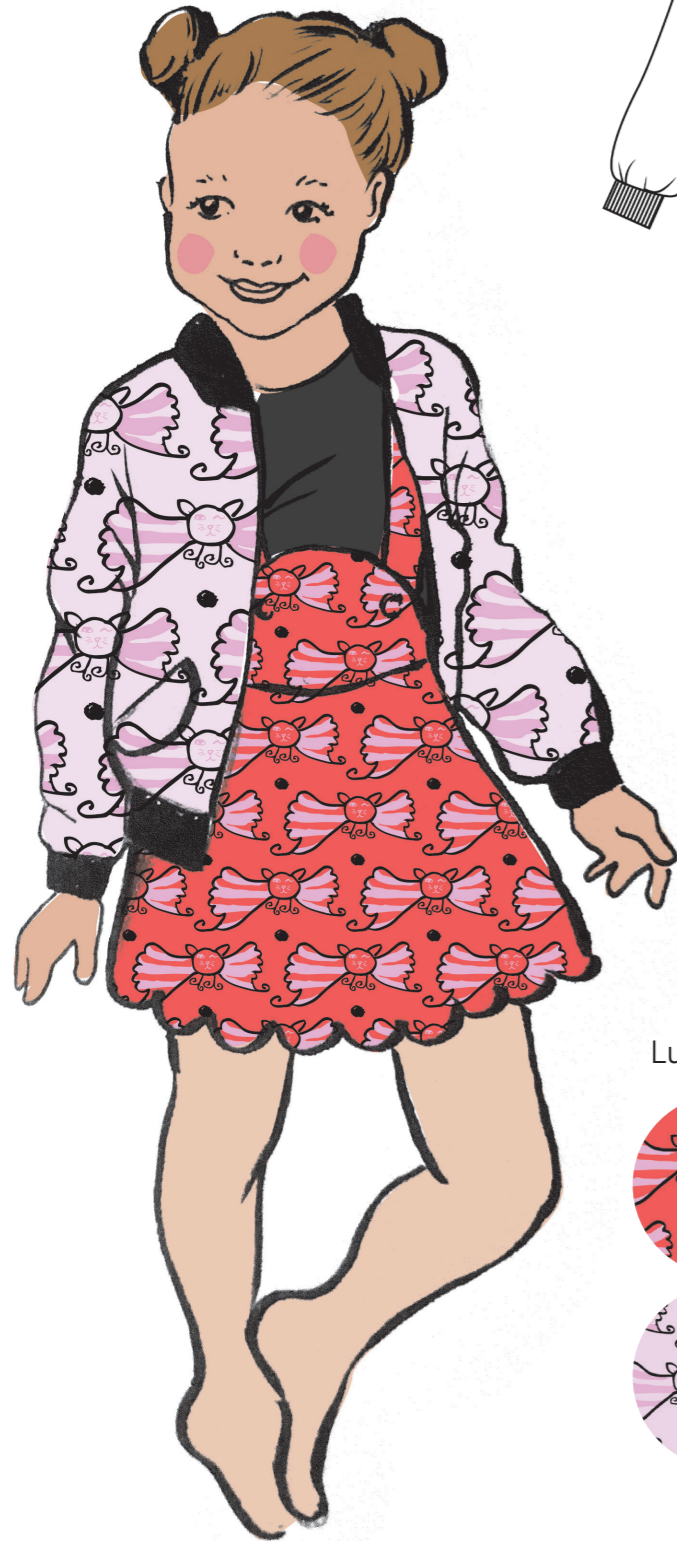
Salmiakki
musta



Salmiakki
liila

Bomber ja henkselimekko

Koot: 104 - 164



Luomupuuvillaneulos



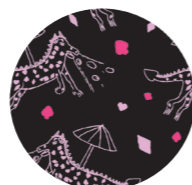
Namukatti
oranssi



Herkkupäivä



Namukatti
liila



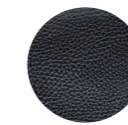
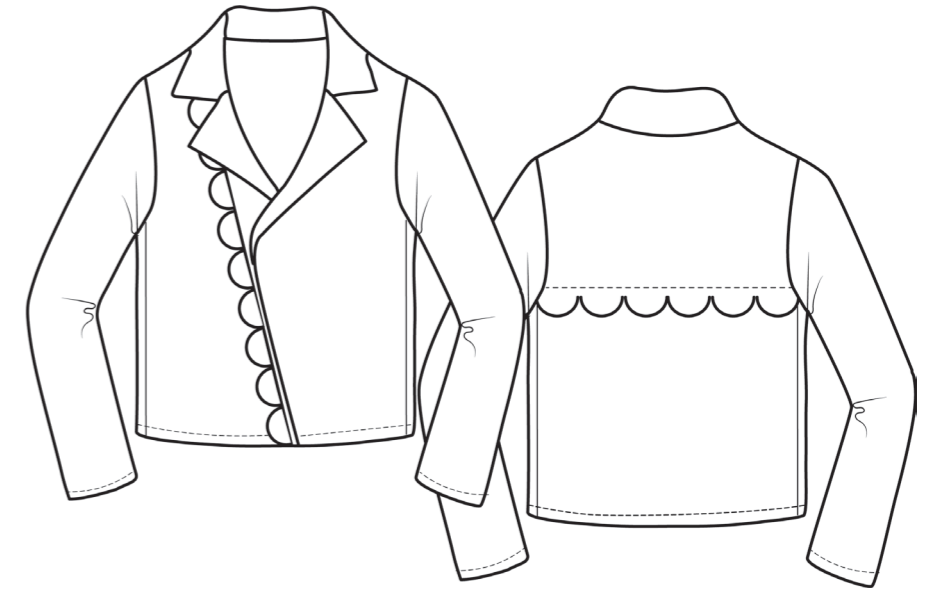
Salmiakki
musta



Salmiakki
liila

Takki ja hame

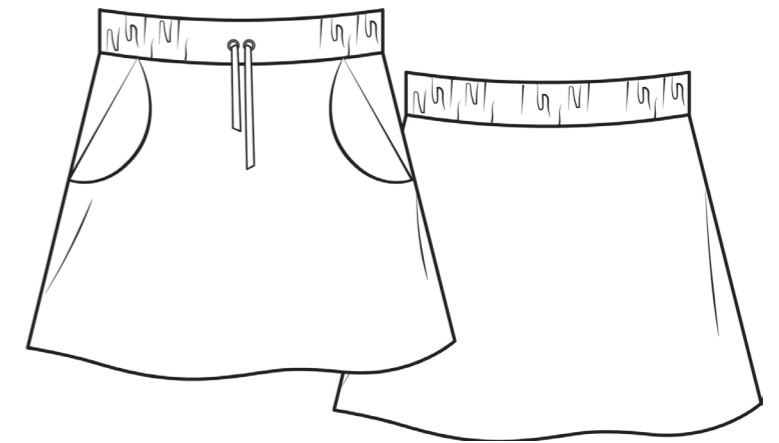
Koot: 104 - 164



Teollisuuden
ylijäämänahka



100%
villa



Luomupuuvillaneulos



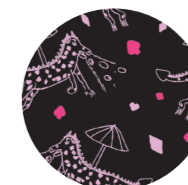
Namukatti
oranssi



Herkkupäivä



Namukatti
liila



Salmiakki
musta



Salmiakki
liila

Pusero ja housut

Koot: 104 - 164



Luomupuuvillaneulos



Namukatti
oranssi



Namukatti
liila



Herkkupäivä



Salmiakki
musta

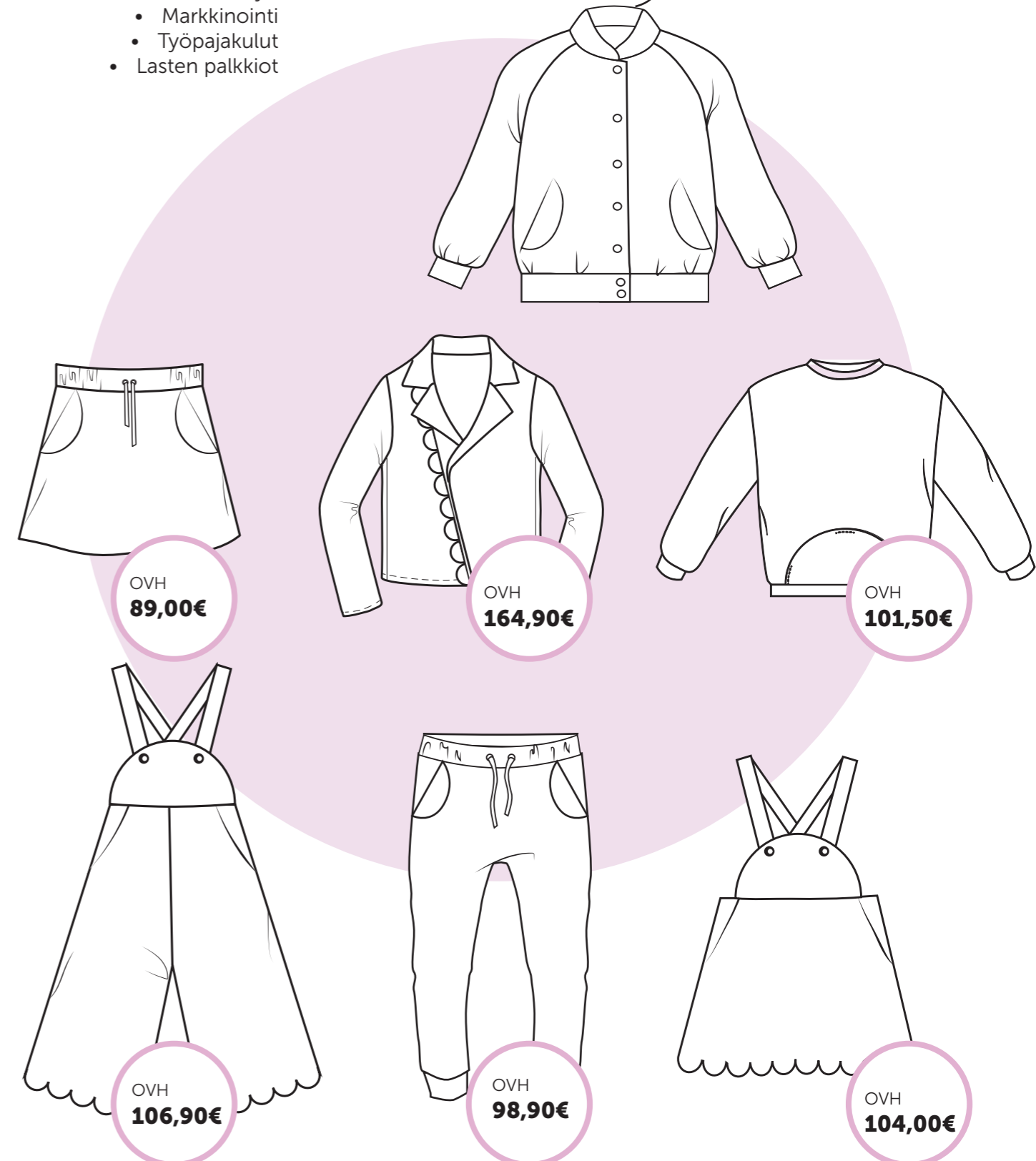


Salmiakki
liila

Hinnoittelu

- Vuokratulot
- Suunnittelutyö
- Markkinointi
- Työpajakulut
- Lasten palkkiot

Työ: 30,00€ (22%)
 ALV 24%: 25,86€ (19%)
 Muut kulut: 10,90€ (8%)
 OVH **133,60€**
 Materiaali: 12,00€ (9%)
 Jälleenmyyjän kate 24,87€ (19%)
 Myyntikate/Brändi: 30,00€ (22%)





“

Musta nahka ois kiva, koska se näyttää agentilta.
Leo, 7v



“

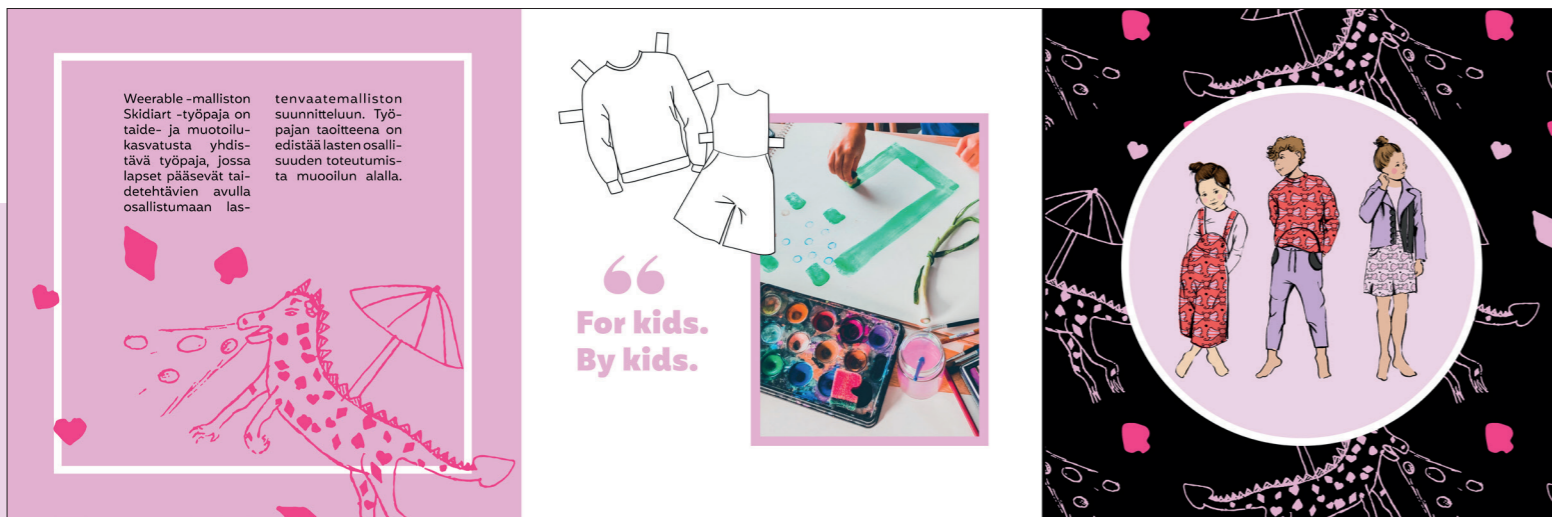
Agentit näkivät hirviön, joka kasvoi silmissä. Kuusi tuntia sitten se oli suklaamuna, ja kuoriuduttuaan se alkoi rohuamaan karkkia, kasvaen jättiläiseksi.
Eelis, 12 v



Malli: Wilda Majanto
Valokuvat: Veera Konga



4.4 Brändäys



Kolmitaitteinen esitesuunnitelma

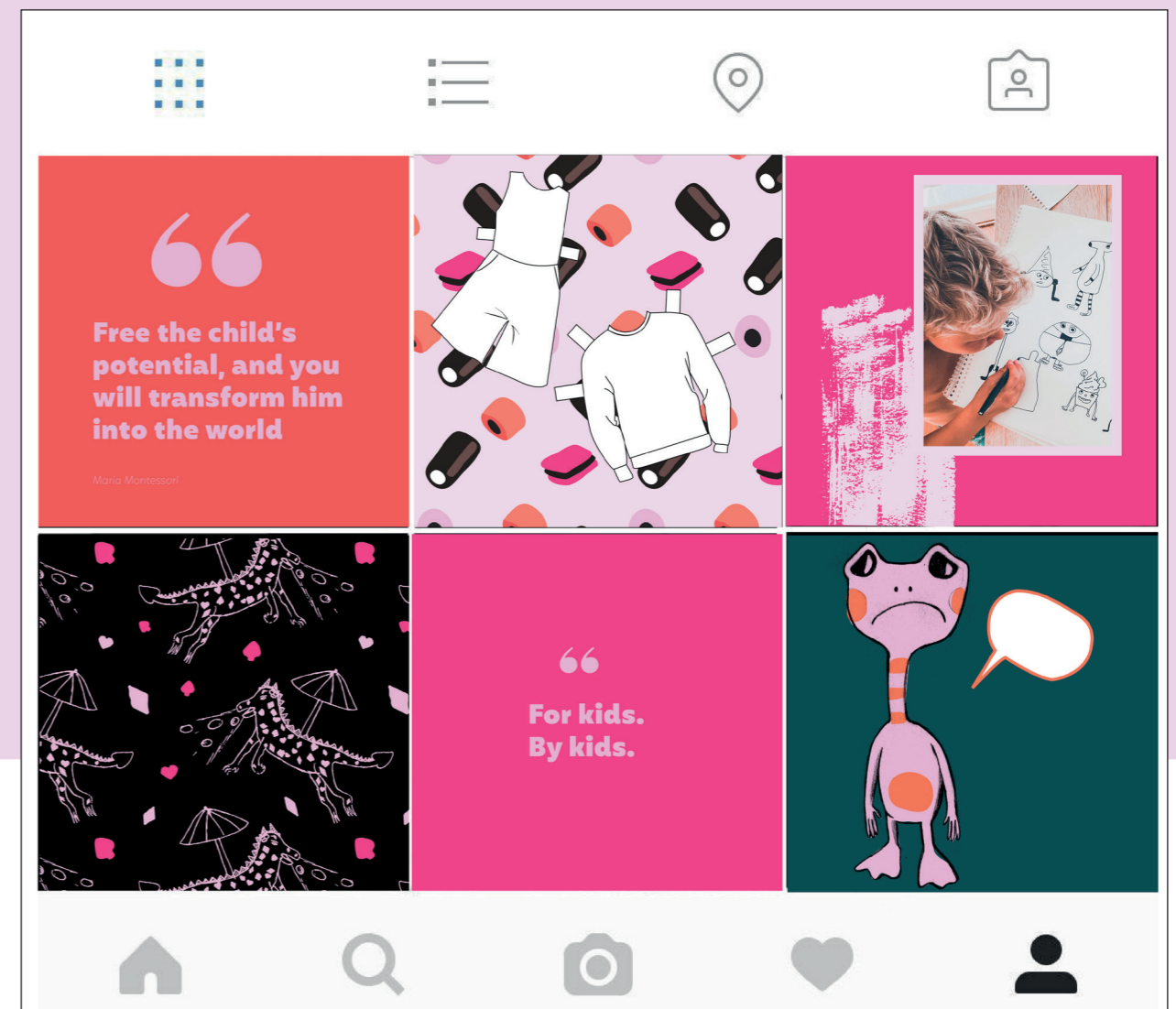


Toteutettu esite



Riippulaput

“ For kids. By kids. ”



Instagram markkinointi

5.

Loppupäätelmät



POHDINTAA KOHDERYHMÄSTÄ

Tuotesuunnittelijoille on yleisesti ominaista pohtia tuotteidensa kohderyhmää sekä luoda hyvinkin tarkkaan määriteltyjä käyttäjäprofiileja tuotteidensa käyttäjistä. Osallisuuden näkökulmasta tuntuu kuitenkin väärältä luoda liian tarkkoja raameja kohderyhmälleni, onhan perimmäinen ajatukseni, että taidekasvatus ja mahdollisuus osallistua kuuluu kaikille. Ei myöskään ole aivan selvää, olisiko työpajan ja tuotteiden kohderyhmä automaattisesti sama. Työpajan vaatimat resurssit ja vastuullinen tuotanto näkyvät väistämättä myös tuotteiden hinnoissa, joten arvioisin tuotteiden hintatason asettuvan better-contemporary -tasolle, eli keskihintatason yläpäähän. Tämä rajoittaa jossain määrin tuotteiden kohderyhmää, vaikka työpaja olisikin mahdollinen kaikille. Toisaalta työpajapalkkioiden kautta vaatteet voivat olla myös vähävaraisempien saatavilla. Pohdin aluksi työpajan kohderyhmää niiden havaintojen perusteella, joita tein projektini aikana.

Etätyöpaja tavoitti kaikenkaikkiaan 57 vanhempaa. Työpajan tehtävät suorittaneita lapsia oli lopulta 17 ja lapsista suurin osa oli iältään 8-12 vuotiaita. Tätä nuoremmat todennäköisemmin jättivät työpajan kesken. Lähes kaikilla lapsilla oli useampia harrastuksia, valtaosalla myös taideharrastuksia. Mainokseen tarttuivat pääsääntöisesti vanhemmat, jotka olivat myös muissa lasten taideharrastuksiin keskittyvissä sosiaalisen median yhteisöissä. Suurin osa vanhemmista raportoi lastenvaatteiden ostopäätöksissä vaikuttavan eniten lasten valinta, hinnan, eettisyyden tai brändin ollessa vähemmän merkityksellisiä seikkoja.

Markkinoinnin tapahtuessa sosiaalisen median kanavissa lasten tavoittamiseen tarvittiin vanhempia, mikä edellytti luonnollisesti myös vanhempien kiinnostusta aihetta kohtaan. Jatkoa ajatellen olisi hyvä pohtia, miten tavoittaa lapset suoraan esimerkiksi koulujen tai harrastuspaikkojen avulla.

Kyselytutkimukseni perusteella havaitsin yhteissuunnittelutyöpajaan osallistuneiden lasten vanhemmista enemmistön työskentelevän itse ihmisläheisillä aloilla tai kulttuurialalla. Kaikki vanhemmat pitivät lasten aktiivisuutta ja osallistumisen mahdollistamista tärkeänä.

Ostopäätöksiin vaikuttavista kuluttamisen trendeistä arvioisin sekä työpajan että tuotteiden kohderyhmän kuuluvan joko ekologista, itsensäilmaisun tai luonnonläheisen vanhemmuuden trendiä toteuttavaan kuluttajaryhmään. Ekologisessa trendissä kuluttaminen on vastuullista ja ostopäätöksissä painottuu tuotteiden pitkäikäisyys ja terveellisyys sekä yrityksen vastuullisuus. Itsensäilmaisemisen trendiin kuuluu vanhemman halu toteuttaa itseään lapsen saannista huolimatta. Trendille on ominaista omien kiinnostuksenkohteiden jakaminen lasten kanssa ja sellaisten tuotteiden ja palveluiden suosiminen, jotka mahdollistavat vanhemman harrastamisen. Luonnonläheisen vanhemmuuden trendi linkittyy jokseenkin samoihin arvoihin kuin ekologinen vanhemmuus. Trendille on ominaista halu luoda lapsille inhimillisiä ympäristöjä, tuntemuksia ja tilanteita sekä pyrkimys kasvattaa lapsi tämän omia kehitysprosessejaan kunnioittaen. Lapsille halutaan mahdollistaa tekeminen, kokeminen ja käsillä tekemistä arvostetaan. (Ryynänen, 2020)

TAIDEKASVATUS LASTENVAATTEIDEN SUUNNITTELUPROSESSISSA

Projektin myötä havaitsin taidekasvatuksellisten menetelmien toimivan osallistavan suunnittelun työkaluina. Olen sitä mieltä, että kasvatus- ja muotoiluala voivat täydentää ja rikastuttaa toisiaan ja avartaa niin suunnittelijan kuin käyttäjänkin maailmaa.

Yksi osallistavan suunnittelun haasteista ajatellaan olevan epävarmuus siitä, syntykö yhteissuunnittelun tuloksena mitään käyttökelpoista. Työpajakokemukseni myötä näin, että käyttökelpoisia töitä ja ideoita tuli lapsilta enemmän kuin mitä resurssini riittävät toteuttamaan. Lisäksi lasten suunnittelutaito ja -into yllättivät minut. Lasten mielikuvitus on eri tavalla rajaton kuin aikuisella, joten kuosien aiheista tulee mitä mielenkiintoisimpia ja tästä voi itsekkin ammentaa inspiraatiota. Omasta kokemuksestani voin todeta, että jos jokin ennako-odotus tai visio lopullisten kuosien ulkonäöstä etukäteen olikin, niin lopputulos oli jotain aivan muuta, mutta pelkästään positiivisella tavalla.

Aiemmin mainittujen syiden lisäksi syyt yhteissuunnittelun vähäiseen toteutumiseen vaatetusosalalla voivat liittyä yksinkertaisesti siihen, että suunnittelijat vierastavat suunnitteluprosessin jakamista muille. Omasta näkemyksestä ja visiosta halutaan pitää kiinni ja intohimoalan ollessa kyseessä ei mielekkäitä tehtäviä haluta välttämättä jakaa muille. Kenties jopa pelko siitä, mikä on suunnittelijan rooli tulevaisuudessa, jos kuka tahansa voi olla suunnittelija. Itse kuitenkin koin, että osallistamisen ja suunnittelijan itseilmaisun ei tarvitse olla toisiaan poisulkevia seikkoja, vaan osallistaminen voi nimenomaan ruokkia itsessä myös uudenlaista luovuutta.

Kuten taustoituksestakin käy ilmi, ajallisia resursseja osallistavan suunnittelun organisoiminen tosiaan vaatii. Ajallisia resursseja on vaatinut erityisesti taidekasvatuksellisten tehtävien ideoiminen ja toteuttaminen kuvituksiin ja materiaaleineen, opetusvideoiden kuvaaminen, lasten lähettämien töiden läpikäyminen palautteineen sekä kuosiraporttien työstäminen. Kuosisuunnitteluprosessissa eniten aikaa meni luultavasti teosten valintaan ja kokeiluihin, johon aikaa kului useita päiviä. Kun lopulta sain tehtyä valinnan, meni kuvion työstämiseen ja raportin tekemiseen aikaa suurin piirtein tunnista muutamaan tuntiin. Lasten tehtävien vastaanottaminen oli kuitenkin todella innostavaa ja kuosien ideointi lasten töistä antoisaa. Uskon, että taidekasvatuksellinen yhteissuunnittelu on aivan mahdollista ottaa merkittäväksi osaksi vaatesuunnittelun liiketoimintaa. Yhteissuunnittelussa on kuitenkin omat haasteensa osallisuuden ja vaatetussuunnittelun näkökulmasta. Tuotesuunnittelun lähtökohtana on pääasiassa markkinatalous ja tavoitteena kaupallinen menestys. Koska yhteissuunnittelu vaatii organisoijalta runsaasti resursseja, nostaa se myös tuotteiden kustannuksia. On siis aiheellista kysyä, ovatko yhteissuunnittelun lopputuotteena syntyneet vaatteet loppujen lopuksi vain pienen vähemmistön saavutettavissa olevia ylellisyustuotteita. Onko tämä ristiriidassa osallistavan konseptin kanssa?

Projektissa on ollut antoisaa huomata lasten innostuneisuus ja sitoutuneisuus työpajaan ja tehtäviin, ja huomata miten olen voinut jakaa omaa innostuneisuutta vaatetussuunnittelua kohtaan myös lapsille. Osa vanhemmista kertoi, että työpajan kautta koko perhe on oppinut havainnoimaan ympäröivää muotoilua, ja erityisesti kuose-

ja uudella tavalla. Työpajan päätteeksi tehdyn kyselyn perusteella kaikki kyselyyn vastanneet vanhemmat olivat pääasiassa tyytyväisiä työpajaan. Palautteen perusteella tehtävien määrä oli sopiva, ohjeet olivat selkeät ja vuorovaikutus oli toimivaa. Ohjaajana sain kiitosta innostavuudesta, joten sen suhteen uskon onnistuneeni tavoitteessani. Kehitysehdotuksia sen sijaan tuli tehtäviin tarvittaviin materiaaleihin liittyen, joiden toivottiin osallisuuden nimissä tulevan työpajan organisoijalta. Näin kenenkään osallistuminen ei jäisi ainakaan tarvikkeiden puutteesta kiinni. Lisäksi toivottiin parempaa ryhmäytymistä, mikä etänä työskentelyn vuoksi jäikin harmillisesti uupumaan. Palautteiden avulla tiedän nyt, mitä toteutuksessa työpajassa tuli tehtyä oikein ja mitä jatkoa ajatellen on vielä syytä kehittää.

Koen onnistuneeni järjestämään lapsille innostavaa ja merkityksellistä taide- ja muotoilukasvatusta ja tältä osin onnistuin lasten osallisuuden kokemusten mahdollistamisessa. Uskon ainakin konseptitasolla onnistuneeni osoittamaan, että taidekasvatuksellisia tehtäviä voidaan hyödyntää osallistavassa kuosisuunnittelussa. Se, miten yhteissuunnittelussa syntyneet kuosit menestyvät kaupallisesti ja tuottavat merkitystä myös muille kuluttajille kuin työpajaosallistujille, selvinnee kuitenkin vasta myöhemmin.

Vaikka osallisuus ja yhteissuunnittelu ovat aiheena pinnalla muotoilun tulevaisuudesta puhuttaessa, oma hen-

kilökohtainen tuntumani on että tähän voitaisiin tarjota enemmän työkaluja myös muotoiluopinnoissa. Koen, että sain taidekasvatuksesta ja osallistavasta pedagogiasta runsaasti työkaluja yhteissuunnittelutyöpajan kehittämiseen, koska osallistavan suunnittelun organisoimiseksi lapsille vaatii monia sellaisia taitoja joita voi oppia kasvatusalojen puolelta.

Prosessin myötä heräsi myös aivan uusia ideoita siitä, miten Skidiart-konseptia voisi kehittää. Yhtenä ideoina nousi esiin kuosisuunnittelusyntymäpäivät. Skidiart-työpajan voisi tilata aktiviteetiksi juhliin, jolloin lapset saisivat ohjatusti suunnitella esimerkiksi syntymäpäivän teeman mukaisia kuoseja. Kuosiraportin työstöä lasten piirroksista voisi myydä myös työpajasta irrallisena palveluna. Toiveita on esitetty myös aikuisten työpajoista, joten ehkäpä "Drink and draw" ja "Paints and friends" -tapahtumien kaltaisten taideiltamien rinnalle mahtuisi myös "Prints and friends" -iltamat, missä aikuiset saisivat suunnitella omia kangaskuoseja. Osallistamista voisi toteuttaa myös laajemmin kuin kuosien osalta. Käyttäjien voisi antaa ideoita myös esimerkiksi vaatteiden malleja ja yksityiskohtia.

Osallistavassa suunnittelussa vaatetusosalalla siis on vielä työsarkaa, mutta projekti oli antoisa tutkimusmatka siihen, miten itse voisinn suunnittelijana toimia kaikkien luovuutta ilmentävien ratkaisujen kehittäjänä ja luoja-





**Työpajan ansiosta
meidän koko
perhe on oppinut
havainnoimaan
ympäristössä olevaa
muotoilua aivan
uudella tavalla.**

-Työpajalaisen vanhempi

Kiitokset:

Minna Cheung
Heikki Saros
Anneli Arjasto
Hanna Kapanen
Jonna Tötterman
Marjut Rahkola
Annukka Majanto

Suurimmat kiitokset kuuluvat
tosielämän upeille karkkiagenteille,
joita ilman projektini ei olisi ollut mahdollinen:

Eelis K
Eevi P
Emilia A
Evelin V
Frida
Helene M
Hulda S
Iiris K
Iisa A
Ilona M
Leo M
Luukas M
Nicoya M
Nooa N
Oona K
Tinja M
Wilda M
Lapsi 4v.

Lähteet:

Kirjalliset lähteet:

- Battarbee, K. 2004. Co-experience. Helsinki: Painopörssi
- Isoniemi, L. 2019. Kuviollinen mieli - Pintasuunnittelun luovia menetelmiä. Aalto-yliopiston taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu.
- Koskinen, T., Mustonen, P., Sariola, R. 2010. Taidekasvatuksen Helsinki. Helsingin kaupungin tietokeskus
- Pohjakallio, P., Kallio-Tavin, M. 2015. Kuvis sata. Aalto ARTS Books
- Rusanen, S., Kuusela, M., Rintakorpi, K. 2014. Musta tuntuu punaiselta - Kuvataiteellinen toiminta varhaisiässä. Lasten keskus
- Vänskä, A. 2012. Muodikas lapsuus - Lapset mainoskuvissa. Gaudeamus

Sähköiset lähteet:

- Bertini, P. 2014. Co-creation - Designing with the user, for the user. UX Booth. Saatavissa https://www.academia.edu/9779361/Co_Creation_Designing_With_the_User_For_the_User
- Halmeenmäki, M. 2012. Käyttäjälähtöiset suunnittelumenetelmät sekä osallistava suunnittelu muotoilukonsultoinnin osana. Aalto-yliopisto Muotoilun laitos. Saatavissa https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/5969/optika_id_108_halmeenm%c3%a4ki_mantias_2012.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Heiskanen, V., Heinänen, O. 2018. Pedagogista yhteissuunnittelua Mediamysteeri-hankkeessa. Aalto-yliopisto Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu. Saatavissa https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/40716/master_Heiskanen_Venla_2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Isola, A., Kaartinen, H., Leeman, L., Lääperi, R., Scheider, T., Valtari, S., Keto-Tokoi, A. 2017. Mitä osallisuus on? Osallisuuden viitekehystä rakentamassa. Terveystieteiden ja hyvinvoinnin laitos THL. Saatavissa https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/135356/URN_ISBN_978-952-302-917-0.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mäntynen-Hakem, A. 2016. Kipinää, leikkiä ja roihua - Sosiokulttuurinen innostaminen ja aito dialogisuus nuoren kohtaamisessa. Onnistus.net. Saatavissa <https://www.avi.fi/documents/10191/7420622/Innostaminen/22de5107-5e5f-496b-9b5c-35a455dc8e9f>
- Raudaskoski, P. 2013. Kasvatus käsitteenä ja ongelmana. Helsingin yliopisto. Oppimateriaali. Saatavissa <https://www.mv.helsinki.fi/home/praudask/artikkeliTKkasitteet.pdf>
- Vepsäläinen, A. 2015. Tapaus: Muotoilija 2025 - Hypoteesi muotoilijan ammatillisesta tulevaisuudesta. Lahden ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö. Saatavissa https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/97014/Vepsalainen_Aino.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- YK:n yleissopimus lapsen oikeuksista. 1989. Saatavissa https://unicef.studio.crasman.fi/pub/public/pdf/LOS_A5fi.pdf
- 2018. Methods and practices. Opas. Designing for children's rights. Saatavissa <https://childrensdesignguide.org/methods-practices/>

Haastattelut:

- Ilvonen, J. 2020. Lakimies. Ornamo. Sähköpostikeskustelu 26.10.2020
- Kapanen, H. 2020. Koulutuksen kuraattori. Designmuseum. Haastattelu 24.6.2020
- Rahkola, M. 2020. Perustaja. Vimma Oy. Haastattelu 17.6.2020
- Tötterman, J. 2020. Perustaja. Design for children's rights. Haastattelu 30.6.2020, 15.10.2020

Julkaisemattomat lähteet:

- Ryynänen, S. 2020. eChild - Alle 5-vuotiaiden lasten funktionaalisten tuotteiden ja vaatteiden suunnittelu. Savonia. Kurssimateriaali

Kuvalliset lähteet:

- Kuva 7: Ritari, N. 2018. Ole rohkea -kuosi. Helsinki design week. Saatavissa <https://www.helsinkidesignweek.com/fi/festivaali/kurkistus-lasten-designviikon-paatapahtumiin-ja-sen-ennakkotapahtumiin/>
- Kuva 8: 2018. Vimma company lasten haalari 'Lapsen ääni' -kuosilla. Vimma company oy. Saatavissa <https://www.vimmacompany.com/jumpsuit-aapeli-lapsen-acc%88a%cc%88ni-turkoosi-persikka/>