

.....

.....

Muotoilun tuottama arvo nyt ja tule vaisuudessa

*– muotoilija rinaskenaarioissa
(ital. rinascere, syntyä uudelleen)*

.....

.....

*LAB-AMMATTIKORKEAKOULU
Muotoilija (YAMK)
Muotoilun ja median
uudistava osaaminen
Kevät 2021
Piritta Hannonen*

.....

Tiivistelmä

Tekijä Hannonen, Piritta	Julkaisun laji Opinnäytetyö, YAMK	Valmistumisaika 2021
	Sivumäärä 116	
Työn nimi Muotoilun tuottama arvo nyt ja tulevaisuudessa – muotoilija rinaskenaarioissa (ital. rinascere, syntyä uudelleen)		
Tutkinto Muotoilija (YAMK)		
Ohjaavan opettajan nimi, titteli ja organisaatio Mirja Kälviäinen, yliopettaja, LAB-ammattikorkeakoulu, Muotoiluinstituutti		
<p><i>Tiivistelmä</i></p> <p>Muotoilu mahdollistaa jaetun arvon muodostumista käyttäjän, organisaation, ekosysteemin ja yhteiskunnan näkökulmista. Muotoilun avulla voidaan vaikuttaa sellaisten innovaatioiden syntyyn, jotka ovat merkityksellisiä ja muuttavat ihmisten käyttäytymistä. Muotoilun uudet ulottuvuudet ja viitekehykset ohjaavat kohti ajattelua, jossa kehittäminen on ihmislähtöisyyden lisäksi elämälähtöistä. Muotoilijan roolina arvon tuotannossa on ymmärtää ja tehdä ymmärrettäväksi systeemisyyttä, tukea itseorganisoitumista ja monialaista, poikkitieteistä yhteiskehittämistä.</p> <p>Tämä opinnäytetyö syntyi arjen tarpeesta hahmottaa muotoilun tuottamaa arvoa ja muotoilijan roolia nyt ja tulevaisuudessa. Elämme murroksen aikaa, jossa sellaiset viheliäiset ongelmat kuin ilmastonmuutos, haastavat toimintamme ja tapamme ajatella muutosta. Kaiken tulee muuttua ja muotoilijoiden tulee tukea tätä muutosta – ekologista jälleenrakentamista.</p> <p>Kehittämistyö toteutettiin ennakkoinnin prosessia hyödyntäen. Ennakointi on järjestelmällistä tulevaisuuden hahmottamista erilaisia menetelmiä ja monipuolista tietoa yhdistäen. Tässä kehittämistyössä ennakkoinnin prosessi jakautui neljään vaiheeseen: Laajempaa tulevaisuudenkuvaa hahmotettiin ensin <i>toimintaympäristöanalyysin</i> avulla. Toisessa vaiheessa kehittämiskysymyksiä pohdittiin kahdessa <i>tulevaisuusdialogissa</i> ja kolmannessa vaiheessa toimintaympäristöanalyysivaiheen synnyttämiä <i>tulevaisuuskuvia</i> validoitiin tulevaisuusdialogien ja työn tietopohjan avulla. Neljännessä vaiheessa tulevaisuuskuvat toimivat lähtökohtana muotoilun tuottaman arvon tarkastelulle <i>arvon viitekehyksessä</i>.</p>		
<p><i>Asiasanat</i></p> <p>Ennakointi, tulevaisuuskuva, arvon viitekehys, kestävyys, muutos, systeemisyy</p>		

Abstract

<p><i>Author</i> Hannonen, Piritta</p>	<p><i>Type of Publication</i> Thesis (UAS)</p>	<p><i>Published</i> 2021</p>
	<p><i>Number of Pages</i> 116</p>	
<p><i>Title of Publication</i> The Value of Design Now and in the Future – Designer in Rinascenarios (ital. rinascere, to be born again)</p>		
<p><i>Name of Degree</i> Master of Culture and Arts (UAS)</p>		
<p><i>Name, title and organization of the supervising teacher</i> Mirja Kälviäinen, Principal Lecturer, LAB University of Applied Science, The Institute of Design</p>		
<p><i>Abstract</i></p> <p>Design enables shared value from the perspectives of the users, organisations, ecosystems and the society. Design is also utilised in the creation of the meaningful innovations which are changing human behavior. Emergent ways of thinking, where developing is not only human-oriented, but also life-oriented, are guided by new dimensions and frameworks of design. Our role as designers is to understand systems, support self-organization and transdisciplinary co-creation.</p> <p>This thesis came about from the need to understand the value created by design and the designer's role as a value creator of the future. We live in transitions where wicked problems such as climate change challenge our actions and the way we think about the transformation. Everything has to change and designers responsibility is to accelerate the change called ecological rebuilding.</p> <p>The foresight process of this development research outlined the future through various methods and by combining versatile information systemically. There were four stages in the process. The first stage was <i>operating environment analysis</i>, co-creating scenarios for the future. The second phase, two <i>dialogues of the future</i> were held to deepen these scenarios. In the third phase <i>future scenarios</i> were validated and the last fourth phase, <i>value framework workshop</i>, gave answers to the question about the value of design in the future scenarios that were created in the earlier phases.</p>		
<p><i>Keywords</i> Foresight, future scenarios, value framework, sustainability, transition, systemic</p>		

Sisällys

1. Johdanto	1
1.1 MUUTOKSEN MAAILMA	1
1.2 ENNAKOINTIA MUUTOKSEEN	2
2. Kehittämisasetelma ja työn rakenne	4
2.1 TUTKIMUKSELLINEN ENNAKOINNIN KEHITTÄMISTYÖ	4
2.1.1 Skenaarioista muotoilun arvoon	5
2.1.2 Tutkimuksellisen kehittämistyön luonne	6
2.1.3 Systemaattinen tulevaisuuksien ajattelu	7
2.2 ENNAKOINTIPROSESSI	9
2.3 OPINNÄYTETYÖN RAKENNE	10
3. Käsitteet ja muotoilun tuottama arvo nykyisyydessä	13
3.1 ARVOSTA ARVON LUOMISEEN	13
3.1.1 Arvon käsite	13
3.1.2 Arvon näkökulmia	15
3.1.3 Arvo asiakkaalle	17
3.1.4 Arvon tuottaminen yhdessä	18
3.2 MUOTOILIJA MUOTOILUA MUOTOILEMASSA	19
3.2.1 Muotoilukäsitteen historiasta	19
3.2.2 Muotoilukäsitteen laaja-alaisuus	20
3.2.3 Monipuolinen, vastuuntuntoinen muotoilija	23
3.3 MUOTOILUN TUOTTAMA ARVO NYKYISYYDESSÄ	24
3.3.1 Muotoilutoimiala on kasvussa	26
3.3.2 Aineetonta arvoa kokemus-, tieto- ja muutostaloudessa	26
3.3.3 Muotoilujattelua kokonaisuuksien hahmottamiseen	28
3.3.4 Palvelumuotoilua kokemusten luomiseen	29
3.3.5 Strategista muotoilua päätöksenteon tueksi	30
3.3.6 Muotoilun tuottaman arvon tasoja	31
4. Muotoilun tuottama arvo tulevaisuudessa	34
4.1 KESTÄMÄTTÖMÄSTÄ KESTÄVÄÄN	34
4.1.1 Muotoilun uusia tuulia	35
4.1.2 Muotoilu 4.0	37
4.1.3 Transitiomuotoilu	38
4.1.4 Systeeminen muotoilu	41

4.1.5 Muotoilija arvon tuottajana tulevaisuudessa	43
4.1.6 Muotoilijan metamorfoosi	43
4.3 ARVON VIITEKEHYS	44
4.4 ARVON NÄKÖKULMAT ARVON VIITEKEHYKSESSÄ	47
4.4.1 Taloudellinen näkökulma	49
4.4.2 Psykologinen näkökulma	51
4.4.3 Sosiologinen näkökulma	54
4.4.4 Ekologinen näkökulma	56
4.5 TOIMINTAYMPÄRISTÖANALYYSI	58
4.5.1 Et May Oy:n skenaariotyö	58
4.5.2 Transitioareena	59
4.6 TULEVAISUUSDIALOGIT	63
4.6.1 Tulevaisuusdialogi I	63
4.6.2 Tulevaisuusdialogi II	64
4.7 TULEVAISUUSKUVAT	66
4.8 ARVON VIITEKEHYS -TYÖPAJA	67
4.8.1 Muotoilijatiimi	68
4.8.2 Työpajan kulku	69
4.9 KOHTI ANALYYSIÄ JA SYNTEESIÄ	73
5. Analyysi: Muotoilun arvo arvon viitekehyksessä	75
5.1 MUOTOILUA UTOPIASSA JA DYSTOPIASSA	75
5.1.1 Luovuuden ytimiä yhteisökunnassa, ratkaisuja siiloissa (tulevaisuuskuvat Arvon viitekehys -työpajasta)	75
5.1.2 Muotoilijan tulevaisuuskuvia	76
5.2 YHDESSÄ SUKELLUS JA VALAISTUMINEN	77
5.2.1 Muotoilun arvo käyttäjälle	77
5.2.2 Muotoilun arvo organisaatiolle	80
5.2.3 Muotoilun arvo ekosysteemille	82
5.2.4 Muotoilun arvo yhteiskunnalle	84
5.2.5 Muotoilija hyvinvoinnin rakentajana	86
6. Synteesi: Muotoilua ekologiseen jälleenrakentamiseen	87
6.1 RATKAISUISTA SYSTEEMIEN YMMÄRTÄMISEEN	87
6.2 UUDEN ARVONLUONNIN ÄÄRELLÄ	88
6.2.1 Muotoilu mahdollistaa yhteistä arvonluontia	89
6.2.2 Jaettu arvo ja muotoilu	90
6.2.3 Systeminen arvo tukee elämälähtöisyyttä	91

7. Muotoilija rinaskenaarioissa	92
7.1 MUOTOILIJA KRIISISSÄ	92
7.1.1 Kieltä pohtien	93
7.1.2 Transitioiden äärellä	93
7.2 YLEISESTÄ YKSITYISKOHTAISEMPAAN	94
Lähteet	97

1. Johdanto

1.1 MUUTOKSEN MAAILMA

Muotoilijan identiteetti on muutoksessa. Muotoilun tutkimuksen ja koulutuksen näkökulmasta yhä useammalta muotoilijalta vaaditaan enemmän liiketoimintaosaamista ja yhä useampi liikkeenjohdon konsultoinnin tai viestinnän alalta toimii muotoilutehtävissä (Oosi ym. 2017, 28). Muotoilijat työskentelevät enenevässä määrin strategisella tasolla, jossa muotoilun nähdään tuottavan organisaatioille arvoa esimerkiksi tulevaisuuden kuvittelemisessa ja skenaarioihin valmistautumisessa. Tällä tasolla toimiessa muotoilijoiden tulee ymmärtää ja argumentoida muotoilun tuottamaa arvoa liike-elämän näkökulmasta (Heskett 2017, 69).

Nykyisenkaltaisissa organisaatioiden kehittämissympäristöissä vanhat tavat kehittää ja luoda arvoa eivät enää päde. Uudet innovatiiviset yritykset muuttavat kokonaisia toimialoja. Yritykset muokkaavat liiketoimintaansa vastaamaan alati suurempiin ongelmiin, tuottaen ainoastaan oman liiketoimintansa menestyksen tavoittelun sijaan arvoa myös yhteiskunnallisesti. (Gävert & Tikka 2015, 13). Organisaatioiden toiminnan tulee peilata sitä, mitä heidän kumppaninsa (asiakkaat ja yhteistyöverkosto) ja tavoitellut kumppanit tarvitsevat nyt ja tulevaisuudessa – millaista (lisä)arvoa he kokevat organisaatioilta saavansa. Arvon tuottamisessa perinteinen ajattelu tuottajasta ja kuluttajasta, markkinoista, yksityisestä ja julkisesta sektorista on muuttunut siten, että arvoa tuotetaan yhdessä (Lusch & Vargo 2014, 74–75).

Muotoilu on mukana muovaamassa niin liiketoimintaa kuin johtamistakin yli sektorirajojen, ja tuleekin ymmärtää, miten muotoilu tukee päätöksentekoa ja mahdollistaa merkityksellisten ja saavutettavien palvelujen kehittämistä. Muotoilua ja liiketoimintaa ei voi mitata vain

tuottavuudella, vaan se, kuinka ne ovat sidoksissa yhteiskunnallisella ja ympäristön tasolla merkitsee yhä enemmän. (Junginger 2017, 40–41.)

Taloudelliseen kasvuun perustuvat toimintamallit, jotka kiihdyttävät ilmastomuutosta ja luonnon monimuotoisuuden vähenemistä, tulee kyseenalaistaa. Ne organisaatiot, jotka toimivat nyt kestävyuden siirtymässä ja roolinsa uudelleen määrittämisessä, menestyvät todennäköisesti paremmin tulevaisuudessa (Lahtinen 2020, xi–xii). Puhutaan siirtymästä ekologiseen yhteiskuntaan, jossa tarvitaan kykyä kuvitella mahdollisia tulevaisuuksia mahdollisimman laaja-alaisesti eri ihmisten kanssa, keskustella niistä ja haastaa niitä. On hyvä oppia ymmärtämään muutoksen eri tasoja ja toimintaa osana kokonaisuutta. (Dufva ym. 2021, 5–8.)

Muotoilijoiden on ajateltava uudella tavoin monitasoista muutosta, jossa ihmisen käyttäytyminen muuttuu, yhteiskunnat ohjaavat toiminnan muutosta järjestelmin ja rakentein, ja muutosta, jossa arvot, ajattelumallit ja maailmankuvat muuttuvat (Dufva ym. 2021, 10). On ajateltava uudelleen muutosta, jossa sellaiset kompleksiset ja viheliäiset ongelmat, joihin ei ole oikeita tai vääriä vastauksia ja joita ei voida ratkaista, lisääntyvät. Muotoilun monikerroksinen käsite ja muotoilutoiminta ovatkin edelleen laajenemassa systeemisen kehittämisen ja uudenlaisen muotoiluajattelun äärelle.

1.2 ENNAKOINTIA MUUTOKSEEN

Tämä kehittämistyö on ennakointia muutokseen. Se pyrkii osaltaan vastaamaan kysymykseen siitä, millaista arvoa muotoilu tuottaa nyt ja tulevaisuudessa, ja millainen rooli muotoilijalla on arvon tuottamisessa. Työn tavoitteena on auttaa muotoilijoita ensinnäkin ymmärtämään toimintaansa ja pohtimaan ajatteluaan suhteessa muuttuvaan maailmaan, ja toiseksi argumentoimaan toiminnan tuottamaa arvoa ja rooliensa arvon tuottajana.

Ennakointiprosessissa syvennetään ensin ymmärrystä toimintaympäristöistä. Toimintaympäristöanalyysivaiheessa muodostetaan konkreettisia tulevaisuuskuvia Peste -analyysin ja tulevaisuuskarttojen avulla. Toisessa vaiheessa tulevaisuuskuvia validoidaan tulevaisuusdialogien avulla ja kolmannessa tarkastellaan ja valmistellaan tulevaisuuskuvia kohti viimeistä neljättä vaihetta, jossa tulevaisuuskuvat asetetaan osaksi arvon viitekehystä ja niitä peilataan suhteessa muotoilun tuottamaan arvoon käyttäjän, organisaation, ekosysteemin ja yhteiskunnan tasoilla, talouden, psykologian, sosiologian ja ekologian näkökulmista.

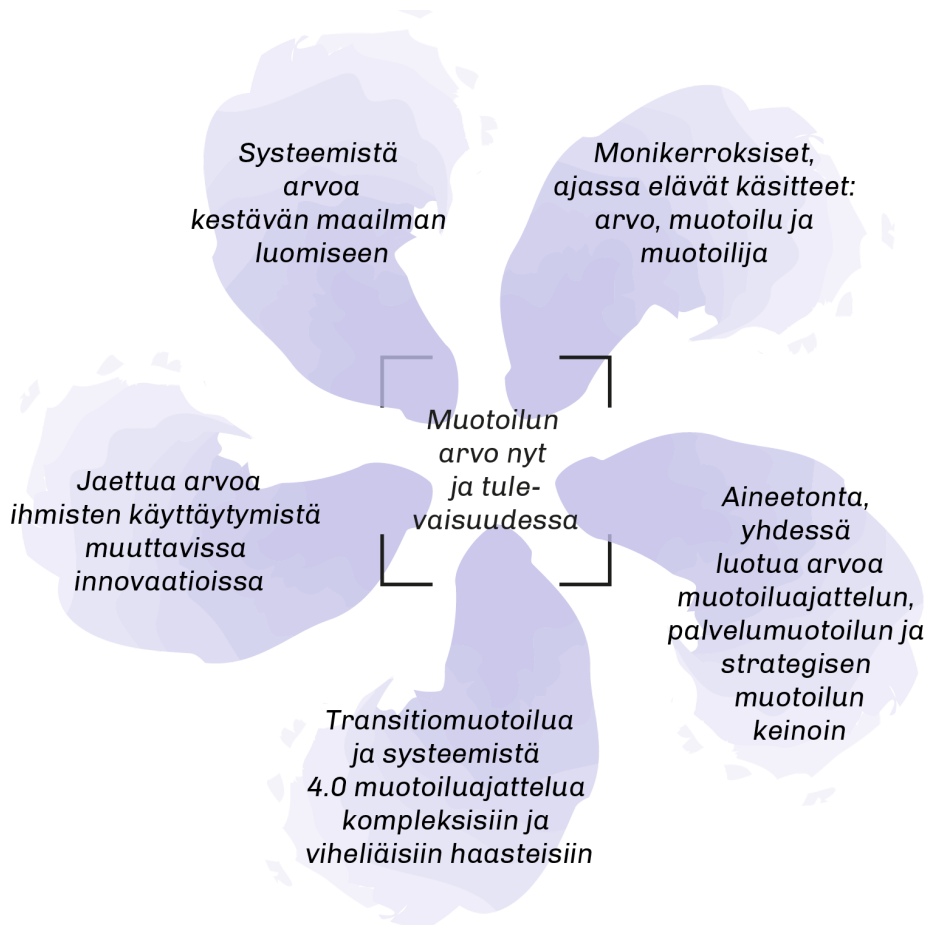
2. Kehittämisasetelma ja työn rakenne

2.1 TUTKIMUKSELLINEN ENNAKOINNIN KEHITTÄMISTYÖ

Muotoilijoiden on tehtävä päänsisäistä työtä, jota ei ohjaa ainoastaan analyttinen osaaminen vaan tietoisuus, reflektiivisyys, intuitio ja tunne. On ajateltava innovaatioita uudelleen perinteisen palvelumuotoilun, kaupallisuuden ja liiketoiminnan taakse (Escobar 2017, 157). Tässä työssä katsotaan perinteiden taakse. Ennakoinnin tarpeisiin tehty kehittämissuoritus kokoaa näkemystä muotoilun tuottamasta arvosta nykyisyydessä sekä tulevaisuudessa, ja pohtii muotoilijan roolia arvon tuottajana.

Työn kokonaisuus (kuvio 1) muodostuu arvon, muotoilun ja muotoilijan monikerroksisten käsitteiden avaamisesta. Laajamittaisesta katsauksesta muotoilun tuottamaan arvoon nykyisyydessä ja tulevaisuudessa, sekä yhteiskehittäen toteutetun ennakoinnin prosessin ja tulosten kuvaamisesta (jaetun) arvon viitekehyksessä. Katsaus tai tietopohja on laaja osa tätä työtä, se ei ainoastaan taustoita, vaan syventää ja kokoaa yhteen ennakoinnin tuottamaa tietoa. Yhteiskehittäminen on tuottanut ymmärrystä muotoilun arvosta ja samalla validoinut tietopohjaan valikoitunutta sisältöä.

Arvon viitekehys, jossa innovaatiot nähdään jaettua arvoa tuottavina, ihmisten käyttäytymistä muuttavina merkityksellisinä innovaatioina, muodostaa työn perustan. Arvon viitekehysten kautta työssä peilataan muotoilun tuottamaa arvoa tulevaisuudessa käyttäjien, organisaatioiden, ekosysteemien ja yhteiskuntien tasoilla, ja samaa viitekehystä sovelletaan myös tämän työn tuottamien tulevaisuuskuvioiden hahmottamiseen eri näkökulmista.



Kuvio 1. Työn kokonaisuus: muotoilun tuottama arvo nyt ja tulevaisuudessa

2.1.1 Skenaarioista muotoilun arvoon

Opinnäytetyöni on tutkimuksellinen kehittämistyö. Se on lähtenyt tarpeesta syventää ymmärrystä yritysten toimintaympäristön, muotoiluyritysten tuottaman arvon ja osaamisen muutoksesta, ja lopulta pyrkinyt hahmottamaan mitä arvoa muotoilu tuottaa nyt ja tulevaisuudessa ja millainen rooli muotoilijalla on arvon tuottamisessa. Kehittämistyön päämääränä on nykyisyyden kautta ymmärtää ja avata mahdollisia tulevaisuuksia, muotoilun tuottamaa arvoa niissä tulevaisuuksissa, sekä muotoilijan roolia arvon tuottajana.

Tarkoituksena on vahvistaa muotoilijan kykyä perustella toimintaansa ja toiminnan tuottamaa arvoa, sekä toiminnan suuntia – osana yrittämistä, osana kouluttamista ja osana paremman maailman rakentamista.

Työn nimi, Muotoilun tuottama arvo nyt ja tulevaisuudessa – muotoilija rinaskenaarioissa (ital. rinascere, syntyä uudelleen), kuvaa myös muotoilijan sisäistä, identiteetin rakentumiseen liittyvää matkaa, joka tämä opinnäytetyön prosessi on ollut. Olen tullut tietoisemmaksi siitä, että ihmisen tai muotoilijan sisäinen kehittyminen on lopulta arvon syntymisen kannalta ehkäpä tärkein ja oleellinen asia tulevaisuudessa.

2.1.2 Tutkimuksellisen kehittämistyön luonne

Tutkimuksellinen kehittäminen tehdään arjen ja tieteen välimaastossa (Ojasalo ym. 2015, 18). Sen avulla pyritään usein parantamaan tai kehittämään esimerkiksi rakenteita, toimintamalleja ja prosesseja, tai sitä ohjaa näky muutoksesta (Toikko & Rantanen 2009, 16). Perinteisesti tutkimuksessa on kyse tutkimusongelmista, niihin vastaavista tutkimuskysymyksistä ja yleisesti hyväksytyistä menetelmistä, joiden avulla tuotetaan uusia teorioita. Näistä teorioista käydään sitten keskustelua tiedeyhteisössä. Perinteiseen tutkimukseen ja uusien teorioiden tuottamiseen verrattuna kehittämistyön tavoitteena on parantaa esimerkiksi käytäntöjä, tai luoda ratkaisuja (Ojasalo ym. 2015, 19).

Tutkimuksellinen kehittämistoiminta on käytännönläheistä, mutta ei arkiajatteluun perustuvaa kehittämistä. Arkiajatteluun perustuvassa kehittämisessä päätöksiä tehdään monesti omiin ideoihin perustuen ja vuorovaikutus, sekä kriittinen arviointi jäävät vähäisiksi. (Ojasalo ym. 2015, 18–19.) Tutkimuksellisen kehittämisen avulla pyritään konkreettisen muutoksen aikaansaamiseen (Toikko & Rantanen 2009, 22–23). Konkretian lisäksi kehittämistoiminnan tavoitteena on

myös tuottaa tietoa. Tiedon luonne on kuitenkin erilainen kuin perinteisessä tutkimuksessa, jossa ilmiöistä tuotetaan uutta teoriaa (Ojasalo ym. 2015, 19). Kehittämistoiminnan avulla voidaan tuottaa niin kutsuttua uutta tietoa, joka syntyy aidoissa toimintaympäristöissä ja on transdisiplinaarista ylittäen rajoja teorian ja käytännön välillä, sekä monitieteisen tuottamisen näkökulmista. Raja-aidat ylittävän tiedon, jossa eri teorat, käytännöt ja tieteet ovat sulautuneet uudeksi tiedoksi, tuottajina toimivat muun muassa erilaiset konsultit ja kehittäjät sekä kansalaisyhteiskunta. Puhutaan sellaisesta tiedosta, jonka arvoon vaikuttavat sen hyödyntämismahdollisuudet, käyttökelpoisuus esimerkiksi sosiaalisessa kontekstissa ja käytettävyys. (Toikko & Rantanen 2009, 42–43.)

2.1.3 Systemaattinen tulevaisuuksien ajattelu

Tämä työ on ennakkointia, tulevaisuuksien ajattelua järjestelmällisesti (Alanko 2021). Ennakointi tarkoittaa menneestä, nykyisyydestä ja tulevasta ammennettavan tiedon kokonaisuutta, jonka avulla voidaan hallita tulevaisuutta kohti muuttuvaa nykyisyyttä (Heinonen ym. 2013, 324). Ennakoinnin avulla tutkitaan sitä mikä on mahdollista (Alanko 2021). Tulevaisuuksien ajattelun tai tulevaisuusajattelun ytimessä on hahmottaa vaihtoehtoisia tulevaisuuksia ja peilata niitä nykyhetken valintoihin. Yksilöiden näkökulmasta puhutaan tulevaisuustietoudesta ja organisaatioiden näkökulmasta tulevaisuusvalmiudesta. Molemmat perustuvat ajatukseen siitä, että tietoisella ajattelulla voidaan jäsentää tulevaisuuteen liittyviä toiveita, uskomuksia ja tulevaisuuskuvia. Nämä näkemykset vaikuttavat päätöksiin nykyhetkessä ja muovaavat samalla tulevaisuutta. (Dufva ym. 2021, 9.)

Tulevaisuusajattelu voidaan karkeasti jakaa tulevaisuuteen varautumiseen, tulevaisuuden suunnitteluun ja tulevaisuuden avartamiseen. Tulevaisuustietous tai tulevaisuuslukutaito korostaa tulevaisuuksien avartamista, siirtymistä kohti ajattelun haastamista, analyysiä nousevista ilmiöistä, tulkintaa heikoista signaaleista ja

keskustelua yhdessä niistä tulevaisuuksista, jotka ovat toivottavia. Dufvan (2021, 10) mukaan Pouru ja Wilenius (2018) korostavat, että tulevaisuuslukutaidossa on kyse rationaalisen ja systemaattisen analysoinnin lisäksi käytännön toiminnasta, sekä omien ja muiden tunteiden, asenteiden ja arvojen ymmärtämisestä – empatiakyvystä paremman maailman rakentamiseksi. Organisaation tasolla, tulevaisuusvalmiudessa korostetaan yhdessä tekemistä – yhdessä tulevaisuuteen vaikuttamista. Tämä vaatii muun muassa tulevaisuus-pohdintojen liittämistä osaksi päätöksentekoa. (Dufva ym. 2021, 9.)

Ennakointi lähtee usein liikkeelle haasteen asettelusta, siitä mitä tavoitellaan tai mihin etsitään näkemyksiä. Sen jälkeen pohditaan mistä tarvittavaa tietoa saadaan ja kuinka paljon sitä tarvitaan suhteessa menneisyyteen, nykyisyyteen ja tulevaisuuteen, mitä on tutkittu valmiiksi ja mitä tietoa hankitaan itse. Ennakoinnissa on suositeltavaa yhdistää useita menetelmiä ja eri lähteitä. (Ojasalo ym. 2015, 92.)

Alangon (2021) mukaan ennakoinnin työkaluja ovat toimintaympäristöanalyysi, tulevaisuuskuvat ja tulevaisuustaulukko, sekä visiot ja skenaariot. Toimintaympäristön analyysissä on hyvä aloittaa suuren kuvan ymmärtämisestä, keskittyä sitten muutokseen ja sen mukanaan tuomiin ilmiöihin, ja lopulta pohtia, kysyä ja analysoida millaisia jännitteitä ilmiöiden välille syntyy. Toimintaympäristöä tarkastellaan, kun on tarpeen ymmärtää trendejä, ilmiöitä ja sitä kuinka ne vaikuttavat toimintaympäristöön.

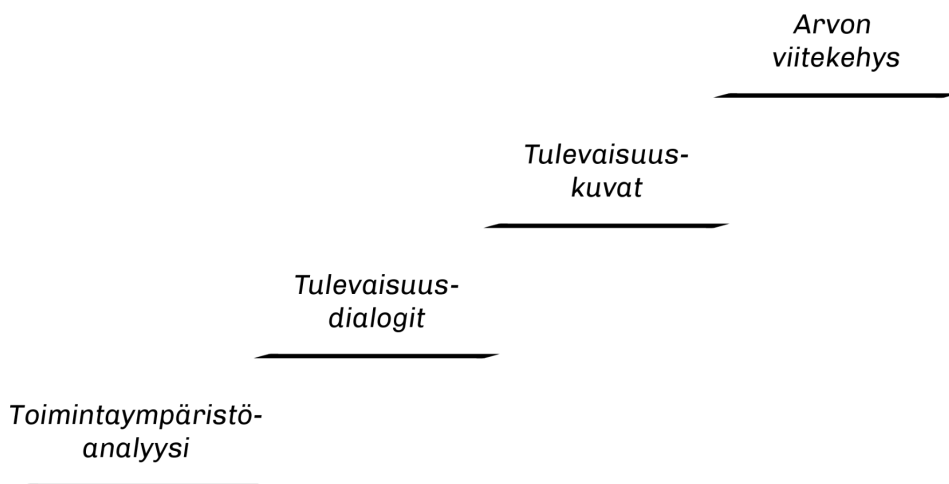
Tulevaisuuskuvat ovat arvoista, ymmärryksestä, tiedoista, tulkinnoista, toiveista, odotuksista, peloista ja uskomuksista muodostuvia näkemyksiä tulevaisuuden tilasta. Tulevaisuuskuvat voivat olla mahdollisia, toivottavia tai mahdottomia ja niiden positiivisilla tai negatiivisilla arvostuksilla on merkitystä päätöksenteossa ja valinnoissa niin yksilön kuin yhteiskunnan tasoilla. (Heinonen ym. 2013, 331.) Alangon (2021) mukaan

Ilman näkemyksiä tulevaisuuksista meillä olisi toiminnan sijaan vain reaktioita.

Tulevaisuustaulukko on muuttujista ja niihin liittyvistä arvoista muodostuva taulukko, jonka avulla voidaan rakentaa tulevaisuus-karttoja ja mahdollisia vaihtoehtoisia tulevaisuuskuvia muuttujia eri tavoin yhdistämällä (Heinonen ym. 2013, 333). Tulevaisuustauluk- koon on hyvä kerätä riittävän laaja ja monipuolinen aineisto esimerkiksi toimintaympäristöanalyysin avulla (Alanko 2021).

2.2 ENNAKOINTIPROSESSI

Kehittämistyön prosessina on ennakointiprosessi (kuvio 2), joka koostuu *toimintaympäristöanalyysistä, tulevaisuusdialogeista, toimintaympäristöanalyysin, dialogien ja tietopohjan synnyttämistä tulevaisuuskuvista ja niiden tarkastelusta arvon viitekehysessä.*



Kuvio 2. Ennakoinnin prosessi

Toimintaympäristöanalyysi kattaa yritykseni Et May Oy:n perustaja- osakkaiden kesken yhteiskehittäen laaditun skenaariotyön, sekä elokuussa 2020 järjestetyn transitoareenan, johon kutsuttiin

monialainen joukko asiantuntijoita pohtimaan yritysten tulevaisuutta. Alkuvuodesta 2021 järjestettiin ensimmäinen tulevaisuusdialogi, jossa keskusteltiin kolmen asiantuntijan kanssa systeemisyydestä, ja maaliskuussa 2021 kokoonnuttiiin toiseen tulevaisuusdialogiini keskustelemaan muotoilun ja muotoilijan tuottamasta arvosta tulevaisuudessa.

Toimintaympäristöanalyysi ja tulevaisuusdialogit ovat osaltaan vaikuttaneet tähän työhön syntyneeseen tietopohjaan ja tuottaneet tulevaisuuskuvia ennakkoinnin viimeiseen, arvon viitekehys -vaiheeseen. Arvon viitekehys toimii tässä työssä ikään kuin tulevaisuus-taulukkona, johon on tuotu ennakkointiprosessin synnyttämiä tulevaisuuskuvia. Arvon viitekehys -vaiheessa tarkasteltiin muotoilijatiimin kanssa, mitä arvoa muotoilu tuottaa tulevaisuudessa käyttäjän, organisaation, ekosysteemin ja yhteiskunnan tasoilla, talouden, yksilön, yhteiskunnan ja ympäristön näkökulmista, sekä millainen rooli muotoilijalla on arvon tuottajana. Tulevaisuuskuvat auttoivat pohtimaan millaisiin mahdollisiin maailmoihin muotoilun tulisi arvoa tuottaa.

2.3 OPINNÄYTETYÖN RAKENNE

Tämän opinnäytetyön tekeminen on osa jatkuvaa kehittämistä ja kehittymistä muotoilun äärellä. Opinnäytetyön rakenne mukailee Climate Kic:in Solveig Zophoniasdottirin Sitran Heräämössä jakamaa visualisointia. Siinä "sekavasta" yhteistyöstä oppiminen kuvataan jatkuvana prosessina. Prosessissa pyritään asettamaan tekemiselle selkeitä tavoitteita ja päämääriä, otetaan aikaa ymmärtämiselle ja iteroidaan prosessia, jotta voidaan siirtyä kehittämisessä jälleen eteenpäin (Zophoniasdottir 2020).

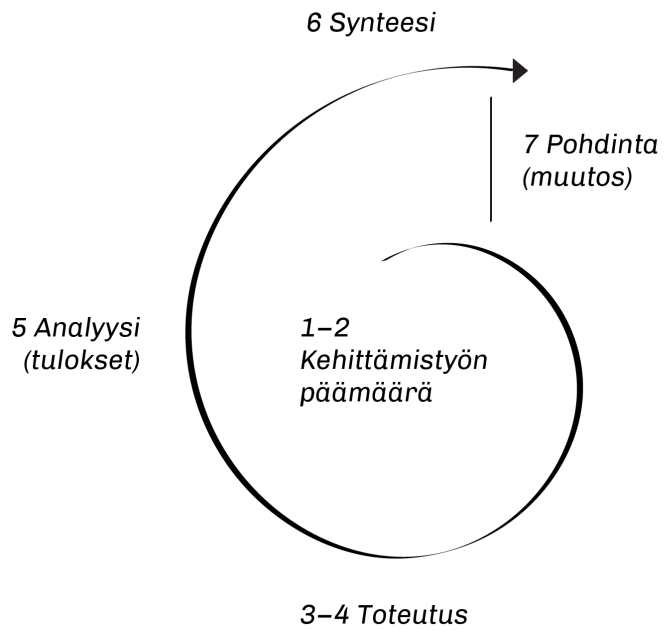
Luvut 1–2) *Kehittämistyön päämäärä* ja taustoitus sisältävät johdanto-osuuden, sekä työn tavoitteen, prosessin ja rakenteen.

Luvut 3–4) *Toteutus*, pitää sisällään luvut kolme ja neljä. Käsitteiden moniulotteinen hahmottaminen heijastuu haasteena muotoilun arvon ymmärtämisessä ja arvon kommunikoinnissa. Jotta kykenee ymmärtämään tulevaisuutta, on hahmotettava myös menneisyyttä ja nykyisyyttä. Tämän vuoksi osiossa kolme taustoitetaan arvon ja arvon muodostumisen, muotoilun ja muotoilijan, sekä muotoiluajattelun, palvelumuotoilun ja strategisen muotoilun käsitettä laaja-alaisesti. Luku 4 koostuu tietopohjasta liittyen muotoilun tuottamaan arvoon tulevaisuudessa. Siinä kirjallisuuden avulla käydään tulevaisuutta läpi muotoilun ja muotoilijan näkökulmista. Osio neljä avaa myös arvon viitekehysten teorian ja kuvaa mitä ennakoinnin prosessissa tapahtui ja millä menetelmin työskenneltiin.

Luku 5) *analyysi*, esittelee ennakoinnin tulokset. Niissä yhdistyvät toimintaympäristöanalyysissä (Et Mayn skenaariotyö ja transitio-areena) syntyneet ja tulevaisuusdialogien avulla validoidut tulevaisuuskuvat, sekä arvon viitekehys -työpajassa syntynyt sisältö.

Luku 6) *synteesi*, pitää sisällään näkemyksen tämän kehittämistyön synnyttämästä kokonaisuudesta.

Luku 7) on pohdinta siitä mitä tekemästäni työstä opin, mitä olisin voinut tehdä toisin ja mikä ajattelussani muuttui.



Kuvio 3. Kirjallisen kehittämistyön rakenne (mukailtu Zophoniasdottir 2020)

3. Käsitteet ja muotoilun tuottama arvo nykyisyydessä

3.1 ARVOSTA ARVON LUOMISEEN

Muotoilun tuottaman arvon ymmärtäminen lähtee arvon käsitteen ja arvon muodostumisen hahmottamisesta. Arvon käsite on monisyinen. Sitä voidaan katsoa, luokitella ja määritellä eri tavoin riippuen ajasta, tieteenalasta, näkökulmista ja tarpeista. Näkemykset siitä, mikä on arvokasta tai arvotonta (Kamppinen ym. 2003, 38), ohjaavat yksilöitä, yhteisöjä ja yhteiskuntia ja toteutuvat lopulta ihmisten teoissa (Helkama 2015, 17). Tulevaisuuden tutkimuksessa arvojen hypoteettinen luominen on tärkeää ja luontevaa, sillä niiden avulla hahmotetaan tavoittelemisen arvoisia tulevaisuuksia. Hypoteettiset arvot mahdollistavat ymmärrystä siitä mitä halutun tulevaisuuden mahdollistumiseksi tulee tehdä (Kamppinen ym. 2003, 38.)

3.1.1 Arvon käsite

Arvolla ei ole yhtä, kaikille samaa tarkoittavaa merkitystä (Ouden 2012, 13). Arvon käsitettä ei siis voida selittää eksplisiittisesti, sillä eri näkökulmista katsottuna esimerkiksi yksilön arvojen ja yhteisön arvojen ja eri toimijoiden välillä voi olla ristiriitoja (Tieteen termipankki 2016). Erimielisyyttä esimerkiksi yhteiskunnan perusperiaatteista esiintyy keskimäärin enemmän demokraattisissa, tai sellaisissa yhteiskunnissa, joissa yhteisten asioiden hoitoon tai vaikkapa uskontoihin on tarjolla erilaisia näkökulmia (Helkama 2015, 9).

Suomalais-ugrilaisissa kielissä arvo sanana on alunperin viitannut hintaan, kirjakielessä sanalla on kuitenkin ollut monia merkityksiä (Helkama 2015, 7). Englannin kieleen arvoa tarkoittava sana value on tullut latinan sanasta valere mikä on tarkoittanut olla vahva, olla

jonkin väärti (Ouden 2012, 21). Yhdysvaltalaisissa tutkimuksissa, joissa selvitetään ihmisten moraaliarvoja, kysytään vieläkin, millaisella rahallisella korvauksella he toimisivat arvoaan vastaan. Yhteiskuntatieteellisestä näkökulmasta arvon merkityksestä alettiin puhua vasta 1800-luvun puolen välin jälkeen, kun arvot nähtiin asioina, joita ihmiset yksilöinä, ryhminä ja yhteiskuntina pitivät tärkeinä tai arvokkaina. Arvojen näkeminen ihmisten psykologisina ominaisuuksina, siirtymänä esineiden ja asioiden ominaisuuksista on tapahtunut historian valossa melko vähän aikaa sitten (Helkama 2015,7).

Arvo yksilölle voi merkitä symbolia joka määrittää eri tilanteissa toimintaa, päätöksentekoa, käyttäytymistä ja valintoja (Rubin). Sosiaalipsykologinen tai yhteiskuntatieteellinen arvojen määritelmä kuvaa arvoja toiminnan abstrakteiksi, joiden avulla voi myös perustella ja arvioida ihmisten valintoja sekä käyttäytymistä (Helkama 2015, 8.) Yhteiskunnalle arvot ovat esimerkiksi keino pitää koossa yhteisöjä ja arvot esiintyvätkin normeissa, laeissa, käskyissä ja kielloissa, jotka ohjaavat toimintaa ja valintoja (Tieteen termipankki 2016; Rubin). Arvojen sanotaan siis perustuvan toimintaa ja päätöksentekoa motivoiviin tarpeisiin (Rubin). Eettisen tietoisuuden, esimerkiksi hyvä tai paha, kaunis tai ruma, asenteina ja tiloina arvot ohjaavat ihmistä tietoisella ja tiedostamattomalla tasolla (Rubin).

Arvofilosofiassa arvot voidaan jakaa esimerkiksi itseisarvoihin (päätearvot) ja välinearvoihin (instrumentaaliset arvot). Itseisarvot määrittyvät pitkälti kulttuurin, ympäristön ja niissä vallitsevien sosiaalisten suhteiden kautta ja ovat sellaisenaan arvokkaita (Tieteen termipankki 2015; Ugas 2016, 13.) Välinearvon avulla voidaan puolestaan tavoittaa jotakin muuta arvokkaana pidettyä (Tieteen termipankki 2015).

Ihmisarvo on hyvä esimerkki itseisarvosta. Ihmisen olemassaolo on arvokas asia jo itsessään, ja esimerkiksi Suomen lainsäädännössä

ihmisarvon loukkaamattomuus on koskematon. Ihmisarvoa pidetään ihmisoikeuksien perusteena (Tieteen termipankki 2016).

Itseisarvon ja välinearvon esimerkkinä toimii mielestäni hyvin kuvaus tulevaisuuden synnystä. Tulevaisuuden (itseisarvo sinänsä) katsotaan syntyneen, kun ihminen valmisti piikivestä työkaluja (joilla on välinearvo tulevaisuuden ymmärtämisessä), oli tietoinen niiden käyttöön liittyvästä päämäärästä ja arvosta ja säilytti työkalut myöhempää käyttöä varten.

Tulevaisuus – mielen tila – esineellistyi työkaluissa ja siinä mitään edustivat mielelle: etua, luomista, arvostusta, säilyttämistä, ylläpitämistä, suojelemista ja varautumista. (Malaska 2013, 16.)

3.1.2 Arvon näkökulmia

Arvoja voidaan tarkastella keskenään tärkeysjärjestyksessä, ja arvoiksi voidaan katsoa myös hyveinä pidettyjä asioita, kuten rohkeus, ahkeruus ja esimerkiksi kohteliaisuus (Helkama 2015, 8). Arvoja voidaan luokitella eri näkökulmista esimerkiksi ammatillisiin, henkilökohtaisiin tai kansallisiin, hienojakoisemmin vaikkapa ympäristö-, esine- ja sosiaalisten arvojen mukaan. Laadun mukaan arvoja määriteltäessä voidaan puhua henkisistä, tunneperäisistä, poliittisista, sosiaalisista, materiaalisista, fyysisistä, taloudellisista ja esimerkiksi moraalisisista arvoista. Kun arvoja tarkastellaan arvon asettajan näkökulmasta, voidaan puhua subjektikeskeisestä näkökulmasta, jossa arvoja jäsennetään sen mukaan, mitä hyötyä hän kokee. Arvo näyttäytyy siis erilaisena sen asettajasta riippuen (Anttila 1993, 52).

Arvoja voidaan myös käsitellä kohdistuen itseen tai muihin. Itseen kohdistuvia arvoja ovat vaikkapa itsenäisyys ja menestyminen. Muihin kohdistuvia arvoja esimerkiksi yhteiskuntaan kohdistuvat

arvot. Koko ihmiskuntaa koskevana yleisenä arvona käsitetään muun muassa eettiset ja esteettiset arvot. (Anttila 1993, 53.)

Innovaatioiden näkökulmasta arvoa tarkastellaan sekä objektiivisesta että subjektiivisesta näkökulmasta. Esimerkiksi hopeisella sormuksella saattaa olla käyttäjälleen enemmän arvoa kuin kultaisella sormuksella, vaikka kulta on arvokkaampaa (objektiivinen arvo) kuin hopea. Hopeiseen sormukseen voi liittyä tunnearvoa, jos se on joskus kuulunut vaikkapa käyttäjänsä isoäidille (subjektiivinen arvo). Uusien tuotteiden, palvelujen ja systeemien suunnittelussa tulee ymmärtää, millaiset asiat luovat arvoa niiden käyttäjille ja miksi. (Ouden 2012, 22).

Arvotutkimus on yksinkertaistamista, ja teorioiden käyttötarkoitus määrittää sen käyttökelpoisuutta (Helkama 2015, 146). Arvoja voidaan tutkia esimerkiksi jonkin maan, kuten Suomen mitta-kaavassa yhteisten arvojen näkökulmasta mielikuvien avulla, arvoja voidaan vertailla kansakuntien välillä ja yksilöllisistä näkökulmista. Sen mikä ihmiselle lopulta on tärkeää, määrittävät hänen tekonsa (Helkama 2015, 17).

Ugas (2016, 25.) nostaa muotoilun onnistumiseen liittyvässä tutkimuksessaan esiin yleiskuvauksen muotoiluun liitettyjen arvojen muuttumisesta. Siinä muotoiluun liitettäviä perinteisiä arvoja ovat liiketoiminnan ja käytettävyyden näkökulmasta esimerkiksi tuotto, funktio, estetiikka, ergonomia, laatu, käyttäjän turvallisuus ja käytettävyys. Siirryttäessä kohti kestävästä yhteiskuntaa, lisätään liiketoiminnan ja käytettävyyden rinnalle vastuullisuuden näkökulma, johon yhdistetään sellaisia arvoja kuin käyttäjätarpeet, saavutettavuus, innovaatioajuri, käyttökokemus, resurssitehokkuus, yhteisön tarpeet, uusiutumisen edistäminen ja koko planeetan turvallisuus.

3.1.3 Arvo asiakkaalle

Yritysten tehtävänä on luoda arvoa asiakkaille. Arvo on jotakin sellaista, mistä asiakkaat haluavat maksaa. Sellaista, mikä koetaan hyödylliseksi, ratkaisee jonkin ongelman tai auttaa saavuttamaan jotakin tavoiteltua. Arvo on hinnan ja hyödyn välinen suhde, jossa hinta voi rahallisen arvon lisäksi olla myös uhraus. Uhraus tarkoittaa hankinnan vaatimaa vaivaa. (Tuulaniemi 2013, 30.)

Asiakkaan kokemaan arvoon ja odotuksiin vaikuttavat hänen aikaisemmat kokemuksensa, tarpeensa ja toiveensa sekä se, kuinka hän kokee vuorovaikutuksen yrityksen kanssa eri kanavissa. Asiakkaan odotukset ja toteutunut subjektiivinen kokemus muodostavat asiakkaan käsityksen hänen saamastaan arvosta. Lisäarvoa asiakkaalle muodostuu, kun hintaa lasketaan ja hänen kokemaansa hyötyä lisätään, tai kun tehdään jompaa kumpaa. (Tuulaniemi 2013, 33, 40.) Toisaalta lisäarvon nähdään olevan jotakin sellaista, mitä ei ole olemassa, sillä yritykset eivät voi itsenäisesti luoda arvoa, arvon ollessa aina riippuvainen hyötyjän näkökulmasta, sekä siitä kuinka hän on vuorovaikutuksessa palvelua tarjoavan yrityksen kanssa. Hänen kokemansa arvo riippuu myös siitä, kuinka hän yhdistää palvelua muihin tarjolla oleviin resursseihin. Yritykset voivat pyrkiä lisäarvon tuottamiseen sijaan rakentamaan asiakkailleen arvolutupauksia (Lusch & Vargo 2014, 21.) Arvolutupauksessa yritys kiteyttää, mitä se on asiakkailleen tarjoamassa, kenelle tuote tai palvelu on tarkoitettu, millaista hyötyä asiakas saa ja miksi tuote on ainutlaatuinen (Tuulaniemi 2013, 33).

Palveluiden merkitys on entisestään kasvanut ja palvelut ovatkin suurin talouden toimiala länsimaissa. Kansantalouden rakenteesta Suomessa palveluiden osuus on noin 70 % bruttokansantuotteesta. Puhutaan palvelutaloudesta ja palvelullistumisesta, mikä yksinkertaisimmillaan merkitsee esimerkiksi sitä, että yritys tarjoaa tuotteidensa yhteydessä vaikkapa huolto-, tai koulutuspalveluja.

Yhä useampi yritys tarjoaa omistamiseen liittyvien tuotteiden ja palvelujen sijaan käyttöön liittyviä palveluja. Tällaisiin liiketoimintamalleihin siirtyminen nähdään myös esimerkkinä palvelullistumisesta. (Koivisto ym. 2019, 11–13.)

3.1.4 Arvon tuottaminen yhdessä

Lusch ja Vargo (2014, 6, 18) nostavat esiin ajatuksen, että ei ole olemassa sellaista uudenlaista taloutta, mikä liittyy palveluihin, vaan kaikki taloudet tulisi nähdä palvelutalouksina. He korostavat, että aina siitä asti, kun ihminen on alkanut erikoistua jonkin tekemiseen ja tehdä sillä vaihtokauppaa, hän on ollut riippuvainen muiden tarjoamista palveluista. Tuotokeskeisen ajattelun, jossa yritykset tuottavat (pahimmassa tapauksessa) markkinoille tuotteita, joita kukaan ei osta, katsotaan muuttuvan kohti palvelulähtöistä ajattelua.

Palvelulähtöisessä ajattelussa palveluiden asiakkaat luovat arvoa yhdessä yritysten kanssa. Se tarkoittaa, että arvon tuottajana on asiakas, joka tuottaa arvoa käyttäessään palvelun tarjoajan tuottamia palveluita. Tarjoaja mahdollistaa ja tukee tätä arvontuotantoa. Palvelulähtöisen ajattelun ero tuotokeskeiseen ajatteluun on siinä, että ennen arvon nähtiin siirtyvän eteenpäin arvoketjussa. Arvo syntyi tuotteiden tai hyödykkeiden valmistusprosessissa ja siirtyi asiakkaalle hänen ostaessaan tuotteen. Kun asiakas sitten vastaanotti hyödykkeen hän tuhosi siihen liittyneen arvon. (Tuulaniemi 2013, 38–41, Lusch & Vargo 2014, 22, Koivisto ym. 2019, 14.)

Huomioitavaa on, että palvelun asiakas on usein joku muu kuin palvelun käyttäjä. Palvelua voi ostaa esimerkiksi perheenjäsen tai terveydenhuollossa potilaan puolesta saattaa päättää esimerkiksi lääkäri tai vakuutusyhtiö. Arvoa tuotetaan yhdessä osana ekosysteemejä tai systeemejä, joissa mukana on useampia palvelukokonaisuuksia ja sidosryhmiä. Perinteisen arvoketjuajattelun sijaan puhutaan yhä enenevässä määrin arvoverkostoista. (Ouden 2012,

14–18.)

3.2 MUOTOILIJA MUOTOILUA MUOTOILEMASSA

Muotoilun ja muotoilijan käsitteiden historian kerrostumien ja ajassa elämisen vuoksi, niiden yksiselitteinen avaaminen on monesti haastavaa. Toisaalta juuri käsitteiden laaja-alaisuuden, notkeuden ja vastaanottavaisuuden vuoksi niiden katsotaan elävän ajassa ja vastaavan päivittäisen elämän tarpeisiin. Ilman muotoilun kaltaisia tieteenaloja, jotka yhdistävät ymmärrystä, viestintää ja toimintaa, tieteen laajentaminen laboratorioista ja kirjastoista rikastuttamaan ihmiselämää, saattaisi olla paljon haastavampaa. (Buchanan 1992, 6.)

3.2.1 Muotoilukäsitteen historiasta

Muotoilun professori John Heskett on verrannut muotoilun käsitettä rakkauden käsitteeseen, joka eri konteksteissa voi muuttua hyvinkin paljon hellästä rakkaudesta tuhoisaan ja pakkomielteiseen rakkauteen tai elämänmittaiseen omistautumiseen. Muotoilu voi olla toiselle elämää mullistava innovaatio, toiselle taidokas yksityiskohta, tai kolmannelle esimerkiksi mittaamattoman arvokas huonekalu (Heskett 2002, Rawsthorn 2013, 16 mukaan). Jos arvon käsitettä ei voida yksiselitteisesti määrittellä, ei voida myöskään muotoilun käsitettä.

Muotoilun englanninkielisen sanan design -alkuperän katsotaan olevan antiikin Rooman verbissä *designare*, joka tarkoitti esimerkiksi kuvailua, suunnittelua, merkitsemistä tai suorittamista. Oxford English -sanakirjassa ensimmäinen muotoilun määritelmä vuodelta 1548 oli verbi, joka tarkoitti näyttämistä tai osoittamista (indicate) tai merkitsemistä ja määrittelyä (designate). Samaisen sanakirjan vuonna 1588 määrittely sanalle design oli substantiivi joka merkitsi tarkoitusta (purpose), pyrkimystä (aim) tai päämäärää (intention) ja viisi vuotta myöhemmin suunnitelmaa tai rakennetta, joka määrittyy

mielessä toiminnaksi ja jonkin valmiiksi saattamiseksi. Nämä merkitykset ovat säilyneet käsitteessä nykypäiväänkin ja paljon uusia on kerrostunut ajan saatossa (Rawsthorn 2013, 15–16.)

Muotoilun käsitteen monimerkityksellisyys ja tarkemman, yhdessä sovitun määritelmän puuttuminen aiheuttaa hämmennystä (Rawsthorn 2013, Pöppönen 2013). Monimerkityksellisyyden voidaan katsoa juontavan juurensa 1500-luvulle, jolloin arkkitehdit, käsityöläiset, laivanrakentajat, sekä insinöörit alkoivat käyttää sanaa kuvaamaan suunnitelmiansa luonnoksia, ohjeita ja kaaviokuvia. Sen lisäksi muotoilun käsite ulottui pian kuvaamaan ajattelua suunnitelmien takana ja vielä niiden perusteella valmistettua lopputulostakin. Heskett on tiivistänyt tämän monimerkityksellisyyden lauseeseen, joka vapaasti käännettynä menee näin:

Muotoilu on muotoilun muotoilemista tuottaakseen muotoilua (design is to design a design to produce a design) (Heskett 2002, Rawsthorn 2013, 17 mukaan.)

Teollistumisen aikakaudella muotoilu on nähty asioiden tai tuotteiden taideteollisena tuottamisena ja myöhemmin modernissa maailmankuvassa, perinteisen tuotantolähtöisen ajattelun näkökulmasta, muodon antamisena lopputuotteille. Jälkitekollisessa yhteiskunnassa viime vuosisadan lopulla alettiin puhua muotoilusta erilaisten kokemusten ja aineettomien hyödykkeiden tuottamisen yhteydessä (Tikka 2018, 9).

3.2.2 Muotoilukäsitteen laaja-alaisuus

Muotoilu on aikojen saatossa saanut uusia kerroksia ja merkityksiä. Muotoilua määritetään esimerkiksi suhteessa siihen, onko se osaaamista, prosessi, palvelu vai lopputulos (Ekman 2011, 18). Puhutaan myös muotoiluajattelusta, jonka moniulotteisesti avautuvaa käsitettä kuvaan tässä työssä tuonnempana. Muotoilua on ajan saatossa

määritelty muun muassa seuraavin tavoin, jotka toimivat muotoilun ytimenä myös tässä ajassa,

“Muotoilu on sekä tietoista että intuitiivista pyrkimystä saada aikaan mielekäs järjestys” (Papanek 1985, Anttilan 1993, 27 mukaan).

“Muotoiluksi voidaan käsittää kaikki se toiminta, jossa ihminen jonkin materiaalin avulla saa aikaan ympäristön muutoksia. Voidaan siis sanoa, että muotoilu on ihmisen ja hänen ympäristönsä kosketuspinta.” (Anttila 1993, 14)

“Muotoilu on olemukseltaan tieteiden ja taiteiden moniulotteinen synteesi.” (Periäinen 1986, Anttilan 1993, 16 mukaan).

Muotoilun, informaatiojärjestelmien ja johtamisen professori Richard Buchanan (1992, 9–10) jakaa muotoiluajattelusta kirjoittaessaan muotoilun karkeasti neljään osa-alueeseen, joissa hän kuvaa muotoilun vaikuttavan yhteiskuntaan laaja-alaisesti. Ensimmäinen osa-alue kattaa symbolien ja visuaalisen viestinnän muotoilun eri kanavissa. Toinen osa-alue käsittää aineellisten esineiden muotoilun käytettävyyden näkökulmineen, jossa huomioidaan ihmisten ja eri rajapintojen fyysiset, psyykkiset, sosiaaliset ja kulttuuriset suhteet. Kolmas osa-alue käsittää toiminnan ja palveluiden muotoilun, jossa muotoiluajattelua hyödyntämällä tuotetaan merkityksellisempiä, älykkäämpiä ja tyydyttävämpiä kokemuksia. Neljäs osa-alue sisältää monitahoisten systeemien tai ympäristöjen muotoilun. Tässä osa-alueessa muotoilun rooli on ylläpitää, kehittää ja integroida ihmisiä osaksi laajempaa kulttuurillista tai ekologista ympäristöä samalla niitä mahdollisuuksien mukaan muokaten tai niihin sopeuttaen.

Jaottelussaan Buchanan (1992, 10) korostaa, että sen ei ole tarkoitus toimia rajoina muotoilijoiden välillä tai asettaa jotakin toista osa-aluetta tärkeämpään asemaan kuin toista. Buchanan (1992, 5) myös toteaa, että tutkittuaan alan kirjallisuutta, tutkimuksia, artikkeleita ja keskusteluja, niissä kehoitetaan muotoilua edelleen laajentamaan sen yhteyksiä ja tarkoitusta, paljastamaan uusia ulottuvuuksia ymmärrykseen ja käytäntöön.

Muotoilun käsitteen alla voidaan siis puhua laaja-alaisesti ajattelusta, toiminnasta, rooleista, aineellisista ja aineettomista tuotteista ja palveluista, ympäristöistä, systeemeistä ja jopa kokonaisuudesta, joka vaikuttaa kaikkeen ja johon kaikki vaikuttaa. Muotoilun käsite viimeistään 2010-luvulla on muuttunut holistiseksi tai jopa "miksi tahansa" (Oosi ym. 2017, 21).

Pöppönen (2013, 173) nostaa kirjassaan designkuplia esiin kysymyksen siitä onko muotoilun määrittämistä oleellisempaa ymmärtää, mitä kaikkea muotoilun avulla voidaan saavuttaa. Hän mainitsee Buckminster Fullerin, muotoilijan ja arkkitehdin, joka on nähnyt muotoilun pikemminkin toimintana, suunnitteluna, jonka avulla kootaan yhteen paras osaaminen eri aloilta parhaan lopputuloksen aikaansaamiseksi.

Muotoilun professori ja historioitsija John Heskett (2017, 68) korostaa, että muotoilun määrittämisellä on väliä kahdesta syystä. Ensinnäkin muotoilu laajentaa ihmisten kapasiteettia abstraktiin ajatteluun mahdollistamalla ajatusten konkretisoinnin ja materialisoinnin. Tämä puolestaan johtaa keinotekoisten (ei luonnolle ominaisten) maailmojen luomiseen. Ajattelun ja konkretisoinnin tuloksena syntyy jäsentynyt systeemien, ympäristön, viestinnän ja keinotekoisten esineiden maailma, jossa suurin osa maailman väestöstä asuu. Muotoilu yhdistää luonnon keinotekoiseen ja sisäiseen maailmamme, näkemyksen itsestämme ulkoisiin, laajempiin kulttuurillisiin arvoihin. Toiseksi lähes jokainen asia asuttamas-

samme ympäristössä on ihmisen suunnittelema ja vaikuttaa toisiin ihmisiin. Oli kyse sitten esimerkiksi maan muokkaamisesta, rakentamisesta, kuljettamisesta, kodeista, opasteista, verokaavakkeista, verkosta ostettavista palveluista ja niin edelleen, ne eivät ole syntyneet irrallisista teollisuuden tai teknologian prosesseista vaan ihmisen kyvystä muotoilla – joko hyvin tai huonosti.

3.2.3 Monipuolinen, vastuuntuntoinen muotoilija

Muotoilijaa voidaan kutsua ammattilaiseksi, jolla on kyky visuaalisiin ja luovin tavoin ratkaista kompleksisia haasteita (Vepsäläinen 2015, 35). Muotoilijan ammattiin valmistutaan Suomessa kahdesta yliopistosta ja useammasta ammattikorkeakoulusta. Koulutusta järjestetään osana muotoilun ja liiketalouden koulutusohjelmia. Ornamo määrittelee muotoilijat laaja-alaisesti erikoiskoulutuksen saaneiksi, monipuolisissa tehtävissä toimiviksi ammattilaisiksi. He suunnittelevat julkiselle sektorille ja elinkeinoelämälle palvelu-, tuote-, tila-, ja kalusteratkaisuja, sekä toimivat yrittäjinä, asiantuntijoina, konsultteina, opettajina ja tutkijoina (Ornamo.)

Muotoilija on ammatilliselta identiteetiltään merkitysten tuottaja, ongelmien ratkaisija ja luova toimija. Merkitysten tuottajana muotoilijan työn lähtökohtana on ymmärtää asiakkaita ja käyttäjiä. Ongelmien ratkaisijana muotoilija hahmottaa kokonaisuuksia, löytää ongelmia, visualisoi ja järjestää kokonaisuuksien osia helpommin ratkaistaviksi. Luovana toimijana muotoilija oppii ajattelemaan ja myös toimimaan toisin kuin on totuttu, ja sitä kautta ratkaisemaan ongelmia ennakkoluulottomasti (Vepsäläinen 2015, 39).

Muotoilijat koulutetaan vastuullisiksi, pääasiallisesti eettisesti ja moraalisesti oikein toimiviksi (Vepsäläinen 2015, 41). Ugaksen (2016, 49) mukaan kysyttäessä muotoilijoilta heidän työnsä oikeutuksesta, vaikuttaa siltä, että heidän näkemyksensä on laajenemassa muun muassa siten, että lyhytaikaisesta tuoton tavoittelusta ollaan siirty-

mässä sellaisten innovaatioiden suunnitteluun, joissa otetaan huomioon luonnon ja ekologisen kestävyysreunaehdot. Yksittäisen käyttäjäryhmän tarpeiden huomioimisen sijaan huomioidaan koko yhteiskunnan tarpeet, tai että tuoteturvallisuuden sijaan otetaan huomioon jopa koko planeetan toipuminen tai selviäminen.

Samassa tutkimuksessa kysyttiin myös, kuinka paljon muotoilija kiinnittää huomiota arvoketjun eri vaiheisiin. Vastausten perusteella esiin nousi kaksi ryhmää: Tuotteita muotoilevat ja palveluita muotoilevat. Palveluita muotoiltaessa selkeästi vähemmän kiinnitettiin huomiota tuotantoketjuun tai materiaalien valintaan. Ihmisten käyttämien aineellisten hyödykkeiden ympäristövaikutukset huomioon ottaen, aineettomaan arvonluontiin ja tuotannon kauas siirtymisen vaarana on, että muotoilijoiden vaikutusmahdollisuudet ja käsityskyky ympäristön suhteen katoavat. (Ugas 2016, 50.)

Muotoilututkimuksen näkökulmasta sen liiketoiminnaksi muuttaminen koetaan haasteelliseksi ja yhtenä ratkaisuna nähdäänkin ammattikorkeakouluissa tehtävä käytännönläheinen tutkimus. Huomioitavaa on kuitenkin, että yliopistoille ja yrityksille muotoilututkimuksen oikea taso on eri ja että tutkimuksen on katsottava eteenpäin. Akateemisessa tutkimuksessa posthumaani tutkimus, jossa palvelun tai tuotteen loppukäyttäjä ei olekaan välttämättä enää ihminen, nostaa päätään. (Oosi ym. 2017, 33.)

3.3 MUOTOILUN TUOTTAMA ARVO NYKYISYYDESSÄ

Muotoilun vaikutusten mittaaminen on haasteellista ja muotoilun tuottavuutta (return on investment) on tutkittu vähän (Pitkänen & Veinola 2015, 62). Arvon mittaamisen näkökulmasta muotoilua on haastava erottaa muusta toiminnasta ja sen rooli vaihtelee toimialojen ja yritysten välillä (Maula & Maula 2019, 79). Muotoilun tuottamaa arvoa ja arvoja tulisi riittävästi tarkastella suhteessa talouteen ja sitä kautta edistää talouksia, jotka vastaavat

kysymyksiin siitä, kuinka tuotteita tai palveluja tuotetaan, myydään ja käytetään (Dilnot 2017, 12). Muotoilun tuottamaa arvoa on mitattu suhteessa kuluttamiseen ja tuotantoon, mutta esimerkiksi suhteessa organisaatioiden elämään, tällaiset mittaukset eivät juurikaan ole antaneet ymmärrystä (Junginger 2017, 41).

Kuluttamisen ja tuotannon näkökulmasta amerikkalainen Design Management Institute mittaa muotoilun arvoa indeksillä (design value index), jonka tulosten mukaan muotoilulähtöiset yritykset menestyvät muita paremmin (Maula & Maula 2019, 248). Tämä DMI-indeksi osoittaa, että muotoilua hyödyntävillä pörssiyrityksillä arvon kasvu kymmenen vuoden seurantajakson aikana on ollut keskimäärin 211 prosenttia pörssin verrokkirytyksiä parempi (Kronqvist 2018, 57; Koivisto ym. 2019, 172). Asiakaskokemusta Yhdysvalloissa tutkineen Watermark Consultingin mukaan pitkäjänteisesti asiakaskokemukseen panostaneiden yritysten tuotto oli jopa 80 prosenttia enemmän kuin sellaisten, jotka eivät asiakaskokemukseen panostaneet (Koivisto ym. 2019, 24).

Konsulttiyritys McKinsey tutki muotoilun liiketoiminta-arvoa ottamalla vertailuun sellaisia yrityksiä, jotka kaikki hyödynsivät muotoilua. Tulosten mukaan yritysten menestyksessä oli laajaa vaihtelua ja menestyjiä olivat sellaiset yritykset, joissa muotoilua hyödynnettiin strategisesti ja kokonaisvaltaisesti. Muotoilun todellisen liiketoiminta-arvon nähdään siis muodostuvan, kun sillä on organisaatioissa strateginen asema ja yrityksen kulttuuri, sekä rakenteet tukevat muotoilun hyödyntämistä (Koivisto ym. 2019, 172–173).

Muotoilu nähdään yhä enenevässä määrin muotoiluksi organisaatioissa. Muutoksen myötä organisaatioiden tulee ymmärtää uusia lähestymistapoja muotoiluun, muotoilun prosesseihin ja niihin jotka muotoilevat. Muotoilu on mukana muovaamassa niin liiketoimintaa kuin johtamistakin yli sektorirajojen, ja tuleekin ymmärtää, miten

muotoilu tukee päätöksentekoa ja mahdollistaa merkityksellisten ja saavutettavien palvelujen kehittämistä. Muotoilua ja liiketoimintaa ei voi mitata vain tuottavuudella, vaan se, kuinka ne ovat sidoksissa yhteiskunnallisella ja ympäristön tasolla merkitsee yhä enemmän. (Junginger 2017, 40–41.)

3.3.1 Muotoilutoimiala on kasvussa

Muotoilualan asiantuntijajärjestö Ornamo tutkii muotoilualan suhdannetta vuosittain. Uusimman, vuoden 2020 katsauksen yhteydessä muotoilun toimialaa kuvataan ydintoimialastaan laajentuvaksi, hyödyiltään laajasti valjastetuksi myös muille toimialoille. Toimiala kattaa muotoiluintensiivisen teollisuuden, muotoilun palveluyritykset ja taiteellisen toiminnan. Vuodesta 2010 vuoteen 2018 muotoilun palveluyritysten (muotoilu, graafinen suunnittelu ja sisustusarkkitehtuuri) liikevaihto kasvoi 52,8 prosenttia. Koko muotoilutoimialan liikevaihdon kasvu oli vuonna 2017–18 vain 0,1 prosenttia, mutta toimialan 7,7 prosentin kasvu vuosina 2010–2018 on ollut Suomen koko yritystoiminnan (pois lukien alkutuotanto) 6,1 prosentin kasvuun verrattuna nopeampaa (Lith 2020).

3.3.2 Aineetonta arvoa kokemus-, tieto- ja muutotaloudessa

Aineettoman arvonluonnin merkitys kasvaa ja yrityksissä muotoilun hyödyntäminen koetaan sen myötä yhä tärkeämmäksi. Muotoilun katsotaan vakiinnuttaneen asemaansa osaksi suomalaista innovaatio- ja elinkeinopolitiikkaa. (Oosi ym. 2017, 8.) Aineettomalla arvolla tarkoitetaan talouden näkökulmasta esimerkiksi sitä, että pystytään luomaan nopeasti, oivaltaen ja asiakkaan tarpeita ymmärtäen liikeideoita, jotka tuottavat asiakkaille arvoa. Tällaisia arvoja voivat olla esimerkiksi kestävyys, käytettävyys, eettisyys ja esteettisyys. (Ali-Yrkkö & Pajarinen 2015, 7.)

Aineettomuus voidaan nähdä palveluna, toiminnan tehostumisena yrityksissä ja toimintaympäristössä, tai esimerkiksi tuotteen

ominaisuutena. Palveluissa aineettomuus tarkoittaa esimerkiksi uudenlaista arvon tuottamisen mallia, jossa käyttäjät saavat käyttää palveluja ilmaiseksi, mainostajat maksavat mainostilasta sekä tiedoista, joita palvelujen käyttäjistä kerätään mainontaa varten. Aineettomuudella toiminnan tehostumisessa tarkoitetaan esimerkiksi koulutukseen ja kehittämiseen ohjattuja aineettomia investointeja, joiden hyödyt näkyvät myytyinä tuotteita tai palveluina. Tuotteen ominaisuuksina aineettomuuden näkökulmasta ovat esimerkiksi brändi, tekniset ominaisuudet, parempi muotoilu tai helppokäyttöisyys, jotka vaikuttavat positiivisesti asiakkaan kokemaan arvoon. (Ali-Yrkkö & Pajarinen 2015, 9.)

Palvelullistumisen myötä yritysten erottautuminen tapahtuu niiden asiakkaille tuottamien kokemusten kautta. Kokemukset syntyvät yritysten ja asiakkaiden välisestä vuorovaikutuksesta. Asiakkaat ja palveluiden käyttäjät tulee nähdä yksilöinä, joita pyritään yllättämään positiivisesti. Tämän vuoksi yksilöllisten tarpeiden ymmärtäminen yrityksissä korostuu, tarpeita täytetään yhtäaikaisesti, ja jo tuote-tuista kokemuksista on pidettävä kirjaa. Asiakkaiden segmentointi perinteisin tavoin, kuten sukupuolen, iän, asuinalueen tai koulutuksen mukaan ei toimi, sillä ne eivät enää vaikuta kuluttajakäyttäytymiseen kuten ennen. (Ouden 2014, 7; Koivisto ym. 2019, 21–22.)

Kokemus- ja tietotaloudessa palveluja tuotetaan yksilöiden tarpeisiin luomalla positiivisia, odotukset ylittäviä kokemuksia. Tietoa tuotetaan palvelujen perustaksi hyödyntämällä uusia ja kehittyviä teknologioita, tietoa tuotetaan avoimesti yhdessä ja uudet teknologiat mahdollistavat muun muassa uudenlaisia työn tekemisen tapoja. Tietotaloudessa erilaiset tietoverkostot vauhdittavat innovaatioiden syntyä ja supertietokoneet pystyvät käsittelemään valtavia tietomääriä, sekä tekemään tietoa ymmärrettäväksi. Samalla syntynyt tietotyöläisten joukko työskentelee yhä vapaammin ajasta ja paikasta riippumatta, sen myötä organisaatioiden tulee olla työvoimaa houkuttelevia. (Ouden 2014, 8.)

Muutostalouden (Transformation Economy) myötä nähdään, että taloudellisessa toiminnassa tulisi ottaa huomioon koko yhteiskunta. Puhutaan energiaratkaisuista, hiilijalanjäljestä, sekä terveellisestä elämästä ruokavalioineen. On oleellista huomioida yksilöiden persoonallisia eroavaisuuksia, jotta voidaan luoda pysyviä muutoksia ihmisten käyttäytymisessä. Kokonaisvaltaiset muutokset, joita tulevaisuudessa kaivataan, vaativat uudenlaisia verkostoja ja ratkaisuvaihtoehtoja, jotka luovat arvoa eri tasoilla – arvoa ratkaisujen käyttäjille, organisaatioille ja yhteiskunnalle laajemminkin. (Ouden 2014, 9.)

3.3.3 Muotoiluajattelua kokonaisuuksien hahmottamiseen

Muotoiluajattelu on ihmislähtöinen tapa ajatella, keino ratkoa ongelmia kokonaisvaltaisesti sekä tavoitteellisesti ja tuottaa parhaita mahdollisia asiakaskokemuksia (Maula & Maula 2019, 21, 26). Se voidaan nähdä ajatteluna ja toimintana, jota kuka tahansa voi hyödyntää ymmärtääkseen ja ratkaistakseen esimerkiksi organisaatioiden toimintaympäristön tai teknologisen muutoksen mukanaan tuomia kompleksisia haasteita (Buchanan 1992, 8; Kolko 2015). Muotoiluajattelu on yhtä moniulotteista kuin muotoilukin ja sitä lähestytään monin eri tavoin, kuten ajattelutapana tai filosofiana, ongelmanratkaisun prosessina, johtamisinnovaationa tai menetelmien kokoelmana (Maula & Maula 2019, 19). Muotoiluajattelu on ongelmanratkaisua muotoilun menetelmiä hyödyntäen, jolloin käytössä on osallistava, empaattisen ymmärtämisen, luovan ideoinnin ja kokeilevan kehittämisen malli (Tikka & Gävert 2018, 106).

Muotoiluajattelu on teorian ja käytännön yhdistämistä kohti uusia hedelmällisiä tarkoituksia. Buchananin mukaan muotoiluajattelu tulisi nähdä teknologisen kulttuurin uusina vapaina taitoina (Buchanan 1992, 5). Vapaiden taitojen (liberal arts, artes liberales) käsite kumpuaa koulutuksen historiasta ja erityisesti keskiajalta,

jossa vapaat taidot muodostivat yliopistokoulutuksen rungon (wikipedia). Princetonin yliopisto kuvaa vapaiden taitojen olevan humanististen, luonnon- ja yhteiskuntatieteiden, sekä taiteen poikkitieteellistä asioiden, ideoiden ja menetelmien tarkastelua, joka antaa työkaluja maailman monimutkaisten ongelmien parissa suunnistamiseen (Princeton University).

Toimintaympäristön muutoksessa muotoilun periaatteiden hyödyntäminen auttaa ihmisiä hahmottamaan monimutkaisuutta ja sietämään epävarmuutta (Kolko 2015). Muutoksessa organisaatioiden tulee sekä sopeutua, että innovoida, mutta pelkät hyvät ideat eivät riitä, vaan ne tulee saattaa myös käytäntöön nopeasti. Muotoilun ja muotoiluajattelun avulla kysytään kriittisiä kysymyksiä, tuodaan oikeat ihmiset yhteen, tuotetaan ihmislähtöisiä ideoita, luonnostellaan ja mallinnetaan ideoita konkreettisiksi, sekä testataan ja tuotetaan parhaita mahdollisia ratkaisuja. Muotoiluajattelu on hyvä keino kehittää joustavia ja reaktiivisia organisaatioita, joissa ollaan kiinnostuneita arvolupauksen herättämistä tunteista yhtä paljon kuin esimerkiksi vaatimusmäärittelyistä (Kolko 2015).

Liiketoiminnan näkökulmasta muotoiluajattelu auttaa yhdistämään ihmisten tarpeet teknologisiin mahdollisuuksiin ja taloudelliseen kannattavuuteen (Brown 2008, 2). Nähdään, että muotoiluajattelu olisi innovaatioiden lisäksi tärkein ohjaava tekijä pitkän ajan strategisessa kehittämisessä (Maula & Maula 2019, 27).

3.3.4 Palvelumuotoilua kokemusten luomiseen

Palvelumuotoilu muotoiluajattelun soveltamisena on ihmislähtöistä palveluiden innovointia, josta on tullut merkittävä ilmiö Suomessa. Se vastaa osaltaan haasteeseen edistää yritysten kilpailukykyä, reagoida ihmisten muuttuviin tarpeisiin ja odotuksiin, sekä taata hyvinvointipalvelujen laatu, saatavuus ja kustannustehokkuus julkisella sektorilla. Suomessa palvelumuotoilun leviämistä nähdään

edistävän ei-hierarkkinen, tasa-arvoa ja yhdenvertaisuutta korostava yhteiskunta, jossa vaikuttamisen mahdollisuuksiin ja demokratiaan voidaan luottaa. (Koivisto ym. 2019, 34–36.)

Palvelumuotoilu on laajentanut muotoilun toiminta-aluetta tuotekeskeisyydestä prosessien ja kokemusten kehittämiseen, ja muotoiluajatteluun perustuvana osaamisalana se on erikoistunut asiakas- ja työntekijäkokemusten kehittämiseen. Palvelumuotoilussa palvelun käyttäjä, oli kyse sitten asiakkaasta, asiakaspalvelijasta tai yhteistyökumppanista, on kehittämisen keskiössä. Palvelumuotoilun päämääränä on käyttäjälle hyödyllisten, käytettävien ja haluttavien palvelujen kehittäminen, jotka luovat palvelun tuottajille kilpailuetua, ovat taloudellisesti kannattavia tai lisäävät palveluntarjoajien toiminnan vaikuttavuutta. Palvelumuotoilun avulla edistetään sujuvaa palvelujen käyttöä ja kuluttamista, mutta myös vetoavuutta tunteisiin ja arvoihin. (Koivisto ym. 2019, 37–38.)

3.3.5 Strategista muotoilua päätöksenteon tueksi

Muotoilijat ja muotoiluajattelijat ratkaisevat tulevaisuudessa vastuuta vaativia uudenlaisia ongelmia ja toimivat tuotteiden ja palveluiden muotoilun lisäksi organisaatioiden ja strategioiden muotoilijoina (Maula & Maula 2019, 13).

Strategisen muotoilun voidaan nähdä edistävän yhteiskunnan kykyä hahmottaa monitahoisia haasteita, kuten ilmastonmuutosta. Se tarkoittaa sellaisten työkalujen hyödyntämistä, joiden avulla tehdään parempia päätöksiä ja tuotetaan parannettuja lopputuloksia tuomalla yhteen oikeita ihmisiä tarkoin määriteltyjen haasteiden ääreen joustavia, ei lineaarisia toimintaprosesseja noudattaen. Strateginen muotoilu on keino rajata haasteita, määrittää mahdollisuuksia ja ohjata toteutusta. Sen avulla pureudutaan visioiden taakse. Toteutuksen ohjaamisessa ja tavoitteen kiteyttämisessä strateginen muotoilu auttaa alati kysymään kysymykset kenelle,

mitä, miksi ja miten. Lisäksi strategisen tason tavoitteita auttaa hahmottamaan ymmärrys siitä, mikä ohjaa arvon syntymistä missäkin määrättyssä asiayhteydessä. Strateginen muotoilija ei pohdi onko muotoilussa kyse ajattelusta vai tekemisestä, vaan hän pohtii mitä ajatella ja kuinka tehdä (Boyer ym. 2011, 19–29.)

3.3.6 Muotoilun tuottaman arvon tasoja

Muotoiluajattelun ja palvelumuotoilun sen soveltamisena, nähdään tuottavan mitattavaa arvoa asiakkaan ja liiketoiminnan näkökulmasta. Laaja-alaisesti ja strategisesti hyödynnettynä muotoiluajattelulla ja strategisella muotoilulla on arvoa organisaatioiden menestykselle sekä julkisella, että yksityisellä sektorilla.

Muotoilun arvoa voidaan mitata rahallisesti, käyttöarvon ja kokemuksen mukaan, sekä yhteiskunnallisella tasolla. Päätöksenteossa muotoilu on osa päätösten valmistelua, päätösten jalkauttamista ja palveluiden tuottamista, ja sen tulee tuottaa arvoa jokaisella näistä tasoista yli sektorirajojen. Julkisella sektorilla muotoilu tuottaa taloudellista hyötyä kietomalla julkiset palvelut, organisaatiot ja käytännöt asiakaskokemukseksi (Junginger 2017, 46.)

Palvelumuotoilun tuottamia liiketoimintahyötyjä voidaan tarkastella esimerkiksi taloudellisesta, markkina, sisäisten prosessien ja työkalutuurin ja osaamisen -näkökulmista. Liiketoiminnassa välillistä arvoa syntyy kustannusten pienenemisestä ja tuottojen kasvamisesta, kun asiakkaiden kertaostosten ja uusien asiakkaiden määrä kasvaa esimerkiksi parantuneen asiakaskokemuksen ja suosittelujen perusteella. Kannattavuus voi puolestaan olla seurausta tuotanto-prosessien parantumisesta, jossa ollaan poistettu asiakasarvoa tuottamattomat prosessin vaiheet, tai parannettu työkaluja työntekijöiden suoritusta tukemaan. (Koivisto ym. 2019, 166–168.)

Palvelumuotoilun avulla organisaatiot ymmärtävät paremmin asiakkaitaan ja heidän muuttuvia tarpeitaan, mikä auttaa luomaan innovatiivisia, asiakasuskollisuuden ja markkinaosuuden kasvua lisääviä ratkaisuja markkinoille. Markkinanäkökulmasta tällaiset liiketoimintahyödyt voivat muodostua esimerkiksi asiakkaiden arvomuodostusprosessien ymmärtämisestä, uusien asiakasryhmien tai liiketoimintamahdollisuuksien ymmärtämisestä, asiakas-suhteiden syventymisestä, uusien tuotteiden ja palveluiden kehittämisen lisääntymisestä tai brändin vahvistumisesta. (Koivisto ym. 2019, 168–169.)

Sisäisten prosessien näkökulmasta puhutaan palvelun kehittämisen vaikuttavuudesta, palvelun laadun parantamisesta ja palvelun operatiivisen tuotannon tehostumisesta. Kehittämisen vaikuttavuuden paranemisena nähdään esimerkiksi kehittämisen nopeutuminen tai vaikkapa palvelun monistettavuus. Laadun paranemisena nähdään esimerkiksi reklamaatioiden väheneminen tai parempi saatavuus ja operatiivisen tuotannon tehostumisena henkilöstö-resurssien parempi hyödyntäminen. (Koivisto ym. 2019, 169–170.)

Osaamisen ja työkuultuurin suhteen muotoilun hyödyt näkyvät organisaatioiden työntekijäkokemuksessa esimerkiksi työtyytyväisyyden lisääntymisenä, motivaation ja sitoutumisen kasvuna ja sairauspoissaolojen vähentymisenä. Sisäisten toimintatapojen kehittymisenä esimerkiksi yrityksen sisäisen ja ulkoisen viestinnän tehostumisen, tai roolitusten ja parantuneiden työprosessien suhteen. (Koivisto ym. 2019, 170–172.)

Muotoilun hyötyinä osana organisaatioiden toimintaa nähdään katseen suuntautumisen meistä muihin, mikä tarkoittaa empatian avulla asiakkaiden syvällisempää ymmärrystä ja piilevien tarpeiden hahmottamista. Muotoilun hyötyinä ovat myös abstraktin ajattelun konkretisoiminen, muun muassa virheiden havaitseminen ja korjaaminen prototyypin avulla jo aikaisessa vaiheessa. Lisäksi

muotoilun hyötyinä nähdään uudistumisen mahdollisuus, jota saavutetaan esimerkiksi antamalla vastuuta uteliaille ja uuden kokeilusta kiinnostuneille työntekijöille. Muotoilun avulla voidaan siirtyä epäolennaisesta olennaiseen. Luotetaan olennaiseen tietoon ja intuitioon, ja tuodaan tulevaisuuden tutkiminen osaksi organisaation päivittäistä työtä. (Maula & Maula 2019, 82–93.)

4. Muotoilun tuottama arvo tulevaisuudessa

4.1 KESTÄMÄTTÖMÄSTÄ KESTÄVÄÄN

Maapallon elämää ylläpitävät systeemit ovat hajoamassa ja kulutukselle sekä jatkuvalle kasvulle perustuvan globaalin talousjärjestelmän on muututtava (Pettifor 2019, xi, xviii). Kaiken täytyy muuttua, tavan rakentaa maailmaa ja tavan elää (Escobar 2017, x). Ihmisen toiminnan ja riittämättömien ratkaisujen seurauksena luonnon monimuotoisuuden väheneminen uhkaa maapallon kykyä ylläpitää kaikkea elämää. Ihmiset eivät ymmärrä menetyksen laajuutta ja työskentelevät erikoistuneina omissa silloissaan, mikä ei kannusta ymmärtämään monimutkaisia systeemejä, joissa ongelmat ja niiden mahdolliset ratkaisut piilevät. (Bradshaw ym. 2021.)

Nykyhetkessä monimutkaisuus, yllätyksellisyys, ristiriidat ja saatavilla olevan tiedon valtava määrä korostuvat. Elämme post-normaalia aikaa, jossa väliaikaiset ja hajautetut liikkeet ja ilmiöt haastavat järjestelmät, jotka perustuvat hierarkkiseen ja keskitettyyn hallintaan. Tulevaisuutta ja sen mahdollisuuksia on hahmotettava järjestelmällisesti ja tuotava osaksi ihmisten arkea, jotta voidaan keskustella siitä, mitä todella halutaan. (Dufva 2017, 3.)

Tulevaisuuden toimintaa kaikkein eniten määrittävä muutos tapahtuu ilmastossa, ympäristössä monimuotoisuuden vähenemisenä, resursien liiallisena kuluttamisena ja jäteongelmana. Puhutaan ekologisesta kestävyyskriisistä ja ekologisesta jälleenrakentamisesta sen ratkaisemiseksi. Ekologinen jälleenrakentaminen nähdään siirtymänä yhteiskuntaan, jossa ympäristön tilaa ja ihmisten hyvinvointia parannetaan. (Dufva 2020, 9.)

Kestävyyden näkökulma ohjaa taloudellista näkökulmaa laajemmin katsomaan maailmaa moraalisesta näkökulmasta (Garcia 2017, 73). Ihmisten on katsottava toimintaansa suhteessa toisiin, verkostoon ja systeemiin. On katsottava eläimiin, kasveihin, elolliseen ja elottomaan luontoon, sekä teknologisiin mahdollisuuksiin kokonaisuutena ja pohdittava riittääkö ihmislähtöinen maailmankuva (Haapala 2019, 10).

On aina olemisen perustaa järjestyttävää muistaa, että ihminen on kasvanut, ollut olemassa ja myös häviää vain ympäröivien elämänmuotojen myötä, ei omasta tahdostaan (Rautio 2020).

Muotoilulla on ollut olennainen rooli nykyisen, kestäättömän elämäntyylin luomisessa ja onkin elintärkeää varmistaa muotoilijoiden kyky moraaliseen päätöksentekoon (Garcia 2017, 73). Useat kriittiset muotoilijat ovat alkaneet esittää kysymyksiä siitä, millaisia tulevaisuuksia ihmiset todella haluavat, millaisen tulevaisuuden haluamme rakentaa, tai kuinka voimme pyrkiä uuteen viisaampaan sivilisaatioon (Escobar 2017, 33).

4.1.1 Muotoilun uusia tuulia

Muotoilu laajenee käsittämään yhä enemmän systeemejä, jotka eivät ole muotoiltavissa helposti. Maailma selitetään mekaanisten analogioiden sijaan esimerkiksi perustuen jatkuvasti kehittyvään, emergenttiin elävien organismien toimintaan. Muotoilun avulla kokeillaan ja opitaan yhdessä esimerkiksi sellaisten organisaatioiden toimintaa, jotka ovat itseohjautuvia, tai kehitetään kestäviä liiketoimintamalleja ja strategioita. (Tikka 2018, 10.) Emergentteinä ominaisuuksina yhteiskunnassa, saatetaan pitää sellaisia rakenteista johtuvia ilmiöiden ominaisuuksia, joita vain yksilöitä tarkastelemalla ei voida ymmärtää (Tieteen termipankki).

Systeemisessä maailmassa muotoiluajattelu voi auttaa konkreettisesti abstrakteja kokonaisuuksia, mutta muuten sen keinot eivät sellaisenaan riitä. Systeemisessä, jatkuvuuden abstraktissa ympäristössä tarvitaan konkreettisia tekoja, mutta muotoilu ei sellaisenaan riitä jatkuvuuden ja muutoksen käsittelyssä (Seppälä 2021) sellaisissa VUCA (Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous) -ongelmissa, joilla viitataan epävakaiseen, epävarmaan, monimutkaiseen ja monitulkintaiseen, vaikeasti ennakoitavissa olevaan toimintaympäristöön (Kaivo-oja & Koskinen 2017, 6). VUCA-ongelmien johtaminen vaatii niin kokeilukulttuuria kuin ketteryyttä ja sen lisäksi tietoa ja uudelleen organisoitumista (Kaivo-oja & Koskinen 2017, 7).

Suoheimo (2020, 6–7) nostaa väitöskirjassaan Ilkeät ongelmat palvelumuotoilussa esiin keskustelun siitä, että ilkeitä ongelmia kohdatessaan muotoilijoilla on tapana yksinkertaistaa niitä ja että muotoilun työkalut on kehitetty yksinkertaisempiin ongelmiin. Hän ehdottaa mallia, jonka avulla muotoilijoiden on helpompi käsittää kompleksisuuden tasoja ja valita sellaisia työkaluja, jotka auttavat ongelmien ratkaisuun eri tasoilla toimiessa. Toisaalta Jones & Kijima (2018, 124–126) toteavat, että muotoilijoiden tavoitteena on perinteisesti työssään luoda uutta, muuttaa vallitsevia tilanteita uudellaisiksi ja siksi heidän lähestymisensä ongelmiin on luontaisesti samankaltainen kuin viheliäisiin ongelmiin tulisi olla. Muotoilijat kohtaavat tilanteita reflektiivisesti keskustellen, antaen tilaa ymmärtämiselle ja epävarmuudelle siitä, ettei tiedetä mihin keskustelu johtaa. Keskusteluissa rakennetaan toisten ymmärryksen ja ideoiden päälle ja opitaan ymmärtämään, mitä omien ajatustemme päälle rakennetusta ymmärryksestä syntyy toisten tulkitsemana.

Ilkeät ongelmat tarkoittavat ongelmia, joihin ei ole ratkaisuja, vaan pikemminkin puhutaan kesyttämisestä tai ongelmien taklaamisesta. Lisäksi vaihtoehdot "ratkaisuksi" eivät voi olla oikeita tai vääriä, vaan pikemminkin käytetään termejä hyvä tai huono. (Suoheimo 2020, 24.) Ilkeät tai viheliäiset ongelmat nousivat suunnittelun yhteydessä

käsitteenä esiin jo 70-luvulla tarkoittamaan sellaisia ongelmia, joita ei voi käsitellä perinteisin ongelmanratkaisumenetelmin, sillä niiden ratkaisu yhdestä näkökulmasta saattaa aiheuttaa ongelmia toisesta (Jones & Kijima 2018, 126). Suoheimo (2020, 16) nostaa esiin vertauksen ongelmien tasosta kuvaamalla "kahvin muotoilua". Yksinkertainen ongelma on sellainen, jossa kahvin nauttimista varten suunnitellaan kahvikuppi, kompleksisen ongelman hän kuvaa sellaiseksi, jossa katsotaan kahvia kokonaisvaltaisena palveluna, ja kahviloiden verkostona. Ilkeä ongelma puolestaan käsittää sosiaalisesti ja ekologisesti kestävän, kansainvälisen palveluverkoston luomisen.

4.1.2 Muotoilu 4.0

Muotoiluajattelua tulee kehittää edelleen, pohtia, mitä ihmis- ja elämälähtöinen muotoilu tarkoittavat kompleksisessa maailmassa (VanPatter 2020, 1–3). Muotoiluajattelu tulisi nähdä sekä strategisena että taktisena, mahdollistavana ajatteluna, toimintana ja johtamisena. Sen tulisi toimia sellaisen innovatiivisen kulttuurin rakentajana, jossa keskustellaan ja mahdollistetaan mukaan ottaminen ja kehystetään haasteita kaikkien ratkaistaviksi. Muotoiluajattelu tulisi nähdä epämääräisistä tilanteista, olettamuksista vapaana ponnistavana, laajan ymmärryksen ja merkitysten rakentajana, ilmiöiden selkeyttäjänä ja viestintänä yli sektorirajojen. (VanPatter 2020, 126–135.)

Muotoilu 4.0 vastaa tarpeeseen muotoilla organisaatioiden, systeemien ja toimialojen yli jättiläismäisiin haasteisiin yhteisöille, kansakunnille ja planeetalle, jotka kohtaavat viheliäisiä ongelmia. Muotoilijoita ei enää nähdä tiedon etsijöinä tai paljolti intuitiivisen tiedon varassa toimivina merkityksellisten kokemusten rakentajina, vaan todistetun tiedon ja osittaisen intuition ymmärrettäväksi saattajina ja tulevaisuudessa yhä enemmän muutoksen tekijöinä yhteiskunnassa. (VanPatter 2020, 24–38.) Jos ennen pohdittiin sitä, kuinka muotoilun avulla autetaan organisaatioita erottautumaan tai

tekemään jokin asia muita paremmin, nyt pohditaan yhä enenevässä määrin sitä, kuinka auttaa organisaatioita ymmärtämään vaikeita haasteita ja mukautumaan muutokseen. Yhteiskunnallisten innovaatioiden näkökulmasta muotoilua 4.0 voidaan nähdä hyödynnettävän muun muassa sellaisissa yhteyksissä, joissa vaikutetaan päätöksentekoon ja valjastetaan demokratiaa liittyen esimerkiksi algoritmeihin. (VanPatter 2020, 55.)

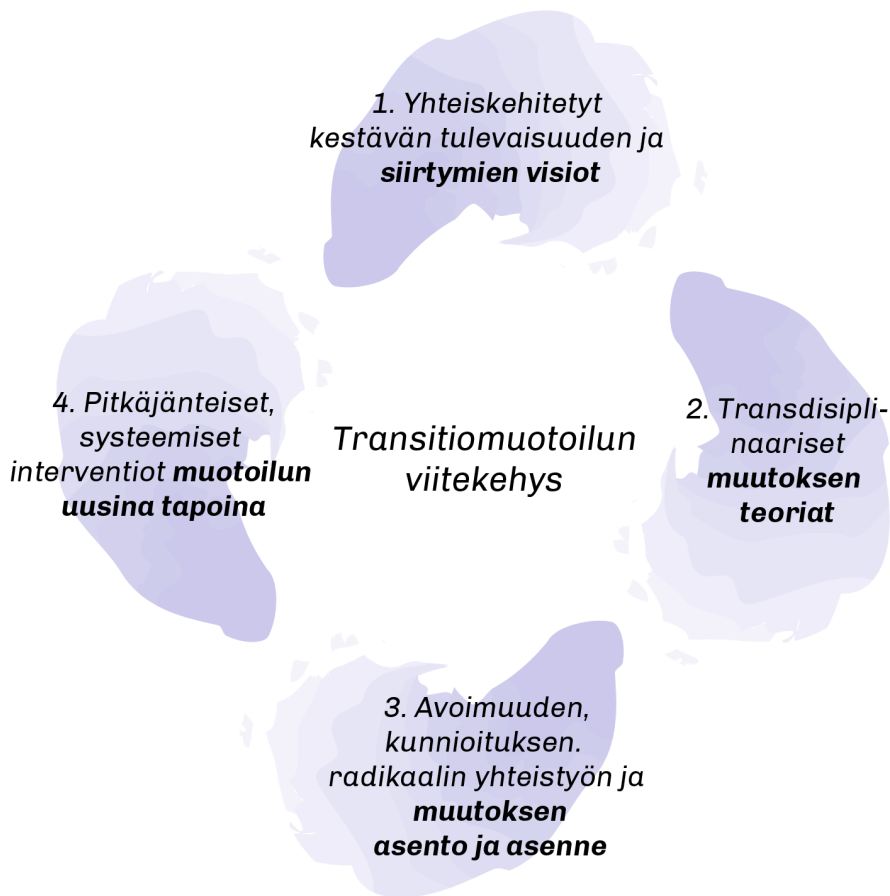
4.1.3 Transitiomuotoilu

Luonto pyrkii aina järjestäytymään, luomaan verkostoja, rakenteita ja kaavoja, jotka näyttävät nousevan yhä kompleksisemmasta ja kaotisemmasta todellisuudesta ilman ulkoista ohjausta tai määrittämistä. Maailma ei odota muotoilijoita järjestämään sitä, vaan muotoilussa tulisi pikemminkin auttaa tätä luonnollista virtausta kiihtymään ja järjestäytymään. Tulisi ymmärtää, että aina kun muotoillaan jotakin, se muotoillaan osaksi suurempaa monitahoista systeemiä, jota emme koskaan täysin näe, sen käyttäytymistä ymmärrä tai kykene sitä suojelemaan. (Irwin 2013.)

Muotoilun osa-alueita, jonka avulla muotoillaan kestävämpiä tulevaisuuksia, kutsutaan vaihtelevasti transitiomuotoiluksi (transition design), vapaasti käännettynä siirtymien muotoiluksi (design for transitions) tai sosiaalisten innovaatioiden muotoiluksi. Siirtymät tai muutokset eivät kuitenkaan ole, kuten ensimmäisessä kappaleessa kuvaan, täysin muotoiltavissa, vaan ne muotoutuvat itsestään ja osittain ihmisen organisoimina. Siirtymät ovat emergentejä ja moniulotteisia, eikä niitä voi ennustaa, tai ole tarvetta keskitetysti johtaa. On tärkeää, että se kuinka ajattelemme muutosta itsessään, muuttuu. (Escobar 2017, 152.)

Escobar (2017, 153–154) kuvaa Carnegie Mellon yliopiston transitiomuotoilun kehittäessä olevan viitekehyksen, joka on rakentunut neljän erillisen, toisiinsa liittyvän osa-alueen ympärille (kuvio 4).

Siinä muotoilua tarkastellaan ensinnäkin pidemmällä aikavälillä ja sitä ohjaa visio kestävästä tulevaisuudesta. Viitekehysten kulmakivenä on valmiiksi kehitettyjen strategioiden sijaan kestävien tulevaisuuksien visiointi (Vision for Transition), jossa erilaiset menetelmät ja työkalut skenaarioiden kehittämiseen ennakoitiin ja spekulatiiviseen muotoiluun auttavat rakentamaan vaihtoehtoisia, kriittisiä tulevaisuuden visioita.



Kuvio 4. Transitiomuotoilun viitekehys (Irwin ym. 2015 mukailen)

Toinen osa-alue (Theories of Change) kuvaa yhteiskunnallisen muutoksen teorioita ja niiden ymmärtämisen muotoilun ytimeksi. Tarkoituksena on juurruttaa muotoilijoihin maailman kriittisen tarkastelun ja jatkuvan kehittymisen asenne. Tärkeimmäksi ytimeksi

olevista teorioista viitekehyksessä nähdään teoria elävistä systeemeistä: itseorganisoitumisen dynamiikasta, ilmaantumisesta ja resilienssistä luonnossa ja sosiaalisissa systeemeissä. (Escobar 2017, 154.) Transitiomuotoilussa teorian avulla tarkastellaan ja konseptoidaan esimerkiksi kotitalouksien, kylien, kaupunkien, alueiden ja planeetan sisäisiä rakenteita ja itseorganisoitumista yhteistyöhön perustuvissa verkostoissa, sillä niiden uudistumisen ja uudelleen keksimisen nähdään mahdollistavan siirtymän kestäväan yhteiskuntaan (Kossoff 2018, Escobar 2018, 154–155 mukaan.) Tällainen konseptointi tukee uudenlaisia visioita, jotka ovat globaalien ja vertikaalisesti hierarkisten visioiden sijaan enemmän paikallisia ja paikkaan sidottuja.

Muutoksen teorioiden osa-alue tai ulottuvuus transitiomuotoilun viitekehyksessä vetoaa postnormaaliin tieteeseen, joka ottaa huomioon sellaisten ihmisten kokemuksen, tiedon ja taidon, jotka eivät ole asiantuntijoita. Tarkoituksena on, että muotoilijat oppivat refleктоimaan itsestäänselvyyksinä pitämiään ajatuksia ja ideoita muutoksesta. Joissakin versioissa viitekehys ottaa huomioon lisäksi sellaisia muotoilun teorioita, jotka sisältävät muutoksen ymmärrystä. tällainen on esimerkiksi Richard Buchananin teoria neljästä muotoilun osa-alueesta (Four Orders of Design) (Escobar 2018, 156), jonka esittelin muotoilun käsitteen avaamisen yhteydessä.

Kaksi viimeistä viitekehyyksen osa-aluetta ovat vapaasti suomennettuina “asento ja mielentila” (posture and mind-set), sekä “muotoilun uudet tavat” (new ways of designing). Asento ja mielentila pyritään viitekehyyksen mukaan rakentamaan sellaisiksi, jossa otetaan vakavasti ymmärrys asioiden välisistä suhteista, vuorovaikutuksesta ja kytköksistä. Tämä vaatii muotoilijalta aktiivista työskentelyä oman sisäisen maailmansa kanssa suhteessa muutokseen. Transitiomuotoilu pyrkii innoittamaan ei dualistiseen kuvitteluun. (Escobar 2017, 156–157.) Ei dualistinen maailma ei ole kaksijakoinen vaan sellainen, jossa uskotaan todellisuuden muodostavan jakamattoman

kokonaisuuden. Tässä kokonaisuudessa erilliset olennot ovat lopulta yhtä ja kaikki palautuu yhteen perustekijään. (Tieteen termipankki 2021.)

Neljäs osa-alue, muotoilun uudet tavat tarkoittavat sellaisten toimintatapojen omaksumista, jotka eivät, kuten usein nykymaailmassa muotoilijoiden ansiosta, lisää materiaalien kulutusta ja materiaalivirtoja. Muotoilijoiden on uudelleen pohdittava innovaatioiden merkitystä ja ajateltava yli perinteisestä palvelumuotoilun konsultoinnista ja liiketoiminta-ajattelusta kohti sosiaalisia ja muutosta aikaan saavia innovaatioita. Transitiomuotoilun viitekehys vauhdittaa muutosta kohti uudenlaista ymmärrystä yhteiskunnista. (Escobar 2017, 158.)

Transitiomuotoilu hyödyntää ikävien tai viheliäisten ongelmien hahmottamiseen systeemiteoriaa (living system theory). Transitiomuotoilun avulla korjataan ja suojellaan yhteiskunnan, sekä luonnon ekosysteemejä ja sen tärkein konteksti on päivittäinen elämä. Transitiomuotoilu puhuu paikallisten, globaalisti verkottuneiden, skaalautuvien ratkaisujen puolesta, joiden aikahorisontit ovat laajoja ja ne linkittyvät osaksi nykyisiä ratkaisuja kohti suurempaa visiota muutoksesta. Transitiomuotoilussa pyritään sellaisiin ratkaisuihin tai vaihtoehtoihin, jotka vastaavat erilaisiin tarpeisiin mahdollisimman laaja-alaisesti ja nähdään, että muotoilijan oma asenne ja mielenlaatu ovat oleellisin osa prosessia, joka kutsuu uudelleen määrittelemään transdisiplinaarista, eri tieteenaloja ja asiantuntijuutta yhdistävää ymmärrystä. (Escobar 2017, 158)

4.1.4 Systeeminen muotoilu

Systeeminen muotoilu (systemic design) pyrkii yhdistämään muotoiluajattelua ja systeemistä ajattelua ja luomaan viitekehysten, jonka avulla pystytään paremmin yhteiskehittämään konsepteja ja ehdotuksia systeemisessä muutoksessa. Ytimenä on monitoimi-

jaisessa yhteistyössä parantaa kehittämisen tehokkuutta muotoilua ja päätöksentekoa silmällä pitäen. (Jones & Kijima 2018, 34, 48.)

Systeemisen muotoilun viitekehyksessä yhteiskehittäminen jaetaan neljään eri osa-alueeseen, lab, studio, arena & agora, sen mukaan, ketä työskentelyyn osallistuu ja mitä työskentelyn avulla on tarkoitus saavuttaa. Labissa työskennellään teorioiden rakentamisen, syvällisen analyysin ja sisäisen tutkimuksen äärellä ja siinä on osa-alueista vähiten osallistujia. Lab -työskentelyssä ymmärretään ja kehystetään ongelmia, määritetään tarvittavia sidosryhmiä ja hyviä ulkoisia kohteita, joista voidaan ottaa oppia. Lab -toiminta kumpuaa soveltavista tieteistä, kuten muotoilu, filosofia, yhteiskuntatieteet, systeemit ja kybernetiikka, kauppatieteet ja tekniikka. Lab on yksityinen, kokeellinen, sisäinen (ydin)muotoilutiimien metodien ja konseptien kehittämisen tila. (Jones & Kijima 2018, 21–27.)

Studiotyöskentelyssä yhteiskehitetään konsepteja ja prototyypejä yhdessä kaikkien tiimiin kuuluvien kanssa. Kokeelliseen Lab -työskentelyyn verrattuna Studiotyöskentely mahdollistaa tuotteliaan yhteiskehittämisen määriteltyyn prosessiin. Muotoilussa on alati tarve osallistaa ryhmiä työpajojen ja menetelmien suunnitteluun ja valintaan, konseptien kehittämiseen ja prototyyppien suunnitteluun. Yhteiskehittämiseen on tarve sitouttaa erilaisia asiantuntijoita ja työskentely studiomaaisesti tarkoittaakin usein työpajojen järjestämistä ja tapahtumien valmistelua. (Jones & Kijima 2018, 21–27.)

Areenassa työskentelyssä eri sidosryhmät osallistuvat yhteiseen päätöksentekoon. Yhteisessä dialogissa tärkeintä ei ole se, minkä alan asiantuntijana työskentelee tai mihin uskoo, vaan osallistuminen perustuu kykyyn toimia ja motivoida muita kohti lopputulosta. Studiotyöskentelyyn verrattuna areena-työskentely on suunnitelmallisesti fasilitoitua ja työskentelyyn kutsutaan sitoutuneita osallistujia. Organisaatiokeskeisen työskentelyn sijaan areenatyöskentelyssä päätöksenteko vastaa kaikkien sen osallistujien intresseihin. Keskeistä areena-työskentely on fasilitoida tuottava ja yhteistä päätök-

sentekoa kunnioittava ympäristö asianmukaisesti valittujen sidosryhmien kesken. (Jones & Kijima 2018, 23–29.)

Neljättä yhteiskehittämisen osa-aluetta systeemisessä muotoilussa kutsutaan agora-työskentelyksi. Siinä keskitytään avoimeen innovointiin, jossa osallistujina ovat kansalaiset. Tarkoituksena on mahdollistaa ja sitouttaa kansalaisia avoimeen kehittämiseen sellaisten asioiden äärelle, jossa suunnitellaan yhteisöjen ja yhteiskuntien yhteisiä tulevaisuuksia – politiikkaa ja yhteistä hyvää. (Jones & Kijima 2018, 28.)

4.1.5 Muotoilija arvon tuottajana tulevaisuudessa

Muotoilijat ovat tulevaisuudessa yhä enenevässä määrin sosiaalisten innovaatioiden muotoilijoita. Escobar (2017, 159) kiteyttää Manzinin (2015) kuvauksen muutoksesta maailmassa neljään ehdotukseen, joista ensimmäisessä muotoilijat tukevat yksittäisten ihmisen ja yhteisöjen olemassaolon uudelleen muotoilua. Toisessa ehdotuksessa muotoilijat saattavat edistää sellaisten jakelujärjestelmien ja kulttuurin syntymistä, joka joustavasti yhdistää maailmanlaajuisen ja paikallisen infrastruktuurin, joissa tuotanto ja kulutus tulevat lähemmäksi toisiaan ja joita kutsutaan maailmankansalais-paikalliseksi (cosmopolitan localism). Kolmannessa ehdotuksessa muotoilijat mahdollistavat sellaisen yhteistyön syntymisen tai puitteet, jonka avulla ihmiset toimivat muuttaakseen elämäänsä ja neljännessä ehdotuksessa kaikki edelliset ehdotukset yhdistyvät tavoitteeseen muuttaa sekä ammattimuotoilijoiden, että muiden muotoilevien kulttuuria sellaiseksi, jossa yhteistyö tai yhteiskehittäminen ovat kaiken muotoilun ytimessä.

4.1.6 Muotoilijan metamorfoosi

Olisiko mahdollista, että muotoilijat ovat kaikkein halutuimpia asiantuntijoita tulevaisuudessa? Vai ovatko sitä kuitenkin ne ihmiset, riippumatta alasta, jotka kykenevät kasvamaan henkisesti, kysyy

Findeli (2018, 105–106) pohtiessaan muotoilijan muodonmuutosta osana systeemistä muutosta maailmassa. Hän kuvaa maapallon kriisiä jakaen sen kolmeen näkökulmaan: kriisi, jossa ihminen on irtaantunut luonnosta, kriisi, jossa ihminen on irtaantunut yhteiskunnasta ja kriisi, jossa ihminen on irtaantunut itsestään. Tässä kriisissä ajattelumme ja tapamme toimia on vanhanaikainen.

Findeli (2018, 107) ehdottaa Otto Scharmerin (2008) U-Teoriaa radikaaliksi, uudeksi tavaksi lähestyä muotoilua ja muotoilun opettamista. Tieteellinen U-Teoria auttaa ymmärtämään politiikan, talouden, ympäristön ja henkisen tilan näkökulmia uudella tavalla ja muuttamaan vallitsevia olosuhteita toivotunlaisiksi. Teorian mukaan jokainen prosessi koostuu lopputuloksesta tai tuotoksesta, käytetyistä menetelmistä ja prosessiin kuuluvista ihmisistä, jotka kehittävät yhdessä. Teorian mukaan prosessin onnistumisen kannalta tärkein osa-alue, on alue, jota Scharmer kutsuu sokeaksi pisteeksi. Se tarkoittaa prosessiin osallistuvien ihmisten sisäistä tilaa tai rikasta mielenmaisemaa, esteettistä kykyä arvostaa luonnon maisemaa ja kauneutta. Jos sisäinen mielenmaisema on köyhä, itsensä ulkopuolista maailmaa ei kykene näkemään kauniina. Findelin mukaan sokean pisteen löytäminen, ulkoisen ja sisäisen maailman suhteen tarkastelu ja sen myötä tietoteorian, menetelmien ja moraalisten päätösten suhde kauneuteen ovat tulevaisuuden muotoilukoulutuksessa ja muotoilussa oleellisia.

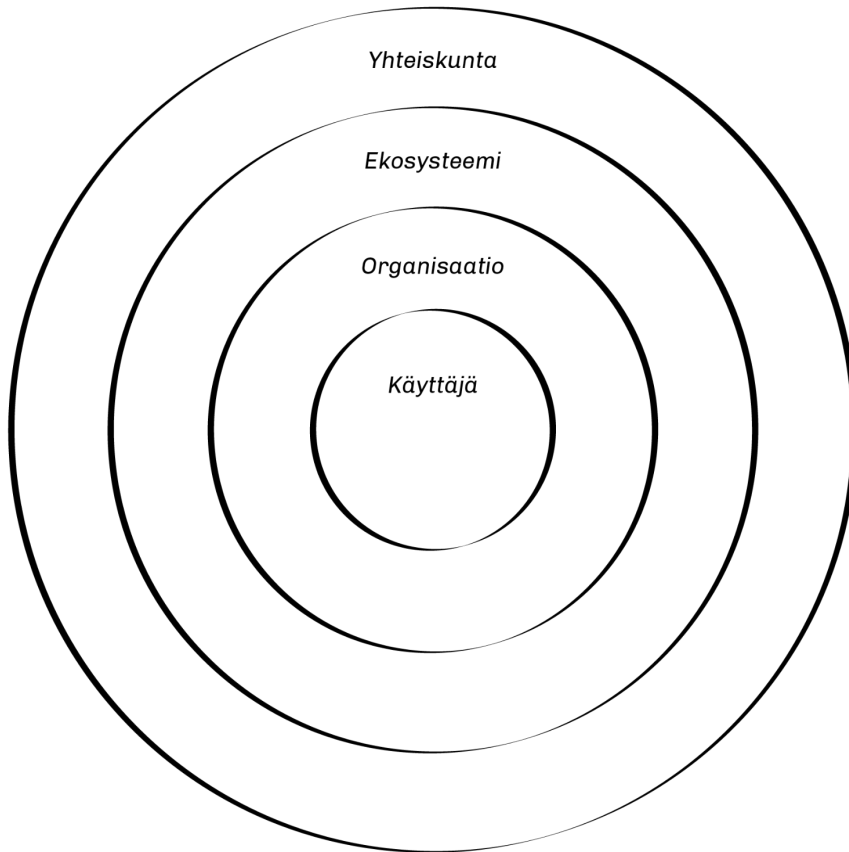
4.3 ARVON VIITEKEHYS

Arvon viitekehys (Value Framework) on teollisen muotoilun professori Elke den Oudenin (2012, x–vi) kehittämä kokonaisuus. Sen avulla arvoa hahmotetaan eri näkökulmista merkityksellisten, ihmisten ja yhteiskuntien elämää parantavien, organisaatioille arvoa tuottavien ja ekosysteemejä kehittymään auttavien innovaatioiden suunnittelussa. Arvon viitekehys on rakentunut vuosien saatossa

muotoilun alalla tehdyn työn ja tutkimuksen parissa käytyjen keskustelujen, projektien sekä laajan kirjallisuuden pohjalta.

Osakkeenomistajille luodun arvon ja tuoton maksimointiin keskittyneen teollisen aikakauden näkökulman on korvannut muutoksen paradigma (Ouden 2012, v). Osittaisten ratkaisujen avulla ei voida vähentää esimerkiksi maailman energiankulutusta ja samaan aikaan parantaa ihmisten elämää. On suunniteltava kokonaisvaltaisia ratkaisuja sellaisiin haasteisiin, jotka eivät ole ratkaistavissa, kuten "tavalliset" myytävät tuotteet ja palvelut. On suunniteltava sellaisia ratkaisuja, jotka muuttavat ihmisten käyttäytymistä. (Ouden 2012, 5.)

Arvon viitekehys (kuvio 5) sisältää neljä arvon tasoa, joista ensimmäisen avulla hahmotetaan arvon tuottamista innovaatioiden tärkeimmälle "kohteelle", käyttäjälle. Viitekehyksessä käyttäjä on systeemin, palvelun tai tuotteen käyttäjä, jolle suunnitellaan houkuttelevia arvolupauksia ja arvolupaukset täyttäviä ja ylittäviä, miellyttäviä kokemuksia. (Ouden 2012, 13–14.)



Kuvio 5. Arvon neljä tasoa arvon viitekehyksessä (Ouden 2012 mukaillen)

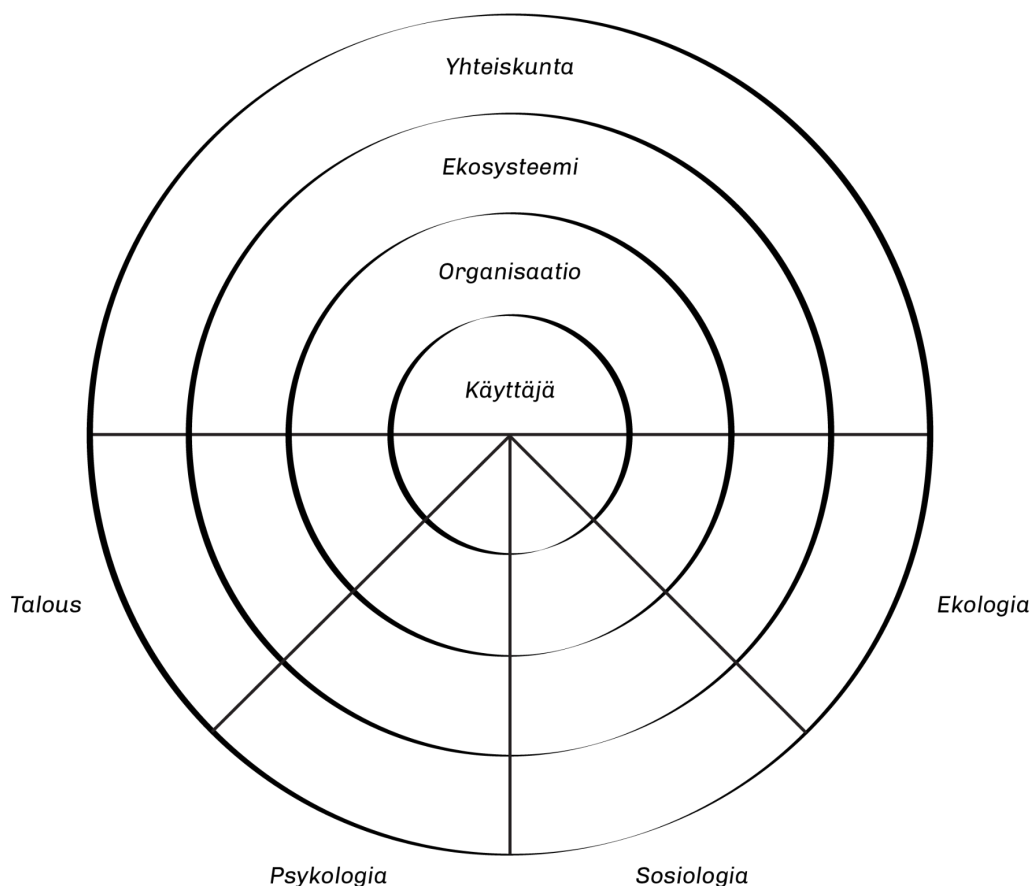
Toisen tason arvo tarkoittaa arvoa organisaatioille. Se on kestävän arvon luomista voittoa tavoittelevien ja voittoa tavoittelemattomien organisaatioiden näkökulmasta. Nämä organisaatiot tuottavat arvolupaukset, palvelut ja tuotteet käyttäjille ja samalla työpaikkoja työntekijöille. Innovaatioiden näkökulmasta organisaatioiden on hahmotettava, kuinka tarjota missionsa ja visionsa mukaisia, organisaation luovaa kulttuuria, identiteettiä ja kilpailukykyä vahvistavia ratkaisuja, jotka vetoavat käyttäjiensä tunteisiin, ja yhä useammin suunnitellaan alhaalta ylöspäin asiakasrajapinnassa. (Ouden 2012, 15–16.)

Kolmannella tasolla arvon viitekehyksessä hahmotetaan arvoa ekosysteemille. Suurin osa menestyvistä innovaatioista vaatii useamman organisaation ja käyttäjäryhmän näkökulman, sillä ne ovat yksittäisten tuotteiden sijaan palvelujen ja tuotteiden yhdistelmiä osana laajempia, toimialoja poikkileikkaavia systeemejä. Ekosysteemissä tieto, osaaminen ja vuorovaikutus korvaavat arvoketjuajattelun ja arverkostossa voidaan tuottaa arvoa, jollaista yksittäinen organisaatio ei pystyisi tuottamaan. Tällaisessa taloudellisessa ekosysteemissä käyttäjät ovat nauttimassa arvoa ja myös tuottamassa sitä. Epävarmuus on käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta alati läsnä ja tämän vuoksi ekosysteemin toiminnan prosessi on iteratiivinen ja ekosysteemi kehittyy arvolupausta luodessa dynaamisesti. (Ouden 2012, 17–18.)

Neljäs, ylin taso arvon viitekehyksessä on yhteiskunnallinen taso, jossa innovaatiot tulisi nähdä kokonaisuuksina, jotka luovat arvoa myös yhteiskunnallisella tasolla. Tai ne ovat ainakin mahdollisimman vähän haitallisia yhteiskunnallisesta näkökulmasta, sillä lopulta monet huonot yritysten tekemät ratkaisut jäävät kansalaisten maksettaviksi. Yhtenäinen, yhteiskunnallinen näkökulma ihmisten käyttäytymistä muuttaviin innovaatioihin mahdollistaa pohjan rakentaa parempaa elämää. (Ouden 2012, 19.)

4.4 ARVON NÄKÖKULMAT ARVON VIITEKEHYKSESSÄ

Arvon viitekehysten neljä eri tasoa sisältävät arvoon neljä eri näkökulmaa (kuviot 6): taloudellisen, psykologisen (yksilö), sosiologisen (yhteisö) ja ekologisen (ympäristö) näkökulman. Näitä neljää näkökulmaa tarkastellaan arvon tuottamisen kannalta neljän eri tason mukaan, eli mitä eri arvon näkökulmat tarkoittavat käyttäjälle, organisaatiolle, ekosysteemille ja yhteiskunnalle. (Ouden 2012, 23.)



Kuvio 6. Arvon neljä tasoa ja näkökulmaa arvon viitekehyksessä (Ouden 2012 mukaillen)

Taloudellisen näkökulman kautta innovaatioita tarkasteltaessa käyttäjän arvon kokonaisuudeksi nähdään vastine rahalle (value for money), organisaatiolle tuotto (profit), ekosysteemille vakaus (stability) ja yhteiskunnalle vauraus (wealth) (Ouden 2012, 29).

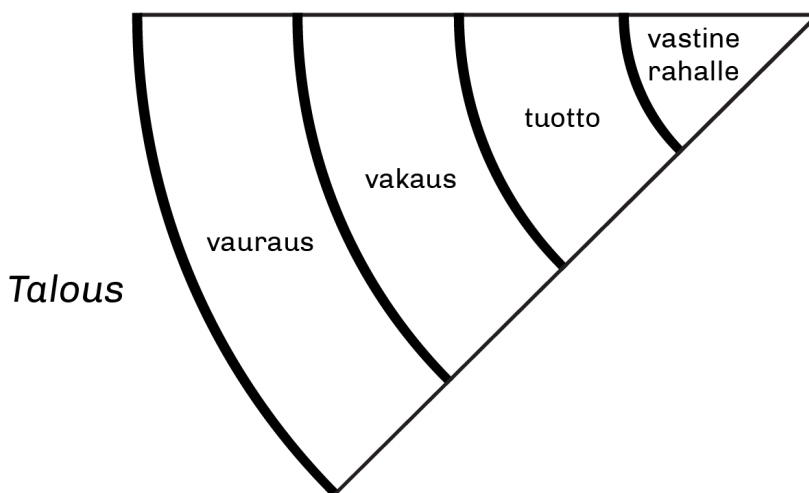
Psykologisessa näkökulmassa arvo käyttäjälle kiteytyy onnellisuutena (happiness), organisaatiolle ydinarvoina (core values), ekosysteemille jaettuina ohjureina (shared drivers) ja yhteiskunnalle hyvinvointina (wellbeing) (Ouden 2012, 35).

Sosiologisesta näkökulmasta arvo käyttäjälle tarkoittaa kuuluvuuden tunnetta tai joukkoon kuulumista (belonging), organisaatiolle sosiaalista vastuuta (social responsibility), ekosysteemille vastavuoroisuutta (reciprocity) ja yhteiskunnalle merkityksellistä elämää (meaningful life) (Ouden 2012, 43).

Ekologisessa näkökulmassa arvo käyttäjälle on hiilijalanjäljessä (eco-footprint), organisaatiolle ekotehokkuudessa (eco-effectiveness), ekosysteemille kestävyudessa (sustainability) ja yhteiskunnalle elinkelpoisessa elinympäristössä (livability of the environment) (Ouden 2012, 52).

4.4.1 Taloudellinen näkökulma

Taloudellisesta näkökulmasta (kuvio 7) arvoa syntyy käyttäjälle rahan vastineen, organisaatiolle tuoton, ekosysteemille vakauden ja yhteiskunnalle vaurauden muodossa.



Kuvio 7. Taloudellinen näkökulma arvon viitekehyksen neljällä tasolla (Ouden 2012 mukaillen)

Käyttäjän arvoa viitekehyksessä kuvataan vastine rahalle (value for money) -konseptin kautta: käyttäjä odottaa saavansa maksimaalista vastinetta ja käyttöarvoa rahoilleen.

Käyttöarvo määritellään sen mukaan, kuinka hyödyllinen asia on käyttäjälleen tai jossakin tilanteessa. Aika harva meistä haluaa koota itse esimerkiksi autonsa ja maksamme mielellämme siitä, että saamme auton valmiina ajettavaksi. Asioiden käyttöarvo on ollut aina muotoilun ytimessä. Moni meistä on joskus käyttänyt teepannua, joka valuttaa pöydälle kaadettaessa. Fyysiset ominaisuudet, kuten muoto ja koko, vaikuttavat käytettävyyteen joko hyvin tai huonosti. Huonosti muotoiltu asia voi siis laskea tuotteen arvoa, kun taas hyvin muotoiltu asia voi nostaa arvoa merkittävästikin synnyttäessään miellyttäviä kokemuksia. Jotta ymmärretään täyttävätkö tuotteet tai palvelut käyttäjiensä tarpeita, käyttäjiä on ymmärrettävä kokonaisvaltaisesti heidän luontaisissa ympäristöissään. Käyttäjän kokemus ja aineeton arvo ovat tämän näkökulman ytimessä, sillä arvo rahalle ei perustu laskemiseen tai puhtaasti järjellä tehtyihin valintoihin, vaan intuitiivisiin ratkaisuihin tietyissä tilanteissa. (Ouden 2012, 24–30.)

Vastine tai rahan vaihdanta-arvo määritellään sellaiseksi, missä tuotteen tai palvelun arvoa voidaan verrata toisen tuotteen tai palvelun arvoon. Arvoa mitataan sen mukaan, mikä on korkein rahallinen summa, jonka kuluttajat ovat valmiita maksamaan tuotteesta tai palvelusta. Laajemmin nähtynä voidaan puhua kokonaisuudesta, jossa arvo käsittää tyydyttävän hinnan, esteettisen houkuttelevuuden ja palvelun tai tuotteen harvinaisuuden. Ihmisten käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta vaihdannan arvo on merkityksellinen sillä se määrittää pitkällä tähtäimellä ratkaisun elinvoimaisuutta. Siksi on oleellista ymmärtää, mitkä sidosryhmät ovat valmiita maksamaan mistäkin ratkaisun osasta. (Ouden 2012, 25.)

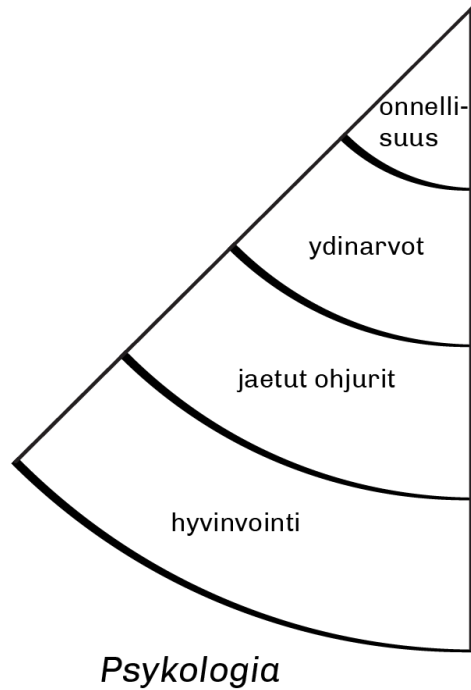
Organisaatiotasolla taloudellista arvoa tarkastellaan tuoton näkökulmasta, mikä tarkoittaa tuotteen tai palvelun valmistamiseen, jake- luun, markkinointiin ja myyntiin käytettyjen kulujen ja asiakkaan siitä maksaman hinnan välistä suhdetta. Organisaatioiden näkökulmasta vaihdantaan ja "lisäarvoon" tai arvolupaukseen liittyvät arvon käsitteet ovat merkittäviä, samoin kuin työvoiman organisointiin liittyvät arvot. (Ouden 2012, 26.)

Ekosysteemin tasolla taloudellinen arvo kiteytyy vakauteen. Ekosysteemien on muututtava dynaamisesti suhteessa ulkoiseen ja sisäiseen ympäristöönsä, mutta toimiakseen hyvin, tuotettava kestävää rahallista arvoa sen sidosryhmille. Pitkällä tähtäimellä ekosysteemin sinnikkyys tai resilienssi on yksi sen oleellisista menestystekijöistä. (Ouden 2012, 30.)

Yhteiskunnan tasolla arvon taloudellinen näkökulma on kiteytettynä vauraudessa, jota mitataan bruttokansantuotteella. Vauraassa yhteiskunnassa taloudellinen arvo mahdollistaa psykologista, sosiologista ja ekologista arvoa ja ihmiset voivat tehdä sitä, missä ovat parhaita ja käydä vaihtokauppaa toisten ihmisten kanssa siitä mitä he tekevät parhaalla mahdollisella tavalla. (Ouden 2012, 30.)

4.4.2 Psykologinen näkökulma

Psykologisesta näkökulmasta (kuviot 8) arvoa syntyy käyttäjälle onnellisuuden, organisaatiolle ydinarvojen, ekosysteemille jaettujen ohjureiden ja yhteiskunnalle hyvinvoinnin muodossa.



Kuvio 8. Psykologinen näkökulma arvon viitekehyksen neljällä tasolla (Ouden 2012 mukaillen)

Psykologisesta näkökulmasta ihmisten käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden luomisessa arvoa tulee syntyä käyttäjän näkökulmasta hänen onnellisuutensa kautta. Ihmisen käyttäytymiseen katsotaan vaikuttavan inhimilliset ja toimintaa motivoivat arvot. Inhimillisiä perusarvoja on vähän ja niiden katsotaan olevan yhteismitallisia koko maailmassa. Inhimilliset arvot määrittyvät psykologisista tarpeista, yhteisön vaatimuksista ja opitaan henkilökohtaisten kokemusten, yhteisön ja kulttuurin kautta. Ne ohjaavat ihmisen suhdetta yhteiskunnan moraalisenä ja toimivaltaisena jäsenenä.

Toimintaa motivoivia arvoja (motivational values) ovat sellaiset arvot, joiden avulla selitetään, järjeistetään ja koordinoidaan käyttäytymistä. Ne liittyvät ihmisen olemassaolon perustaan, kuten sosiaali-

seen kanssakäymiseen ja biologisiin tarpeisiin. Käyttämistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta tällaiset arvot tulee ymmärtää, sillä ihmiset eivät muuta käyttäytymistään, jos se ei ole linjassa heidän arvoihinsa. Arvon viitekehyksessä tällaisilla motivoivilla arvoilla tarkoitetaan esimerkiksi useita arvoja, jotka kuvaavat avoimuutta muutokseen, itsensä ylittämiseen, säilyttämiseen tai turvallisuuden hakuisuuteen ja minää tukeviin arvoihin. (Ouden 2012, 32–33.)

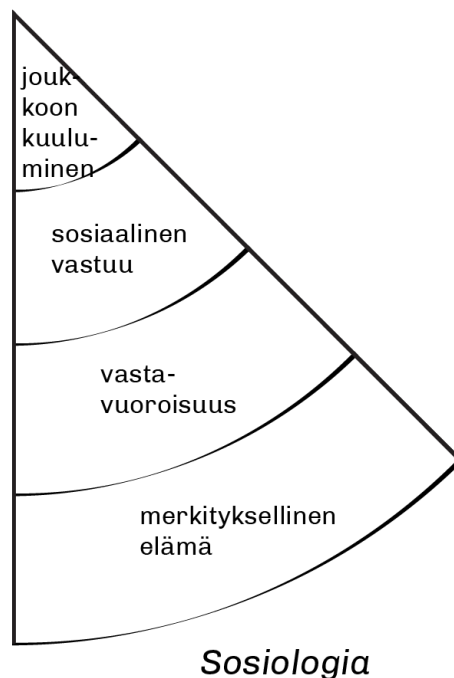
Organisaatioiden näkökulmasta arvon viitekehyksessä psykologiset arvot tarkoittavat ydinarvojen ymmärtämistä – organisaatioiden missiota, joka kiteytetään sisäisesti ja ulkoisesti. Ydinarvot ohjaavat työntekijöiden ajattelua ja toimintaa ja ne heijastavat organisaation olemassaolon perustaa. Ne motivoivat organisaation koko henkilöstöä yhteiseen arvonluontiin. (Ouden 2012, 36.)

Ekosysteemille psykologinen arvo kiteytyy yhteisissä, jaetuissa, toimintaa ohjaavissa asioissa, joiden avulla mahdollistetaan jonkin suuremman tavoitteen eteen toimiminen. Ekosysteemissä on otettava huomioon eri organisaatioiden ydinarvot ja sovittava laajemmasta missiosta, joka ohjaa ekosysteemin osana olevien organisaatioiden yhteistä päätöksentekoa ja toimintaa. On myös muistettava, että ekosysteemit kehittyvät dynaamisesti suhteessa ulkoisen ja sisäisen toimintaympäristön muutokseen ja uusia jäseniä tulee ja menee kehityksen mukana. Jaetut ohjurit eivät ole pysyviä vaan muuttuvat dynaamisesti tarvittaessa. Innovaatioiden näkökulmasta tätä dynamiikkaa tulee ymmärtää. (Ouden 2012, 36–37.)

Yhteiskunnan psykologisen arvon konsepti kiteytyy sanaan hyvinvointi. Yhteiskunta mahdollistaa yksilön henkilökohtaisen hyvinvoinnin arvioinnin suhteessa yhteiskunnan hyvinvointiin yhteisesti kulttuurissa hyväksytyjen näkemysten avulla. Yhteiskunnan hyvinvointi heijasteleekin yksilön onnellisuutta. (Ouden 2012, 37.)

4.4.3 Sosiologinen näkökulma

Sosiologisesta näkökulmasta (kuvio 9) arvoa syntyy käyttäjälle joukkoon kuulumisen, organisaatiolle sosiaalisen vastuun, ekosysteemille vastavuoroisuuden ja yhteiskunnalle merkityksellisen elämän muodossa.



Kuvio 9. Sosiologinen näkökulma Arvon viitekehyksen neljällä tasolla (Ouden 2012 mukaillen)

Sosiologisesta ja antropologisesta näkökulmasta arvon muodostuminen nähdään ihmisryhmien ja ihmisten välisten suhteiden kautta. Ihmisellä on monia rooleja suhteessa muihin ihmisiin, ja niissä rooleissa hän arvostaa roolista riippuen erilaisia asioita suhteessa yhteisöihin joiden osana hän toimii. (Ouden 2012, 37.)

Käyttäjälle arvon viitekehyksen sosiologinen arvo tarkoittaa joukkoon kuulumista tai tunnetta johonkin kuulumisesta. Johonkin pieneen, suurempaan tai jopa yhteiskunnan kokoiseen ryhmään kuuluessaan

ihminen saattaa hyödyntää palveluita ja tuotteita ilmaistakseen olevansa osa ryhmää. Asioilla tällaisissa ryhmissä voi olla myös symbolista arvoa riippuen joukon yhteisestä historiasta tai yhteisistä tapahtumista. (Ouden 2012, 43–44.)

Organisaation tasolla arvon käsite tarkoittaa sosiaalista vastuuta, joka käsitetään eri tavoin eri yhteiskunnissa. Yhdysvalloissa vastuu voi esimerkiksi tarkoittaa kasvua liiketoiminnalle eettisiä normeja kunnioittaen, Saksassa ja Alankomaissa vastuuta työntekijöistä ja Intiassa liiketoiminnan jatkuvuutta ja perheen tarpeita. Sosiaalinen vastuu liittyy kuitenkin yhä enenevässä määrin kestäväyyteen. Innovaatioiden näkökulmasta on ymmärrettävä eri kulttuurien odotukset organisaatioille. (Ouden 2012, 44–45.)

Ekosysteemin sosiologinen arvo liittyy vastavuoroisuuteen. Arvoa syntyy, kun ekosysteemin toimijat luovat kaikki hyötyä systeemille ja taas hyötyvät siitä. Kaikki suhteet ekosysteemissä eivät kuitenkaan luo suoraan arvoa systeemille vaan esimerkiksi niin kutsuttujen kolmansien osapuolien tuottama hyöty saattaa konkretisoitua vasta pitkällä aikavälillä. Vastavuoroisuudessa on kyse siitä, että jokainen ekosysteemin jäsenorganisaatio luo arvoa perustuen omaan pystyvyyteensä, vahvuuksiin, ansaintalogiikkaansa ja tarjoomaansa liittyen. Ekosysteemissä erilaiset organisaatioiden tuottamat arvot muodostavat yhdessä kokonaisuuden. (Ouden 2012, 46.)

Merkityksellinen elämä on yhteiskunnan näkökulma sosiologisessa arvon konseptissa. Yhteiskunnan tavoitteena on, että mahdollisimman moni sen jäsen kokee parasta mahdollista onnellisuutta. Yhteiskunnan jäsen, joka kokee kuuluvansa yhteiskuntaan, antaa myös merkittävän panoksensa yhteiskunnan rakentamiseen. Mitä useampi panostaa omista vahvuuksistaan yhteiskuntaan, sitä paremmin yhteiskunta voi. Yhteiskunta siis mahdollistaa yksilön osallistumisen suurempaan kokonaisuuteen. (Ouden 2012, 46.)

4.4.4 Ekologinen näkökulma

Ekologisesta näkökulmasta (kuvio 10) arvoa syntyy käyttäjälle hiilijalanjäljen, organisaatiolle ekotehokkuuden, ekosysteemille kestävyyden ja yhteiskunnalle elinkelpoisen ympäristön muodossa.



Kuvio 10. Ekologinen näkökulma Arvon viitekehyksen neljällä tasolla (Ouden 2012 mukailten)

Ekologinen näkökulma arvon viitekehyksessä sisältää sellaisia arvoja kuin elämälähtöisyys, luonnon monimuotoisuus, luontoarvot, inhimillisen kehityksen indeksi (Human development), henkisyys tai bruttokansanonnellisuus (Gross National Happiness, GNH). Elämälähtöisten arvojen ytimessä on muistaa, että ihminen ei ole maapallolla hallittakseen sitä vaan ollakseen osa sen laajaa systeemiä. (Ouden 2012, 47–51.)

Käyttäjän tasolla ekologinen näkökulma kiteytyy yksilön hiilijalanjäljessä. Jokainen yksilö tarvitsee tietyn määrän tuottavaa maata ja vettä, saadakseen resursseja, joita hän kuluttaa. Ihmisten ei ole helppo muuttaa käyttäytymistään ympäristöystävällisemmäksi ja

ihmisten käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta tarvitaankin kokonaisvaltaisempia ratkaisuja kuin yksilöiden tekemät ratkaisut. Yksilötasolla tietoisuuden kasvattaminen on ensimmäinen askel käyttäytymisen muuttamiseksi. (Ouden 2012, 52–53.)

Organisaation tasolla ekologinen tehokkuus liittyy yksilön hiilijalanjälkeen. Kehitys on auttanut organisaatioita ymmärtämään hiilijalanjälkeä kokonaisvaltaisesti aina kehittämisestä tuottamiseen, käyttöön ja hävittämiseen. Näiden vihreiden ”polkujen” määrittäminen ja huolellinen rakentaminen antaa mahdollisuuksia kestävään erottautumiseen ja lopulta pois kilpailusta hyppäämiseen. Ekotehokkuus tarkoittaa sellaisten tahattomien ongelmien löytämistä ja vähentämistä, jotka syntyvät prosesseista, tuotannosta tai kuluttamisesta. (Ouden 2012, 53.)

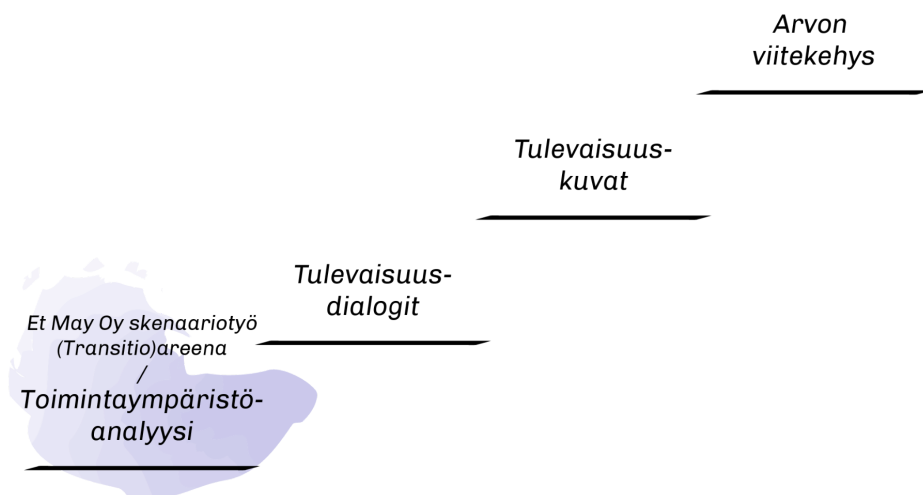
Kestävyys on ekosysteemin arvo ekologisuuteen. Se tarkoittaa, että ajattelet kestävästi ja toimit ajatustesi mukaan suhteessa perheeseen, ystäviin, asiakkaisiin, työnantajiin, sijoittajiin, yhteisöön, muihin kansalaisiin, ympäristöön ja luontoon. Että pidät kiinni kestävästä ajattelutavasta suhteessa sinua ympäröivään maailmaan. Tämä johtaa sellaisten arvojen äärelle, kuin läpinäkyvyys, yhtenäisyys, rehellisyys, aitous ja jaettu vastuu. Tällaisten arvojen mahdollistuksessa, ne sitovat meitä muihin ihmisiin, yhteisöihin, instituutioihin ja ympäristöömme. Kestävyys ei tarkoita hyväntekeväisyyttä vaan se on elintärkeää tulevaisuudessa menestymiselle. Kestävät arvot parantavat, palauttavat ja suojelevat yrityksiä. Kestävyys onkin ekosysteemin tärkein päämäärä ja siihen liittyvä yhteisymmärryksen synnyttäminen resurssien, prosessien ja kvartaalien yli katsovan aikakäsitksen suhteen, oleellinen tehtävä ekosysteemissä. (Ouden 2012, 54.)

Elinkelpoinen ympäristö on ekologisen arvon näkökulma yhteiskunnan tasolla. Fyysisen ympäristön estetiikka ja ympäröivän luonnon ja elinympäristön terveysvaikutukset ovat elinkelpoisen ympäristön keskiössä. Innovaatioiden näkökulmasta luonnon

elinkelpoisuuden suojeleminen on oleellinen osa syntyvää innovaatiota. (Ouden 2012, 54.)

4.5 TOIMINTAYMPÄRISTÖANALYYSI

Toimintaympäristön analyysi toteutettiin sekä Et May Oy:n skenaariotyöskentelyssä, että Helsingin kaupunginmuseossa järjestetetyssä transiioareenassa (kuvio 11). Toimintaympäristö-analyysi tuotti tähän työhön tulevaisuuskuvia, joihin peilattiin muotoilun tuottamaa arvoa arvon viitekehys -työpajassa.



Kuvio 11. Toimintaympäristöanalyysi on tämän kehittämistyön ennakointiprosessin ensimmäinen vaihe

4.5.1 Et May Oy:n skenaariotyö

Skenaariotyöskentely toteutettiin Et May Oy:n perustajaosakkaiden kesken. Hyödynsimme tulevaisuuskuvien rakentamisessa Peste -analyysiä, tulevaisuuskarttaa sekä Sitran megatrendejä, ja vierailimme Kiasman Yhteiseloä -näyttelyssä. Tulevaisuuksien tutkimuksen menetelmän, Peste-analyysin avulla selvitetään ilmiön tulevaisuutta ja tilaa poliittisista, ekonomisista, sosiaalisista,

teknisistä/teknologisista ja ekologisista näkökulmista. (Heinonen ym. 2013, 331.) Työskentelyn tuloksena syntyi tähän työhön hyödynnettäväksi kolme tulevaisuuskuvaa muotoilijan roolista tulevaisuudessa. Olen liittänyt tulevaisuuskuvat osaksi luvun viisi tuloksia.

4.5.2 Transitioareena

Transitioareena järjestettiin Helsingin kaupunginmuseon tiloissa elokuussa 2020. Paikka valittiin sen mukaan, että kaikkien osallistujien näkökulmasta se olisi ensinnäkin hyvin saavutettavissa ja toiseksi neutraalissa ympäristössä, jossa tarkoituksena ei ole pääasiallisesti kehittää yhden organisaation toimintaa, vaan antaa ajatuksia ja rakentaa syvempää ymmärrystä kaikille siitä, millaisissa toimintaympäristöissä yritykset tulevaisuudessa toimivat.

Yhteiskehittämistilaisuuteen kutsuttiin monialainen asiantuntijatiimi, joka edusti osaamista sekä muotoilun, taiteen, tekniikan, että tieteen aloilta. Osa mukaan kutsutuista olivat myös Et May Oy:n yhteistyökumppaneita ja asiakkaita. Mukana kehittämisessä olivat kaupunkiaktiivisuuden erikoistutkija Maija Faehnle Suomen ympäristökeskuksesta, arkkitehti Anni Hapuoja Et May Oy:stä, rahoitusalan asiantuntija Heikki Juntti, markkinoinnin ja myynnin asiantuntija Hanna Kangas, yritysten roolista suhteessa kestävyteen juuri väitellyt tutkija Sonja Lahtinen Tampereen yliopistosta, Helsingin yliopistossa jakamistaloutta, kaupunkiaktiivisia ja neljättä sektoria tutkiva Pasi Mäenpää, markkinoinnin vaikuttavuuden tohtori Antti Vassinen, sekä soveltavan ja osallistavan taiteen asiantuntija, tanssitaiteilija Noora Västinen.

Ennen tilaisuuden järjestämistä kävimme keskusteluja yhteiskehittämisen sisällöistä Sonja Lahtisen kanssa ja hän ehdotti luettavaksi artikkelia transitioiden ajattelusta ja liiketoimintamallien innovaatioista kohti muutosta mahdollistavia liiketoimintamalleja ja uusia rooleja. Artikkelin (Gorissen ym. 2016) mukaan viheliäisten ongelmien

en kohtaaminen vaatii uudenlaista yhteistyötä, jossa ei tehdä asioita paremmin vaan tehdään parempia asioita. Transitioareena mahdollistaa uudenlaisen yhteistyön ja arvioinnin, joka keskittyy yksittäisen organisaation tai yrityksen näkökulman sijaan yhteiskunnallisesti laajempaan näkökulmaan.

Lahtisen (2021) mukaan on myös hyvä ottaa työsken­tel­lyssä huomioon sen moniäänisyys. Hän kysyi olimmeko pohtineet yhteis­kehittämisessä monikulttuurisuuden näkökulmaa ja keskustelimme yhdessä kuinka sellainen työskentely tässä kohtaa olisi mahdollista. Transitioareenassa monikulttuurisuus ei toteutunut, mutta painoimme asian mieleen ja oli hienoa, että saimme myöhemmin vielä osaksi tätä työtä myös monikulttuurisempaa näkökulmaa toisen tulevaisuusdialogin muodossa.

Transitioareenassa työskenneltiin ydinkysymyksen, *tulevaisuuden yritys – ajatushautomo, poliittinen puolue vai perinteistä liiketoimintaa*, äärellä. Työskentelyn aluksi taiteilija Noora Västinen rakensi turvallista, yhteistä tilaa läsnäoloharjoituksella. Hiljennyimme tarkastelemaan ympäristöä, omaa sisäistä tilaa ja suhdetta toisiin. Tämän jälkeen aloitettiin esittäytymisellä, jossa jokainen kuvasi itsensä joko utopian tai dystopian kautta. Siitä syntyi kiinnostava keskustelu maailmasta, jossa ei voi olla utopiaa ilman dystopiaa, sillä toiselle toivottu tulevaisuus voi olla toiselle hyvinkin ei-toivottu tai mahdoton.

Prosessissa vastattiin ensin yksilötyöskentelynä Peste -analyysin kysymyksiin toimintaympäristön poliittisista, ekonomisista, sosiaalisista, teknologisista ja ekologisista ilmiöistä ja trendeistä. Jokaiseen kysymykseen vastausaikaa oli muutaman minuutin verran ja vastaukset kirjattiin yksitellen post-it -lapuille. Tämän jälkeen jokainen luki ääneen omat vastauksensa ja kiinnitti ne yhteiseen valkotauluun tarkasteltaviksi ja edelleen äänestettäviksi.

Äänestyksen jälkeen rakennettiin yhdessä tulevaisuuskartta (kuva 1). Kartalle nostettiin Peste -analyysin tuottamaa sisältöä ja täydennettiin sitä vielä oleellisimmiksi katsotuilla huomioilla, yhteisesti keskustellen. Tulevaisuuskarttaa voidaan pitää mallina tai symbolisena kuvauksena koettavissa olevasta tulevaisuudesta. Niissä ei ole yleisesti sovittuja tapoja esittää asioita. Ne ovat usein subjektiivisia kuvauksia ja lähes uniikkeja teoksia, jotka avautuvat vain mukana olleille. (Malaska & Virtanen 2013, 125.)

Kartan keskiöön nostettiin ilmastonmuutos, jonka yritysten(kin) näkökulmasta nähdään aiheuttavan monisuuntaista painetta. Todettiin, että ne yritykset, jotka toimivat kestävyysliikkeen liittyen nyt, ovat edelläkävijöitä. Yrityksillä nähdään olevan voima, valta ja vastuu maailmassa, jossa tieteeseen ja perinteisiin instituutioihin luottaminen horjuu, polarisaatio vahvistuu ja toisaalta ihminen on tietoinen planeetan kuluttaja. Kartan toisena vahvana painopisteenä nähtiin tasa-arvo, tai oikeastaan yhdenvertaisuus, joiden käsitteistä ja niiden ymmärtämisestä yhteiskunnassa keskusteltiin avaavasti: Jos toinen on sairas tai ravitsemuksen tarpeessa ja toinen ei, onko järkevää antaa heille sama määrä maitoa? Tasa-arvo keskusteluissa tulee helposti unohdettua yhdenvertaisuuden käsite. Kiinnostavina lisäyksinä kartalle nostettiin vielä Kiina ja sen 1000 -vuotinen suunnitelma.



Kuva 1. (Transitio)areenan yhteiskehittäjät tulevaisuuskartan äärellä. Vasemmalta lukien Sonja Lahtinen, Heikki Juntti, Antti Vassinen, allekirjoittanut pylvään takana, Hanna Kangas, Noora Västinen ja Maija Faehnle. Kuvaaja Anni Hapuoja

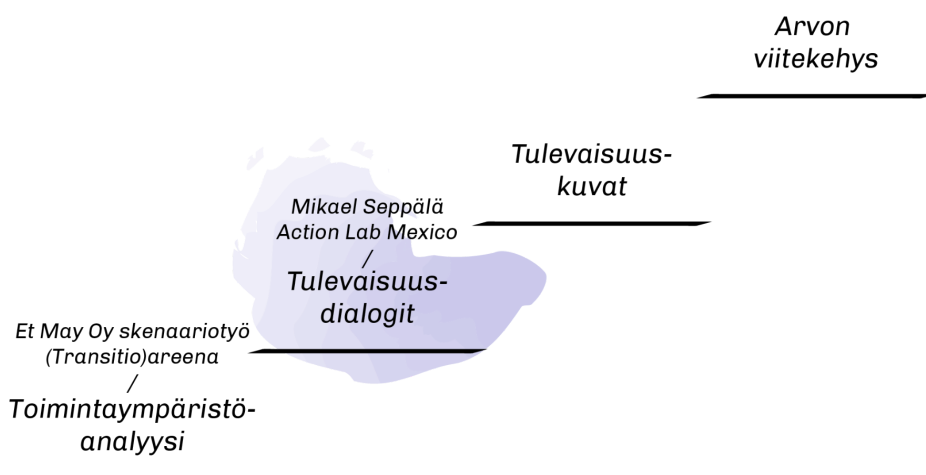
Tulevaisuuskartalta siirryttiin visioimaan tulevaisuutta viiden ja 50 vuoden päähän. Toteutimme pohdinnan ensin yksilötyöskentelynä ja sen jälkeen ajatukset jaettiin keskustellen. Visioissa nostettiin esiin sellaisia kysymyksiä ja vastakohtia kuin, onko mailla enää rajoja, elämmekö rajattomassa maailmassa vai kenties kuplissa, tai onko yrityksen tehtävänä auttaa pilveen sulautuneita mieliä tunnistamaan oma pyrkimyksensä maailmassa vai tarvitaanko yrityksiä ylipäänsä mihinkään tulevaisuudessa.

Visioiden jakamisen jälkeen kehoitettiin ajattelutyötä. Sovelsin teatteritaiteen tohtori Anu Koskiselta oppimaani metodia, jossa osallistujat kävelevät tilassa ja samaan aikaan ajattelevat ääneen. Viiden minuutin kävelyn jälkeen istutaan alas ja kirjoitetaan kaikki mielessä oleva paperille. Aiheena oli pohtia skenaario yritysten tulevaisuudesta. Jokainen luki kirjoitelmansa ääneen, jonka jälkeen

vielä kerran kirjoitettiin, päivän työskentelyn ja toisten kirjoitusten inspiroimina, skenaario (tulevaisuuden näky) yritysten näkökulmasta. Transioareenan tuottamat tulevaisuuden näyt kuvaan luvussa viisi.

4.6 TULEVAISUUSDIALOGIT

Kahdessa tulevaisuusdialogissa (kuvio 12) keskusteltiin yritysten tulevaisuudesta, muotoilun tuottamasta arvosta tulevaisuudessa, sekä muotoilijan roolista arvon tuottamisessa.



Kuvio 12. Tulevaisuusdialogit ovat kehittämistyön ennakointiprosessin toinen vaihe

4.6.1 Tulevaisuusdialogi I

Ensimmäisessä tulevaisuusdialogissa tammikuussa 2021 keskusteltiin Systems Change Finland Ry:n puheenjohtaja Mikael Seppälän ja Anni Hapuojan kanssa yritysten tulevaisuudesta ja systeemisestä maailmasta. Systems Change Finland – Systeeminen muutos Suomi ry haluaa toiminnallaan edistää sellaisen yhteiskunnan rakentumista, joka pystyy käsittelemään kompleksisia haasteita. Yhdistyksen tavoitteena on lisätä tietoutta ja osaamista ihmisten ja organisaatio-

tioiden keskuudessa menetelmistä ja lähestymistavoista systeemisyyden ja kompleksisuuden äärellä työskentelyyn. (Systems Change Finland.) Pyysimme Mikaelin keskustelemaan kanssamme, sillä hän luotsaa sellaisen verkoston rakentumista, jossa monialainen, systeemisyydestä kiinnostunut asiantuntijajoukko oppii ja kehittää yhdessä tulevaisuusorientoituneella otteella.

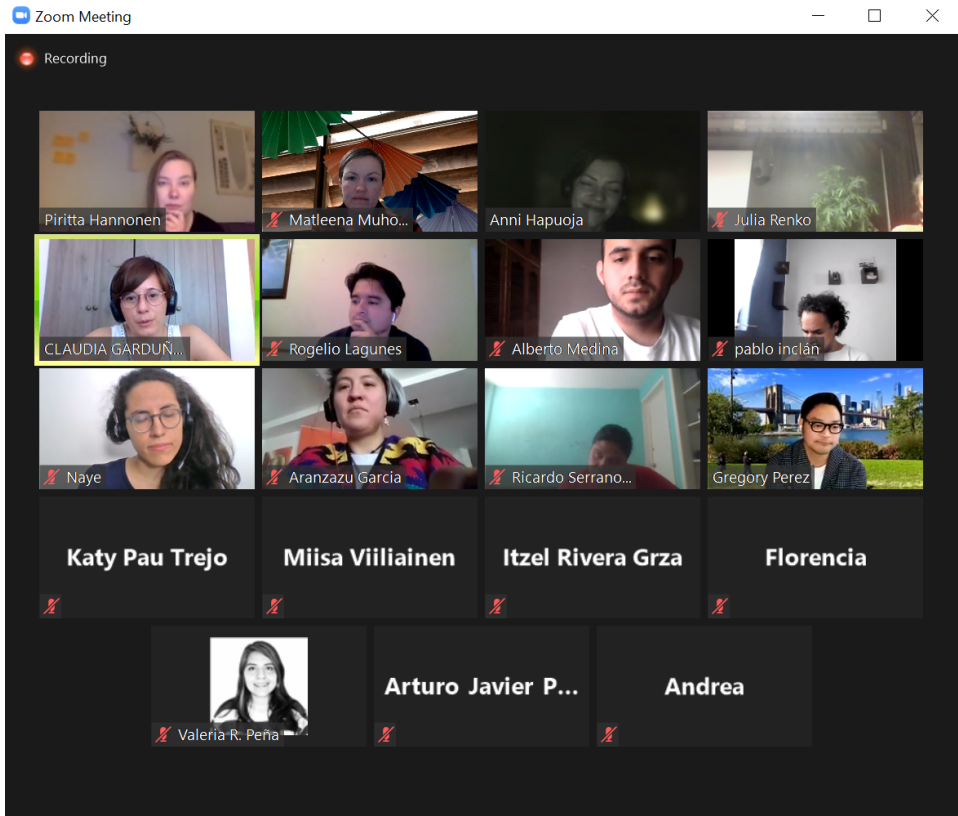
Keskustelu Mikaelin kanssa oli osaltaan vaikuttamassa tämän työn rajaamiseen ja kehittämiskysymysten uudelleen pohtimiseen. Toiminnan kannalta olikin ehkä tärkeämpää hahmottaa mitä tehdä muotoilulla tai muotoilussa, kuin sitä mihin yritykset ovat menossa. Muotoilulla kun ei Seppälänkään (2021) mukaan oikein ole perinteisestä muotoiluajattelun näkökulmasta sellaisenaan suurta hyötyä jatkuvuuksia ymmärrettäessä. Tätä olin itsekin muotoilijana pohtinut jo pitkään.

Mikael jakoi kiinnostavia näkökulmia muun muassa aikaperspektiivin uudelleen pohdinnasta, henkisestä kasvusta ja kehityspsykologiasta, Kiinasta, permakulttuurista, transiioista ja transdisiplinaarisesta muotoilusta. Keskustelimme monesta sellaisesta aiheesta, jotka olivat muotoutumassa työni tietopohjan rakennuspalikoiksi. Tämä vahvisti aiheiden kuten U-teorian tai transitiomuotoilun käsittelyä osana prosessia. Keskustelu myös validoi toimintaympäristön analyysivaiheen synnyttämiä tulevaisuuskuvia. Seppälän (2021) mukaan yritysten tulevaisuus (käsitteellisesti) on alustoilla ja verkostoissa, kyvykkyydet organisoituvat yli organisaatorajojen ja haastavat arvonluonnin logiikan, jossa ei kilpailla "naapuria" vastaan vaan tehdään yhteistyötä. Systemiset haasteet ylittävät yksittäisten organisaatioiden ajattelukyvyn.

4.6.2 Tulevaisuusdialogi II

Toisessa tulevaisuusdialogissa sain mahdollisuuden esittää kehittämiskysymykseni IDEO:n muotoilujohtajalle Gregory Perezille ja Action

Lab Mexico -kokonaisuuden vetäjille, professori Claudia Carduno Garcialle ja Matleena Muhoselle, sekä heidän opiskelijoilleen useammasta eri yliopistosta (kuva 2). He olivat kokoontuneet kolmipäiväiseen etänä järjestettävään "kenttätyöhön", jonka yhteyteen järjestettiin tunnin mittainen keskustelutilaisuus.



Kuva 2. Tulevaisuusdialogi II Zoom -yhteydessä osana Action Lab Mexicoa

Action LAB Mexico, entiseltä nimeltään Aalto Lab Mexico, yhdistää vuosittain Meksikossa sijaitsevan El 20 de Noviembre -yhteisön, akatemian, kansalaisyhteiskunnan ja julkisen, sekä yksityisen sektorin Meksikossa ja Suomessa. Monialaisessa yhteistyössä pyritään vähentämään epäoikeudenmukaisuutta ja epätasa-arvoa samalla, kun opitaan kulttuurisista arvoista ja kestävydestä yhteisössä. (Action Lab Mexico.)

Keskustelukysymykset lähetettiin etukäteen Gregory Perezille ja fasilitoinnin asiantuntijana hän kuljetti meidät läpi tunnin keskustelun. Pohdittavina kysymyksinämmme olivat:

- Mitä arvoa muotoilu tuottaa tulevaisuudessa?
- Mitkä arvot liittyvät muotoilijaan tulevaisuudessa?
- Mikä on muotoilijan rooli tulevaisuudessa?
- Mitkä ovat muotoilijan vastuita tulevaisuudessa? Onko niitä?
- Mitä oivalluksia keskustelu herätti?

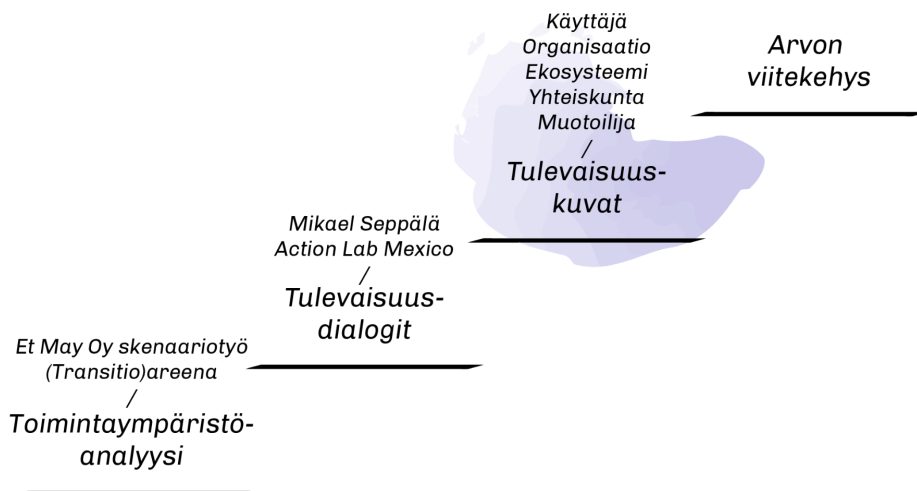
Keskustelussa nostettiin esiin sellaisia muotoilun tuottamia arvoja tulevaisuudessa, kuin luovuudelle herkistyminen, yhteiskehittäminen ja yhteistyö, uusien muutosta indikoivien asioiden esiin nostaminen, ajattelutavan muutos, olosuhteiden muuttaminen, kokemus ja kauneus. Muotoilijaan puolestaan liitettiin arvoja kuten empatia, luovuus, läsnäolo, jaettu arvo, hyvinvointi ja kansakunnan onnellisuus. Muotoilijan nähdään mahdollistavan kapitalismin ja systeemin muutosta.

Muotoilijan rooli on keskustelun mukaan arvojen kommunikoinnissa, luovuuden kanavoimisessa, muutoksen sanallistamisessa ja voimaantumisen mahdollistamisessa. Muotoilijalla on vastuu kyseenalaistaa ja uudelleen arvioida mahdollisia muutosta osoittavia ilmiöitä ja arvoa, sekä oman toimintansa vaikutuksia. Muotoilijan on oltava nöyrä, kuunneltava voimakkaasti, tarjottava vaihtoehtoja, ymmärrettävä skaaloja, luotava yhteistä kieltä ja kerrottava tarinoita. On hyvä muistaa, että maailman parantaminen on elämänmittainen, palkitseva matka.

4.7 TULEVAISUUSKUVAT

Toimintaympäristöanalyysivaiheessa tuotettiin yhteiskehittäen tulevaisuuskuvia (kuvio 13), joita validoin tulevaisuusdialogien, sekä rakentamani tietopohjan avulla. Toisaalta tulevaisuuskuvat toimivat syötteinä myös tietopohjaan valikoituvien asioiden suhteen.

Tulevaisuuskuvienv avulla peilattiin muotoilun tuottamaa arvoa tulevaisuudessa ja muotoilijan roolia arvon tuottamisessa arvon viitekehys -työpajassa.

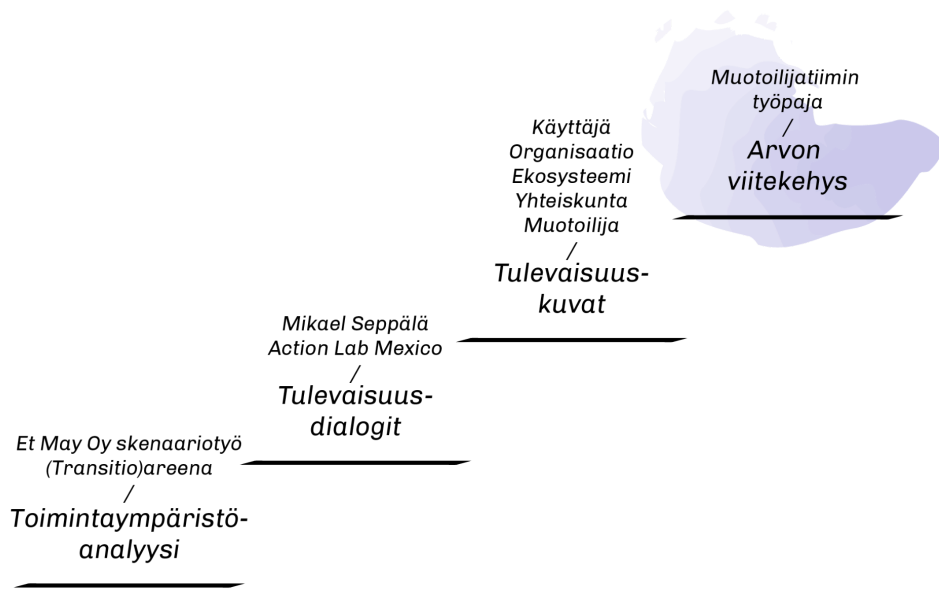


Kuvio 13. Tulevaisuuskuvat ovat kehittämistyön ennakointiprosessin kolmas vaihe

Tulevaisuuskuviissa ei määritelty tarkkoja aikaperspektiivejä, mutta ne pohjautuivat työskentelyyn, jossa kuviteltiin tulevaisuuksia viiden, viidentoista ja viidenkymmenen vuoden päähän. Arvon viitekehys työpajaa varten asetettiin eri tulevaisuuskuvat käyttäjän, organisaation, ekosysteemin, yhteiskunnan ja muotoilijan tasoille.

4.8 ARVON VIITEKEHYS -TYÖPAJA

Ennakointiprosessin viimeisessä vaiheessa (kuvio 14), kutsuttiin koolle muotoilijatiimi pohtimaan työn kehittämiskysymyksiä. Arvon viitekehysten avulla, yhteiskehittäen, vastattiin kysymyksiin muotoilun tuottamasta arvosta tulevaisuudessa.



Kuvio 14. Arvon viitekehys on kehittämistyön ennakointiprosessin neljäs ja viimeinen vaihe

4.8.1 Muotoilijatiimi

Työpajaan kutsuttu muotoilijatiimi työskentelee muotoilun parissa sekä yksityisellä, että julkisella sektorilla, kotimaassa ja kansainvälisesti. Edustettuina olivat niin pörssiyhtiön, PK-yrityksen, mikro-yrityksen kuin valtion viraston näkökulmat. Kokemusta tiimillä on laaja-alaisesti muotoilun eri aloilta ja tasoilta tuotteiden, tilojen, rakennusten, käyttöliittymien, palvelujen, maisemien, ympäristöjen, ja kaupunkien suunnittelusta. Jokainen on työskennellyt alalla 10–20 vuotta ja toiminta erilaisissa ryhmissä, rooleissa ja organisaatioissa erilaisten asiakkaiden ja arvontuotannon prosessien parissa on käynyt heille tutuksi.

Päivi Aro työskentelee Funktia Oy:ssä pääosin käyttöliittymien parissa. Hän on teollinen muotoilija ja opiskellut myös International Design Business Management (IDBM) opintokokonaisuuden Aalto-

yliopistossa. Anni Hapuoja on Et May Oy:n toinen perustajaosakas, koulutukseltaan arkkitehti kaupunki- ja yhdyskuntasuunnittelun puolelta. Hänen diplomityönsä Aalto-yliopistoon vuonna 2017 tutustutti minut ensimmäisen kerran arvон viitekehykseen. Kati Kujanen, muotoilija, työskentelee asiakasymmärryksen asiantuntijana Verohallinnossa, hänellä on myös laaja kokemus tuotemuotoilusta, sen myynnistä ja kaupallistamisesta. Mari Sollman työskentelee ihmisten liikkumista tilassa tutkivassa ja kehittävässä Koneen People Flow -tiimissä konsulttina ja projektipäällikkönä ja Saana Rönköharju WSP Finland Oy:n projektiarkkitehtina maisemaarkkitehtuuriyksikössä. Mari on konservaattori ja sisustusarkkitehti, Saana on arkkitehti, puutarhuri ja teollinen muotoilija.

4.8.2 Työpajan kulku

Työpajassa tarkasteltiin arvон viitekehyksen eri tasojen ja näkökulmien kautta muotoilun tuottamaa arvoa tulevaisuudessa. Hahmotimme ensin yksilötyöskentelynä tulevaisuuksia kysymyksillä: Millaista arvoa muotoilu tuottaa ja millaisessa utopiassa? Millaista arvoa muotoilu tuottaa ja millaisessa dystopiassa? Tämän jälkeen kävimme vastaukset yhdessä läpi keskustellen.

Seuraavaa vaihetta pohjustettiin lukemalla toimintaympäristöanalyysivaiheen, tulevaisuusdialogien ja tietopohjan avulla muodostetut tulevaisuuskuvat. Tulevaisuuskuvat oli jäsennetty sekä käyttäjän, organisaation, ekosysteemin, että yhteiskunnan näkökulmista Arvon viitekehyksen eri tasoille (kuva 3). Yhteiskehittämisessä tarkoituksena oli pitää nämä tulevaisuuskuvat mielessä ja perustella muotoilun tuottamaa arvoa ja muotoilijan roolia tulevaisuudessa suhteessa niihin.



Kuva 3. Tulevaisuuskuvien hahmottamista arvon viitekehyksen eri tasoilla

Tarkastelussa vastattiin ensin kysymyksiin, jotka oli muodostettu arvon viitekehyksen kaikista tasoista ja kaikista arvon näkökulmista. Tämän jälkeen vedimme kokonaisuuden yhteen pohtimalla päivän antia ja kysymystä siitä, mikä rooli muotoilijalla on arvon tuottamisessa tulevaisuudessa. Arvon viitekehys avattiin tiimille tarkoituksella hyvin ylimalkaisesti. Kerrottiin, mistä tasoista ja näkökulmista arvoa muodostuu, mutta niitä ei avattu teoriaan perustuvien selityksin. Yksityiskohtaisempi näkökulmien avaaminen olisi saattanut ohjata pohdintaa liikaa.

Jokaisesta näkökulmasta esitettiin (talous, psykologia, sosiologia ja ekologia) jokaisen tason (käyttäjä, organisaatio, ekosysteemi ja yhteiskunta) mukainen kysymys ja vastausaika kuhunkin kysymykseen oli kahdesta kolmeen minuuttia. Vastaukset tuli kirjata yksitellen post-it -lapuille. Vastaukset käytiin läpi vuorotellen ja niistä keskusteltiin lyhyesti.

Muotoilun arvo tulevaisuudessa käyttäjän tasolla:

- Mitä vastinetta rahalle käyttäjä saa muotoilun avulla?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa käyttäjän onnellisuuteen?
- Mikä arvo muotoilulla on käyttäjän joukkoon kuulumisen suhteen?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa käyttäjän hiilijalanjälkeen?

Muotoilun arvo tulevaisuudessa organisaation tasolla:

- Mikä arvo muotoilulla on organisaatioiden tuottavuuteen talouden näkökulmasta?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa organisaatioiden ydinarvoihin?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa organisaatioiden sosiaaliseen vastuuseen?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa organisaatioiden ekotehokkuuteen?

Muotoilun arvo tulevaisuudessa ekosysteemin tasolla:

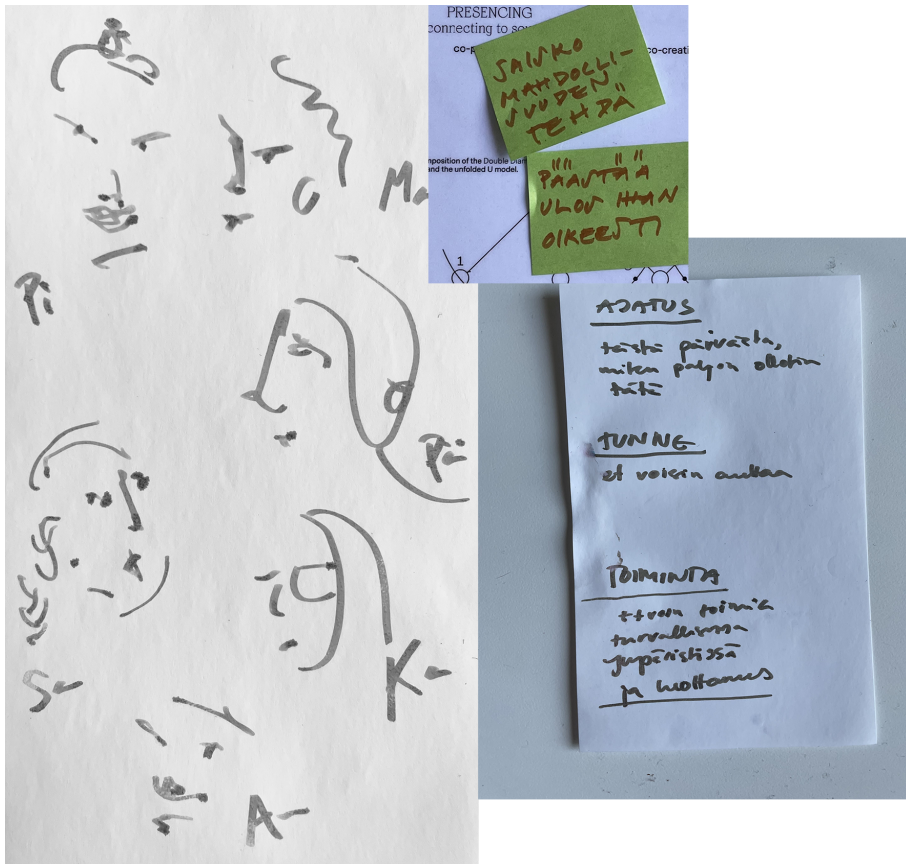
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa ekosysteemien vakauteen?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa ekosysteemin jaettuihin ohjureihin?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa ekosysteemin vastavuoroisuuteen?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa ekosysteemien luomaan kestävyteen?

Muotoilun arvo tulevaisuudessa yhteiskunnan tasolla:

- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa yhteiskunnan vaurauteen?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa yhteiskunnan hyvinvointiin?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa merkitykselliseen elämään yhteiskunnassa?
- Mikä arvo muotoilulla on suhteessa elinkelpoiseen ympäristöön yhteiskunnassa?

Tämän jälkeen hyödynsimme jälleen teatteritaiteen tohtori Anu Koskisen metodia, jossa käveltiin viisi minuuttia ääneen puhuen, istuttiin sitten alas ja kirjoitettiin viisi minuuttia päivän annista ja muotoilijan roolista arvon tuottajana tulevaisuudessa. Työpajan loppuksi kävimme läpi vielä palautekierroksen, jossa jokainen kuvasi työskentelyn synnyttämänä millaisen ajatuksen, tunteen tai toiminta-ajatuksen työpaja herätti. Kuvassa 4 palautetta, pohdintaa ja Anni Hapuojan visuaalinen dokumentaatio työpajaan osallistuneista.

*“Saisko mahdollisuuden tehdä, päästää ulos ihan oikeesti.”
Ajatus: “Tästä päivästä, miten paljon odotin tätä.” Tunne: “Et voisit auttaa.” Toiminta: “++ voin toimia turvallisessa ympäristössä ja luottamus.”,*



Kuva 4. Osallistujat visualisoituna ja pohdintaa päivän inspiroimana

4.9 KOHTI ANALYYSIÄ JA SYNTEESIÄ

Ennakointiprosessin eri vaiheissa syntynyt sisältö teemoiteltiin ja analysoitiin ja sitä verrattiin aina seuraavassa yhteiskehittämisen vaiheessa syntyneeseen sisältöön. Sen perusteella rakennettiin tietopohjaa ja pyrittiin saamaan yhteiskehittämiseen mukaan sellaisia asiantuntijoita, joiden tutkimuksiin ja ajatuksiin matkan varrella tutustuttiin.

Työskentelyssä esiin nousi ja kiteytyi sellaisia teemakokonaisuuksia, jotka painottavat verkostomaista toimintaa, yhteisöllisyyttä, yhteisötoimijuutta ja uutta ajattelua, jaettua arvoa, empatiaa ja ymmärrystä

kestävämmän tulevaisuuden rakentamisessa. Näihin kaikkiin osa-alueisiin ja niiden kehittymisen kiihdyttämiseen muotoilu voi tuottaa arvoa tai pyrkiä arvoa ainakin lupaamaan.

5. *Analyysi*: Muotoilun arvo arvon viitekehyksessä

5.1 MUOTOILUA UTOPIASSA JA DYSTOPIASSA

Tässä luvussa kuvataan työskentelyn tulokset analysoituna aloittaen arvon viitekehys -työpajassa muodostetuista utopioista, dystopioista ja Et Mayn skenaariotyöskentelyssä kootuista muotoilijan työn tulevaisuuskuvista. Sen jälkeen avataan arvon viitekehysten eri tasoihin ja näkökulmiin syntynyt sisältö. Osaksi tasoja (käyttäjä, organisaatio, ekosysteemi, yhteiskunta) on liitetty ennakkoinnin tuottamat tulevaisuuskuvat.

5.1.1 Luovuuden ytimiä yhteisökunnassa, ratkaisuja silloissa (tulevaisuuskuvat Arvon viitekehys -työpajasta)

Utopiassa, toivotussa tulevaisuudessa, muotoilun avulla johdetaan parempia elinympäristöjä. Päätöksenteon pohjana toimii jaettu arvo ja kaikki kytkökset ovat läpinäkyviä. Yhteiskehittämiseen on kansalaisvelvoite ja muotoilun perusajattelua opiskelevat kaikki lukiosta alkaen. Myös koneälylle opetetaan muotoiluajattelua.

Kansalaisille yhteiskunta on "no touch" yhteiskunta, jossa viralliset asiat toimivat taustalla, eikä itse tarvitse vaivautua. Koneet tekevät, ihmiset ajattelevat. Muotoilu yhdistyy sekä tulevaisuuden tutkimukseen, että filosofiaan. Monimuotoinen, kaikkea yhdistävä muotoilu on korvattu luovuudella, emmekä käytä sanoja kiire, suoritus tai saavutus. Elämme yhteiskunnan sijaan yhteisökunnassa, jossa muotoilu tai luovuus on edelleen muutoksen mahdollistaja, yhteen-tuoja ja yhteistyön mahdollistaja, kokonaiskuvan konkretisoija, muodostaja ja ihmisten toiminnan ymmärtäjä.

Dystopiassa, ei toivotussa tulevaisuudessa, muotoilu luo ongelmia, sillä luovuus katoaa ja jäljellä ovat vain ratkaisut. Muotoilu pirstoutuu siiloihin, hakee hyväksyntää ja mukautuu pysyäkseen toimintakykyisenä. Muotoilu on mahdollista vain isoilla ilmasto-resursseilla. Muotoilun arvostus muuttuu elitistiseksi ja siitä puhutaan kuin vanhoillisesta ajattelutavasta. Luovuus ei kuulu kaikille ja ikonit elävät ja tuottavat ikuisesti. Toisaalta muotoilu saattaa tarkoittaa ainoastaan yhteiskehittämistä ja muotoilua ei enää opeteta. Muotoilijoiksi kutsutaan ketä tahansa.

Dystopian yhteydessä keskusteltiin muotoilusta myös ratkaisuna. Jos elämme ei toivottua tulevaisuutta, muotoilu auttaa eri ammattilaisia ratkaisemaan isoja ongelmia. Tilanteissa, joissa kaikki yrittävät pelastaa vain itsensä, muotoilu tuo ihmisiä lähemmäksi toisiaan. Muotoilujattelua voidaan hyödyntää päätöksenteon pohjana ja se auttaa rakentamaan näkemyksiä yhteisistä tulevaisuuksista. Muotoilun avulla kaikki on mallinnettavissa ja kehitettävissä ja omat optimivaikuttavuuspolut ovat kartoitettavissa.

5.1.2 Muotoilijan tulevaisuuskuvia

Ensimmäisessä tulevaisuusskenaariossa "Coexistence -liike linnunradan liftareille" muotoilija toimii tulevaisuuksiin kurkottavassa monitieteisessä laboratoriossa, jossa tutkijat, insinöörit, muotoilijat, ja taiteilijat rakentavat aloja yhdistävän systeemisen muotoilun avulla parempaa, laajennettua maailmaa. Vain mielikuvitus on rajana. Skenaarion suurena innoittajana toimii MIT Media Labin johtaja Neri Oxman ja hänen tiiminsä, jossa kehitetään materiaaliinnovaatioita ja muotoillaan tulevaisuutta 50–100 -vuoden päähän solutasolta avaruuksiin. Neri Oxman (2019) puhuu bioarkkitehtuurista, jossa ympäristömme rakentuu orgaanisesta, kiertoon soveltuvasta materiaalista ja sen rakentajana voi toimia esimerkiksi silkkitoukka.

Toisessa skenaariossa "kaikki on mennyt ja muotoilijat opettavat ihmisiä luovimaan maailmassa". Skenaariossa korostuvat empatiataidot, intuition aakkoset ja yhteinen kieli, jota rakennetaan empati-tisen koodauksen avulla. Voi olla, että maailma on pitkiä aikoja kiinni ja teknologiaosaaminen korostuu. Työskentely tapahtuu yhä useam-min virtuaalimaailmassa, jolloin kohtaamisten ja vuorovaikutuksen merkitys korostuu.

Kolmannessa skenaariossa muotoilijat toimivat "yksinvaltiaan neuvonantajina". Yksinvaltias on se, jolla on eniten tietoa. Hän osaa hyödyntää tietoa, haluaa hallita ja säilyttää valta-asemansa suhteessa toisiin. Toisaalta yhteisöt ja yksittäiset ihmiset haastavat yksinvaltiasta. Muotoilijat toimivat neuvonantajina yksinvaltiaalle ja samaan aikaan agentteina yhteisöihin joiden avulla yksinvaltiudesta tulee yhteisjohtajuutta.

5.2 YHDESSÄ SUKELLUS JA VALAISTUMINEN

5.2.1 Muotoilun arvo käyttäjälle

Malaskan (2013, 17) runomuotoinen kirjoitus ihmisen tulevaisuu-desta tiivistää sitä ydintä, joka on noussut esiin tätä työtä tehdessä. Kirjoitus toimi arvon viitekehys -työpajassa kuvauksena käyttäjän tulevaisuudesta, johon peilattiin muotoilun tuottamaa arvoa arvon viitekehyyksen käyttäjän tasolla.

*Sokea evoluutio ikuisessa nykyisyydessä ilman tulevaisuutta
teki meistä oppivia kuten ei mistään muusta lajista.
Me valtasimme planeetan omaksi "lebensraumiksemme"
kuten ei mikään muu laji. Sokeanako jatkamme ikuisessa
nykyisyydessä, vai otammeko vastuun planeetan
tulevaisuudesta muiden lajien kanssa? Siinä ihmiseksi
tulemisen ristiriita. (Malaska 2013, 17).*

Avasin muotoilutiimille lisäksi muodostamaani tulevaisuuden näkyä, jossa muotoiluajattelun ja -toiminnan ytimessä on ymmärtää ihmistä, jonka käyttäytymistä pyritään muuttamaan yhä enemmän tulevaisuudessa. Tämä ihminen joutuu luovimaan epämääräisessä, uhkakuvilla kyllästetyssä maailmassa, jossa yhteiskunnalla on vielä mahdollisesti pyrkimys taata ihmisille hyvinvointia. Keskustelu tulevaisuudesta on nostanut esiin näkökulmia posthumanistiseen maailmankuvaan, jossa kyseenalaistetaan käsitys ihmisestä ja tarkastellaan ihmistä suhteessa orgaanisiin eläimiin tai toisaalta suhteessa tekoölyyn (Lummaa 2019, Ylitalo 2019, mukaan). Yhteiskunnassa pohditaan, mitä teknologian ja yleisen tekoölyn kehittyminen tarkoittaa ihmisen sellaiselle elämänmuodolle jonka me tunnemme.

Arvon viitekehyksen ja käyttäytymistä muuttavien, merkityksellisten innovaatioiden mukaan arvoa käyttäjälle tulisi syntyä kun hän kokee saavansa vastinetta rahalle (talous), kun hän on onnellinen (psykologia), kun hän kuuluu joukkoon (sosiologia) ja hänen hiilijalanjälkensä (ekologia) on mahdollisimman pieni (taulukko 1).

	<i>Käyttäjä</i>	<i>Organisaatio</i>	<i>Ekosysteemi</i>	<i>Yhteiskunta</i>
<i>Talous</i>	vastine rahalle	tuotto	vakaus	vauraus
<i>Psykologia</i>	onnellisuus	ydinarvot	jaetut ohjurit	hyvinvointi
<i>Sosiologia</i>	joukkoon kuuluminen	sosiaalinen vastuu	vastavuoroisuus	merkityksellinen elämä
<i>Ekologia</i>	hiilijalanjälki	ekotehokkuus	kestävyys	elinkelpoinen ympäristö

Taulukko 1. Käyttäjälle syntyvän arvon määritelmiä käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta

Arvon viitekehys -työpajassa työskennelleen muotoilijatiimin mukaan tulevaisuuden maailmassa muotoilu auttaa ymmärtämään käyttäjien tarpeita ja mahdollistaa hyvää oloa, merkityksellisyyttä, tietoisuutta, pysyvyyttä, rauhaa ja luottamusta – parempaa elämää, joka ei tue kulutusta (ja saattaa siinä kohdin muotoilla itsensä ulos.) Muotoilu on mukana rakentamassa elinympäristöä, joka mahdollistaa eri eliölajien yhteiselämisen ja ekosysteemien luomisen yhdessä. Sillä on osansa tulevaisuudessakin olla rakentamassa *vastinetta rahalle*, tai jollekin joka saattaa korvata rahan. Muotoilu mahdollistaa käyttäjälle lisää aikaa, sillä yhteiskunnan velvoitteet hoituvat hyvän muotoilun ansiosta automaattisesti taustalla, asiat rullaavat ja verot kertyvät.

Psykologian ja *onnellisuuden* näkökulmasta luova käyttäjä on onnellinen. Muotoilun avulla asiat toimivat parhaimmillaan ajatuksen lailla. Hyvin muotoillut systeemit auttavat ottamaan taakan pois käyttäjältä, vähentävät kiirettä ja stressiä – helpottavat arkea ja käyttäjä kokee tulleen ymmärretyksi ja kuulluksi.

Sosiologisesta näkökulmasta muotoilu mahdollistaa *joukkoon kuulumisen* tuomalla ihmisiä yhteen, tekemään ja kehittämään yhdessä. Yhdessä tekeminen ei ole päälle liimattua. Se luo ja vahvistaa joukkoon kuulumisen tunnetta. Muotoilun avulla rakennetaan yhteistä hyvää tulevaisuutta, vahvistetaan yhteistä kieltä, opitaan empatiaa, ymmärretään toisia paremmin ja tullaan inhimillisemmiksi. Yhteiskehittäminen osana muotoilua voidaan nähdä myös joukkokuunteluna.

Ekologisesta näkökulmasta muotoilu auttaa tekemään käyttäjän *hiilijalanjäljen* näkyväksi, jonka avulla käyttäjä ymmärtää oman kulutuksensa. Älykkään muotoilun avulla hiilijalanjälkeä on mahdollista pienentää ja luoda vaihtoehtoja, joilla sitä voi kompensoida. Muotoilu on ekologisesta näkökulmasta sekä oppilas, että opettaja. Sen avulla luodaan ja kokeillaan uusia, ekologisia ratkaisuja ja viestitään faktoista sekä mahdollisuuksista. Kaikkea ei voi kuitenkaan

muotoilla pois!

5.2.2 Muotoilun arvo organisaatiolle

Arvon viitekehyksen ja ihmisten käyttäytymistä muuttavien, merkityksellisten innovaatioiden mukaan arvoa organisaatiolle tulisi syntyä tuoton, ydinarvojen, sosiaalisen vastuun ja ekotehokkuuden muodossa (taulukko 2).

	<i>Käyttäjä</i>	<i>Organisaatio</i>	<i>Ekosysteemi</i>	<i>Yhteiskunta</i>
<i>Talous</i>	vastine rahalle	tuotto	vakaus	vauraus
<i>Psykologia</i>	onnellisuus	ydinarvot	jaetut ohjurit	hyvinvointi
<i>Sosiologia</i>	joukkoon kuuluminen	sosiaalinen vastuu	vastavuoroisuus	merkityksellinen elämä
<i>Ekologia</i>	hiilijalanjälki	ekotehokkuus	kestävyys	elinkelpoinen ympäristö

Taulukko 2. Organisaatiolle syntyvän arvon määritelmiä käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta

Tarkastelimme muotoilun tuottamaa arvoa organisaatiotasolla suhteessa kuuteen (transitio)areenassa tuotettuun skenaarioon tai tulevaisuuskuvaan, jotka menevät näin:

Tulevaisuuden yritys keskittyy kehitykseen, ei kasvuun, vaikutukseen eikä ansioon.

Tulevaisuuden yritys on parempaa maailmaa pitkäjänteisesti rakentava, yhteisyydestä ponnistava, sinnikäs, avoin, verkostoiva uudistaja.

Tulevaisuuden yritys osaa tuoda näkyväksi ne tavat, joilla elämlähtöisyyttä ja maapallon kantokykyä (suhteessa ihmisen jättämään tuhoon) vahvistetaan.

Tulevaisuuden yritys on orgaanisesti muuntuva, spesifiä ongelmaa ratkaiseva yhteisön jäsen.

Tulevaisuuden yritys koostuu ihmisistä jotka haluavat palvella yhteistä hyvää. Tietoisuuden kasvu on muuttanut liiketoiminnan logiikan. Osakkeenomistajien voiton ja taloudellisen hyödyn tavoittelemisen sijaan tavoitellaan yhteistä hyvää.

Yhdessä sukellus ja "valaistuminen".

Arvon viitekehys -työpajan työskentelijöiden mukaan, näissä tulevaisuuksissa organisaatiot ymmärtävät muotoilun avulla paremmin palveluidensa käyttäjien tarpeita. Hyvä muotoilu parantaa palvelujen laatua ja helppokäyttöisyyttä ja lisää käyttäjien arvostusta, sekä uskollisuutta niitä kohtaan. Muotoilu tuo organisaatioille tuottoa mahdollistavaa erottautuvuutta ja brändiarvoa, luo identiteettiä ja näkyvyyttä. Muotoilun avulla organisaatioissa tehdään ja tutkitaan oikeita asioita, yksinkertaistetaan ja poistetaan päällekkäisyyksiä. Muotoilu auttaa määrittelemään tuottavuuden uudestaan ihmislähtöisesti ja yksinapaisen, epäeettisen tuoton sijaan tuotetaan jaettava arvoa. Muotoilu mahdollistaa läpinäkyvyyttä, jolloin aikaa jää enemmän esimerkiksi työntekijöiden löytämiseen.

Organisaation *ydinarvojen* näkökulmasta muotoilu auttaa tekemään ne näkyväksi, kirkastaa ja tuo osaksi palveluita ja tuotteita. Muotoilu on strategisella tasolla rakentamassa visiota ja sitä myötä tekemässä arvoja ymmärrettäviksi. Muotoilu pakottaa organisaatioita tarkentamaan ja haastamaan ydinarvojaan tulevaisuuden perspektiiviin – katsomaan peiliin.

Muotoilu mahdollistaa organisaatioiden *sosiaalista vastuuta* tuomalla ihmisiä yhteen silloistaan, luomaan ratkaisuja, jotka noudattavat kestävän kehityksen periaatteita. Muotoilun avulla vastuullisuusasiat tulevat näkyviksi ja ymmärrettäviksi kaikille. Muotoiluprosessi huomioi prosessissa toimivia tasapuolisesti.

Muotoilun avulla *ekotehokkuus* on organisaatioiden saavutettavissa ja muotoilu tekee siitä tavoittelemisen arvoista. Muotoilu myös nostaa esiin mahdollisuuksia, uusia näkökulmia ja ratkaisuja konkreettisella tasolla. Se haastaa ja luo paineita siirtyä kestävämpään ja ekotehokkaaseen toimintaan.

5.2.3 Muotoilun arvo ekosysteemille

Muotoilun arvoa ekosysteemille peilattiin transiatioareenassa syntyneeseen tulevaisuuskuvaan, joka menee näin:

Arvontuotannon ketjujen sijasta syntyy arvonluonnin verkostoja, joissa arvoa luodaan monessa muodossa ja erilaisissa prosesseissa eri tavoin osallistuvien toimijoiden voimin. Yrityksiä ei enää ole, sillä niitä ei tarvita, kun kaikki tuotanto tapahtuu arvopilvessä.

Arvoa ekosysteemille tulisi arvon viitekehityksen näkökulmasta syntyä vakauden, jaettujen ohjureiden, vastavuoroisuuden ja kestävyuden muodossa (Taulukko 3).

	Käyttäjä	Organisaatio	Ekosysteemi	Yhteiskunta
Talous	vastine rahalle	tuotto	vakaus	vauraus
Psykologia	onnellisuus	ydinarvot	jaetut ohjurit	hyvinvointi
Sosiologia	joukkoon kuuluminen	sosiaalinen vastuu	vastavuoroisuus	merkityksellinen elämä
Ekologia	hiilijalanjälki	ekotehokkuus	kestävyys	elinkelpoinen ympäristö

Taulukko 3. Ekosysteemille syntyvän arvon määritelmiä käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta

Muotoilutiimin mukaan muotoilun tuottama arvo suhteessa ekosysteemin *vakauteen* ilmenee asiantuntijuutena, jossa ymmärretään moninaisuutta ja tuodaan toimijoita yhteen, mahdollistetaan vertais-tuki ja jaettu oppiprosessi. Muotoilun avulla voidaan testata vakautta iteratiivisesti ja huomioida toimijoita laaja-alaisesti, sekä mahdollistaa toimijoiden joukossa olemista rohkeasti omina itseinään.

Muotoilu auttaa yhteiskehittämisen kautta luomaan ja vahvistamaan *jaettuja ohjureita* ekosysteemissä. Muotoilu auttaa rakentamaan tietoisuutta paremmasta tulevaisuudesta ja asettamaan päämääriä. Muotoilun avulla jaetut ohjurit konkretisoituvat ja ovat läpinäkyviä. Muotoilu on ekosysteemin eteenpäin vievä voima.

Vastavuoroisuudessa, muotoilun avulla kommunikoidaan, kuunnellaan, tehdään näkyväksi ja ymmärrettäväksi ekosysteemin eri toimijoiden tuottamaa arvoa ja kestävyden näkökulmasta hahmotetaan toimijoiden tekemistä, riippuvuuksia ja yhteistä tekemistä. Muotoilun avulla voidaan ekosysteemissä visioida kestävyttä, jalkauttaa, seurata, testata ja parantaa yhdessä asetettuja tavoitteita.

Muotoilun avulla *kestävyyttä* voidaan tarkastella riittävän pitkälle tulevaisuuteen ulottuvan näkökulman avulla. Muotoilu mahdollistaa myös yhteisten tulevaisuustaitojen omaksumista. Suunnittelussa rakennetaan hyvien ratkaisujen päälle, otetaan mallia jostakin täysin luonnollisesta ja vanhastakin.

5.2.4 Muotoilun arvo yhteiskunnalle

Muotoilun arvoa yhteiskunnalle tarkasteltiin tietopohjan avulla syntyneeseen tulevaisuuskuvaan, joka menee näin:

Maapallon elämää ylläpitävät systeemit ovat hajoamassa ja kulutukselle sekä jatkuvalla kasvulle perustuvan globaalin talousjärjestelmän on muututtava (Pettifor 2019, xi, xviii). Kaiken täytyy muuttua, tavan rakentaa maailmaa ja tavan elää (Escobar 2017, x). Ihmisen toiminnan ja riittämättömien ratkaisujen seurauksena luonnon monimuotoisuuden väheneminen uhkaa maapallon kykyä ylläpitää kaikkea elämää. Ihmiset eivät ymmärrä menetyksen laajuutta ja työskentelevät erikoistuneina omissa silloissaan, mikä ei kannusta ymmärtämään monimutkaisia systeemejä, joissa ongelmat ja niiden mahdolliset ratkaisut piilevät. (Bradshaw ym. 2021.)

Arvoa yhteiskunnalle muodostuu arvon viitekehyyksen mukaan vaurauden, hyvinvoinnin, merkityksellisen elämän ja elinkelpoisen ympäristön kautta (taulukko 4).

	Käyttäjä	Organisaatio	Ekosysteemi	Yhteiskunta
Talous	vastine rahalle	tuotto	vakaus	vauraus
Psykologia	onnellisuus	ydinarvot	jaetut ohjurit	hyvinvointi
Sosiologia	joukkoon kuuluminen	sosiaalinen vastuu	vastavuoroisuus	merkityksellinen elämä
Ekologia	hiilijalanjälki	ekotehokkuus	kestävyys	elinkelpoinen ympäristö

Taulukko 4. Yhteiskunnalle syntyvän arvon määritelmiä käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden näkökulmasta

Muotoilutiimin näkemyksen mukaan muotoilun arvo näkyy edelleen kansakunnan identiteetissä, joka on korvaamaton. Muotoilun avulla rakennetaan tulevaisuudessakin Suomi-brändiä, mahdollistetaan vientiä, kansainvälisyyttä ja ymmärretään kulttuurieroja. Toisaalta on hyvä pohtia, onko muotoilu noussut meillä käsitteeksi, sillä olemme riittävän *vauraita* sitä edes tutkimaan ja analysoimaan, onko muotoilu vauraan yhteiskunnan etuoikeus? Tämän kysymyksen äärellä vietimme tovin ja totesimme, että rakennettaessa Suomea kuvaa 1800-luvun lopulla, Suomi ei ollut vauras maa, vaan etsi ja rakensi identiteettiään suomalaisen muotoilun ja taiteen avulla.

Hyvinvoinnin näkökulmasta muotoilu myötävaikuttaa osallisuuden ja saavutettavuuden toteutumista yhteiskunnassa. Muotoilun avulla myös tunnistetaan konkreettisia ongelmia ja niiden seurauksia. Muotoilu on tulevaisuudessakin sellaisten sosiaalisten innovaatioiden suunnittelemista, joita voidaan verrata vaikkapa äitiyspakkaukseen. Muotoilu auttaa kompleksisten haasteiden ratkaisemisessa esimerkiksi Sosiaali- ja terveystieteillä. Kaiken kaikkiaan

muotoilun avulla edesautetaan esteettisten ympäristöjen ja yleisen hyvinvoinnin toteutumista.

Merkityksellisen elämän konseptissa muotoilu vahvistaa asioiden sujuvuutta, selkeyttää, tekee läpinäkyväksi ja rauhoittaa. Muotoilun avulla yhteiskunnan jäsenet ymmärtävät paremmin omia vaihtoehtojaan ja voivat elää elämäänsä oikein ja harkitusti. Muotoilu mahdollistaa vaikuttamisen ja parhaassa tapauksessa toiveiden konkretisoinnin.

Elinkelpoinen ympäristö rakentuu sellaisen muotoilun avulla, joka systematisoi, auttaa visioimaan elämää tulevaisuudessa ja luo merkityksiä. Tulevaisuudessa suunnittelua tehdään ekologiset aspektit huomioiden ja nostetaan esiin kestävyysperiaatteita. Muotoilun toivotaan olevan kaikkien ääni.

5.2.5 Muotoilija hyvinvoinnin rakentajana

Muotoilijalla nähdään olevan suuri merkitys tulevaisuuden yhteiskunnassa. Hän pystyy yhdistämään eri alojen näkemyksiä ja ymmärtämään kokonaisuuksia. Muotoilija toimii tietynlaisena fasilitoijana eri alojen välillä ja luo synergioita hyvin vaikeista kokonaisuuksista. Muotoilijat ovat luomassa parempia elinympäristöjä ja tulevaisuutta niiden kautta. Muotoilijuuden ytimessä on kuunnella ja ymmärtää käyttäjää. Kuuntelun ja ymmärryksen avulla rakennetaan mahdollisimman laaja-alaisesti eri näkökulmia huomioiden, kestävämpää, hyvinvoivaa ja toimivampaa yhteiskuntaa. Muotoilijoilla on suuri vastuu ymmärtää, tulkita ja palvella maailmaa.

6. *Synteesi*: Muotoilua ekologiseen jälleenrakentamiseen

6.1 RATKAISUISTA SYSTEEMIEN YMMÄRTÄMISEEN

Tulevaisuudessa meidän muotoilijoiden on aika muiden ihmisten kanssa ottaa vastuu maapallosta. Maapallon hupenevista resursseista ja systeemisistä haasteista, jotka vaikuttavat kestävyysnäkökulmasta, niin ekologisesti, sosiaalisesti ja kulttuurisesti, kuin taloudellisestikin. Samaan aikaan nykyisyydessä on yhä tärkeämpää oppia paremmin perustelemaan muotoilun tuottamaa laadullista ja määrällistä arvoa, sillä muotoilua harjoittavat kohtaavat alati haasteita yrittäessään kertoa mitä muotoilu on tai mitä he tekevät, ja se saattaa viedä suuren osan projekteihin resursoidusta työajasta. (Heskett 2017, 53–54.) Muotoilun käsitteen moninaiset merkitykset ovat osaltaan vaikeuttamassa tätä perustelemista, vaikka toisaalta käsitteen eläminen ja laajeneminen ajassa nähdään myös sen vahvuutena.

Viheliäiset ongelmat kuten ilmastonmuutos haastavat ajatteluamme kasvusta. Käsitteenä kasvun tulisikin liittyä enemmän henkiseen kasvuun, tai jopa sietokyvyn kasvuun. Talouteen perustuvan kasvun haastavat kestävä kehityksen näkökulmat, kierto- ja jakamistalous ja yritysten roolien uudelleen määrittäminen. Yritykset kun tavoittelevat osakkeenomistajille tuotettujen voittojen sijaan yhteistä hyvää tulevaisuudessa.

Muotoilijat ovat omalta osaltaan auttamassa organisaatioita muutoksessa. Ensin kohti ihmis- ja asiakaslähtöisempää ajattelua, sitten kohti jaettua- ja systeemistä arvoa ja elämälähtöistä tai planeettakeskeistä ajattelua. Tällaisissa siirtymissä muutosta tulee oppia katsomaan uusin tavoin, lähestyä filosofisesti ja tulevaisuus-orientoituneesti. Jos muotoilun nähdään tulevaisuudessa yhdistyvän filosofian ja sitten tulevaisuusajattelun kanssa, mitä luultavammin

opimme myös paremmiksi ajattelun ajattelijoiksi, tai jopa ajattelun ajattelun ajattelijoiksi.

Findelin (2001, 9–10) mukaan muotoilu tulisi nähdä soveltavan (applied) tieteen sijasta kietoutuneena (involved) tieteenä. Soveltavan tieteen näkökulmasta muotoiluprosessissa määritellään ensin tarve tai haaste ja kuvitellaan sekä määritetään siihen ratkaisuja. Muotoilu nähdään toimintana, joka selittää ja mahdollistaa lähtötilanteen muutoksen suhteessa haluttuun tilanteeseen, jossa haaste on ratkaistu. “Kietoutuneena tieteenä” muotoilu ei lähde haasteesta, vaan systeemin tietystä tilasta tai tilanteesta, eikä tilanteeseen haeta ratkaisua vaan ymmärrystä toisesta tilasta tai tilanteesta, jossa muotoilija on osa systeemiä yhdessä käyttäjän kanssa.

Tässä työssä pyrittiin ensin mahdollisimman laaja-alaisesti ymmärtämään sitä nykytilaa tai tilannetta, jonka muutoksen osaksi muotoilija on kietoutunut tai tulisi paremmin kietoutua. Sitten haettiin ymmärrystä tilanteesta tai systeemistä, jonka osaksi muotoilija on muuttumassa. Ennakointiprosessin tuloksena syntynyt ymmärrys tulevaisuudesta tukee myös tällaista ajattelua kietoutuneesta muotoilusta, jossa emme yritä ratkaista haasteita tai ongelmia, vaan ymmärtää ja tukea sellaista muutosta, joka vie meitä kohti kokonaisvaltaisesti parempaa päätöksentekoa ja elämää.

6.2 UUDEN ARVONLUONNIN ÄÄRELLÄ

Jotta voimme puhua muotoilun tuottamasta arvosta ja yrittää perustella sitä eri yhteyksissä, tulee ymmärtää mitä arvon käsitteellä tarkoitetaan. Ainakin on hyvä ymmärtää, että käsite on yhtä monikerroksinen kuin muotoilunkin käsite, ja arvoa syntyy sen asettajan näkökulmasta. Toki maailmassa on universaaleja arvoja, kuten etiikka tai estetiikka, tai erilaiset biologiseen selviytymiseen liittyvät arvot, jotka pääosin ovat kaikille ihmisille samoja.

Arvot näkyvät siinä, kuinka ihmiset toimivat. Meidän on oltava osaltamme pohtimassa, kuinka voimme auttaa sellaisen toiminnan tukemisessa, jolla on mahdollisimman vähän ei-toivottuja vaikutuksia. Arvon viitekehys yrittää auttaa sellaisten innovatiivisten palvelujen tai systeemien luomisessa, jossa on otettu huomioon mahdollisimman laaja-alaisesti eri sidosryhmien näkökulmasta muotoutuvia arvoja. Lisäksi viitekehys kiteyttää arvon konsepteja, joihin muotoilu avulla uskotaan voivan vaikuttaa. Muotoilu mahdollistaa kehittämistutkimukseni mukaan esimerkiksi läpinäkyvyyden, jaetun vastuun, jaetun arvon, sekä yhtenäisyyden arvojen toteutumista.

6.2.1 Muotoilu mahdollistaa yhteistä arvonluontia

Arvoa tulevaisuudessa luodaan yhä enenevässä määrin yhdessä. Olemme viheliäisten tai VUCA -haasteiden ja ilmiöiden äärellä, joiden ajattelu ylittää yksittäisten ihmisten, asiantuntijoiden ja organisaatioidenkin ajattelukyvyyn. Niitä on siis kohdattava ja ymmärrettävä yhdessä. Muotoilija voi mahdollistaa käyttäjän, organisaation, ekosysteemin ja yhteiskunnan tasoilla yhteiskehittämisen, eri sidosryhmät huomioon ottaen. Nykyisyydessä yhteiskehittämistä muotoilussa kutsutaan pääosin työpajatyöskentelyksi ja se on usein fasilitoitua ja strukturoitua. Työskentelyn vaikutuksia ei kuitenkaan ole teoreettisesti tutkittu ja verrattu mitä arvoa muotoilun hyödyntämisestä yhteiskehittämisessä on suhteessa perinteisempiin fasilitoinnin rakenteisiin (Jones & Kijima 2018, 3).

Systeeminen muotoilu voikin tarjota teoreettisen viitekehyksen, jonka avulla työskennellään järjestelmällisesti ja tavoitteellisesti labeissa, studioissa, areenoilla ja agoroilla. Systeemisen muotoilun viitekehyksen avulla voidaan paremmin kommunikoida mitä yhteisessä työskentelyssä tapahtuu ja millaisia tuloksia työskentelystä syntyy. Jos muotoilun yhtenä tärkeimmistä arvoista nähdään ihmisten tuominen yhteiseen työskentelyyn ja työskentelyn mahdollistaminen yhdenvertaisesti sidosryhmät huomioiden, tulee meidän pystyä myös

läpinäkyvästi osoittamaan, mitä yhteiskehittämisessä tapahtuu, mihin sillä pyritään ja millaisia tuloksia työskentely tuotti.

6.2.2 Jaettu arvo ja muotoilu

Tämän kehittämistyön tulosten perusteella voi todeta muotoilun tuottavan arvoa tulevaisuudessa käyttäjän, organisaation, ekosysteemin ja yhteiskunnan tasoilla. Jaettua arvoa todentuu taloudellisesta, psykologisesta, sosiologisesta ja ekologisesta näkökulmasta. Tulee kuitenkin muistaa, että ihmisten käyttäytymistä muuttavien innovaatioiden yhteydessä puhutaan arvosta, joka on pääosin subjektiivista riippuen kokijastaan. Arvoa ei voi koskaan yksipuolisesti luoda, kuten ei (lisä)arvoakaan, sillä arvon kokemiseen vaikuttavat arvon asettajan näkökulmasta esimerkiksi se, millaisessa kontekstissa hän arvoa kokee ja millaisia muita tekijöitä ja muuttujia kokonaisuuteen liittyy. On siis tunnistettava ihmisten tarpeita ja sanoittamattomiakin odotuksia heidän omissa elinpiireissään.

Tämän kehittämistyön tulosten mukaan muotoilun tuottaman arvon nähdään ilmenevän muun muassa ajan säästönä niin käyttäjien kuin organisaatioidenkin näkökulmista. Aikaa jää kun arki toimii ja päällekkäisyyksiä prosesseista poistetaan. Muotoilun avulla tehdään asioita näkyviksi, ymmärrettäviksi, konkretisoidaan ajattelua, haastetaan ja houkutellessaan kestävämpään elämään. Muotoilijat ovat osaltaan vaikuttamassa merkityksellisten innovaatioiden luomiseen.

Tämän työn hypoteettista näkemystä arvoista voisi jopa kutsua muotoilun arvolupaukseksi. Kuten työssä arvon käsitteen ja luonnin yhteydessä nostettiin esiin, emme voi todeta tuottavamme arvoa, mutta voimme luvata toimivamme ihmislähtöisesti siten, että käyttäjien, organisaatioiden, ekosysteemien ja yhteiskuntien näkökulmia huomioidaan mahdollisimman laaja-alaisesti ja arvotietoisesti.

6.2.3 Systeeminen arvo tukee elämälähtöisyyttä

Ilmastonmuutoksen, luonnon monimuotoisuuden köyhtymisen ja jäteongelmien maailmassa arvonluontia on katsottava uudelleen. Meidän tulisi katsoa maailmaa ihmislähtöisyyden lisäksi, tai jopa sijaan, elämälähtöisesti. Muotoilua ja muotoiluajattelua pohditaankin uudelleen ja kehitetään kohti elämälähtöisempiä ja kestävämpiä lähestymistapoja. Muotoilu 4.0, transitiomuotoilu ja systeeminen muotoilu edesauttavat siirtymissä ja muutoksessa navigointiin.

Muotoilijoilla on ollut suuri rooli nykyisenkaltaisten kestäättömien toimintatapojen ja tuotannon näkökulmasta ja tuleekin uudelleen pohtia sisäistä maailmaa ja ajattelua ja suhteuttaa sitä ulkoiseen maailmaan. Jos sisäisen maailman sokeita pisteitä ei tunnisteta, on vaikea luoda parempaa maailmaa.

Tulee ymmärtää mitä systeeminen arvo tarkoittaa ja kuinka sitä luodaan. Seppälä (2021) kuvaa systeemistä arvoa verraten sitä metsän ekosysteemiin, jossa kokonaisuus kehittyy pitkän ajan kuluessa. Ensin puut ja niiden väliset sienirihmastot kasvavat ja kehittyvät, sitten suuremmat puut ruokkivat pienempiä ja niin edelleen. Systeeminen arvo tarkoittaa sitä, että ajan saatossa syntyy tapoja jakaa enemmän.

7. Muotoilija rinaskenaarioissa

7.1 MUOTOILIJA KRIISISSÄ

Tämä ennakoinnin prosessilla toteutettu kehittämistyö on vahvistanut ymmärrystä siitä muutoksesta, joka maailmassa tapahtuu. Olen työtä tehdessä tarkastellut sisäistä muutostani, ollut kriisissä. Olen yrittänyt tunnistaa sokeita pisteitäni ja ymmärtänyt, että en voi olla hyvä muotoilija, saati yrittäjä, jos toimin sellaisista ulkoisista tekijöistä käsin, joihin en usko ja joiden näen radikaalisti muuttuvan tulevaisuudessa. Huomioin että olen kutsunut yhteiskehittämiseen sellaisia asiantuntijoita, joilla lähtökohtaisesti saattaa olla samanlaisia elämänarvoja ja näkyjä tulevaisuudesta. Luotan kuitenkin siihen, että heistä useat ovat tutkijoita, jotka tarkastelevat ilmiöitä niiden eri näkökulmista tutkijan ammattietiikalla.

Tämä työ tarvitsi muotoilijoiden kanssa käytävää yhteiskehittämistä. Keskustelua tulisi käydä paljon enemmänkin ja muotoilijoiden pohtia syvällisemmin panostaan ja vastuutaan erilaisissa yhteiskehittämisen prosesseissa. Muotoilijan arjessa kestävyyyteen liittyvät asiat eivät useinkaan ole osa päivittäistä toimintaa. Monesti koko aiheen käsittely jää organisaatioissa ylemmän tason puheeksi, eikä konkretisoidu jaettua tai systeemistä arvoa tuottavana toimintana. Yhteiskehittämisen näkökulmasta riittää, että kysytään asiakkaiden tarpeista, mutta piilevien tarpeiden selvittämiseen ei ole resursseja. Kiperissä paikoissa voidaan aina vedota siihen, että asiakkaan toiveet ja tarpeet muokkasivat tietynlaisen kokonaisuuden.

Jos emme tee toimintaamme ymmärrettäväksi ja osaa kommunikoida sen tuottamaa arvoa, voimme aivan hyvin olla vain yhteiskehittäjiä, jotka sulautuvat muihin tieteesiin. Jos emme osaa vakuuttavasti ja selkeästi kertoa, mitä tarkoittaa muotoilu, muotoiluajattelu, palvelumuotoilu, strateginen muotoilu, transitiomuotoilu, systeeminen

muotoilu ja niin edelleen, kuinka voisimme silloin harjoittaa ammatti-amme? Kuinka voisin toimia muotoilijana, joka tarjoaa keisarille uusia vaatteita? En voi, enkä ole koskaan toivottavasti toiminutkaan, mutta paljon on tehtävänä ja opittavana, jotta pääsemme yhä enenevässä määrin toimimaan yhä kompleksisempien haasteiden äärellä ja kiihdyttämään sellaista muutosta, joka on elämälähtöistä.

7.1.1 Kieltä pohtien

Lähdin tekemään tätä työtä vanhoihin kaavoihin kangistuneena. Ajattelin toimintaani muotoiluprosessin kautta, sekä lineaarisesti että iteroiden, ja yritykseni, sekä sen asiakkaiden ja yhteistyökumppaneiden näkökulmasta. Mitä syvemmälle erilaisiin tulevaisuuskuviin sukeltettiin, ymmärsin, että tapani toimia ei riitä. Se ei tunnu oikealta tämän työn kannalta, eikä oikealta oikeastaan minkään prosessin kannalta, joiden parissa paraikaa työskentelin. Lähtökohtaisesti koin, että minun tulee ajatteluni ja toimintani lisäksi kyseenalaistaa jopa kieli jota käytän.

Tulevaisuudessa emme rakenna strategioita, jotka perustuvat erottautumiseen ja kilpailuun, vaan meidän tulee luoda ymmärrystä kestävästä toiminnasta ja liikkumavaran rakentamiseksi. Näen, että muutosta ja tulevaisuutta rakennetaan jo kielessä. Miksi kutsumme taloustieteessä toiminta-ajatusta strategiaksi ja toimintaa strategiseksi johtamiseksi tai strategiatyöksi? Jos ei ole strategiaa, eikö ole toiminta-ajatusta? Tai ainakaan toiminta-ajatusta, jolla tehdään liiketoimintaa? Jos kilpailuetu ja vihollisen voittaminen ovat strategian ytimessä, ketä vastaan kilpailemme silloin, kun hupenevien resurssien maapallolla taistelemme elämästä? Suhteessa keneen luomme silloin kilpailuetua?

7.1.2 Transitioiden äärellä

Tämän prosessin aikana ajatteluni on haastettu paljon. Se on kuitenkin vienyt minut sellaisten teorioiden äärelle, joiden avulla olen

oivaltanut tärkeitä asioita tulevaisuutta silmällä pitäen. Jos olisin vuosi sitten ymmärtänyt mitä transitiomuotoilu tarkoittaa, tämän työn prosessi olisi luultavasti ollut transitiomuotoilun viitekehysten mukainen. Oikeastaan uskaltaisinkin sanoa, että sellainen se on nykyin – alku transitiomuotoilulle.

Tämä ennakkoinnin prosessilla toteutettu kehittämistyö on ensimmäinen vaihe transitiomuotoilussa, ja se on synnyttänyt visioita kestäväyydestä. Visioiden kriittistä tarkastelua on kuitenkin hyvä tehdä tulevaisuudessa, ennen kuin sukellaan muutosten teorioiden maailmaan ja opitaan ymmärtämään sisäisiä rakenteita ja itseorganisoitumista yhteistyöhön perustuvissa verkostoissa. Tämä prosessi on opettanut reflektointia, sekä kriittistä maailman tarkastelua ja työ jatkuu tulevaisuudessa ottamalla mukaan pohdintaan sellaisia ihmisiä, jotka eivät työskentele asiantuntijoina. Se mahdollistaa tämän työn kriittisen reflektoinnin muotoilun tuottamasta tulevaisuuden arvosta ja muotoilijan roolista arvon tuottajana.

7.2 YLEISESTÄ YKSITYISKOHTAISEMPAAN

Kehittämistyön ennakkointiprosessi tuotti näkemyksiä tulevaisuudesta melko yleisellä tasolla. Muotoilun tuottaman arvon kuvaus tekee samoin. Moni muotoilijatiimin esiin nostama asia tuottaa arvoa nykyisyydessäkin, eikä Oudenin innovaatioiden muotoilu ja arvon viitekehys teoriana katso muutostaloutta pidemmälle. Muotoilun arvon peilaaminen (jaetun) arvon viitekehyksessä tavallaan validoi innovaatioiden muotoilun teoriaa ja lisäksi ennakkointityötä. Toisella tavalla, ehkäpä avoimempi lähestymistapa arvon viitekehys -työpajassa olisi saattanut synnyttää hyvin erilaisia näkemyksiä muotoilun tuottamasta arvosta. Nyt arvon viitekehysten tasot ja näkökulmat otettiin itsestäänselvyyksinä, samoin kuin tulevaisuuskuvat, jotka olivat muodostuneet toimintaympäristöanalyysin, sekä tulevaisuusdialogien ja tietopohjan avulla. Tämä johtui siitä, että en fasilitoinut

aikaa niiden kriittiseen tarkasteluun, mikä olisi voinut kuitenkin olla tärkeää.

Yhteiskehittämisessä virisi mielenkiintoista keskustelua arvon viitekehityksen hyödyntämisestä esimerkiksi oman kehittymisen reflektoinnissa. Menetelmänä olemme Et May:ssä soveltaneet arvon viitekehystä muutaman vuoden ajan muun muassa sidosryhmien ymmärtämiseen ja tulevaisuuden tarkasteluun. Tämän prosessin avulla tulemme kehittämään ja soveltamaan sitä edelleen. Tähän prosessiin resursoitu aika on pystynyt tuottamaan juuri sellaista ja sen tasoista ymmärrystä, jonka avulla olen rakentanut kokonaiskuvaa ja seuraavassa vaiheessa pystyn tätä kokonaiskuvaa haastamaan ja muokkaamaan ytimeltään yhä kestävämmäksi.

Muotoilijoilla on suuri vastuu tulevaisuudesta ja kysymyksinä tähän kehittämistyöhön perustuen herääkin; voimmeko syleillä koko maailmaa? Osaammeko todella skaalata toimintaa tarpeiden mukaan – elämän tarpeiden mukaan? Tuleeko meidän muistaa, että olemme kuitenkin maailman näkyväksi tekeviä, tulkitsevia ja palvelevia, ja osaammeko toimia siinä roolissa? Kuka meitä johtaa? Osaammeko me johtaa? Mitä ylipäätään on johtaminen tulevaisuudessa?

Työn edetessä jäin pohtimaan, että jos tulevaisuus on mielentila, joka esineellistyi työkaluissa, esineellistyykö tulevaisuus itseasiassa muotoilussa. Tuleeko meidän esineellistää mielentilaa ja millaiselle mielentilalle maailmassa on tilaus ja mahdollisuus? Ehkäpä muotoilu on, muotoilun muotoilemisen tuottaakseen muotoilua sijaan, muotoilun muotoilemista tuottaakseen parempaa, kestävää tulevaisuutta.

Kiitos teille mahtaville yhteiskehittäjille, tuelle ja turvalle <3

*Anni Hapuoja, Pia Wäistö, Tero Laine, Hanna Kangas, Sonja Lahtinen,
Noora Västinen, Maija Faehnle, Antti Vassinen, Heikki Juntti, Pasi
Mäenpää, Saana Rönkönharju, Kati Kujanen, Mari Sollman, Päivi
Aro, Mikael Seppälä, Gregory Perez, Claudia Garduño García,
Matleena Muhonen, Arttu Kataja, Maarit Mikkonen, Kirsi Marttinen,
Mirja Kälviäinen ja Milla Mäkinen*

Lähteet

Action Lab Mexico. Home. Viitattu 20.4.2021. Saatavissa <https://aalto-labmexico.wordpress.com/>

Alanko, L. Ennakointi ja yhteiskehittäminen ehkäisevän päihdetyön suunnittelussa. Luento HuuMa-hankkeen osaamiskahvilassa 27.4.2021.

Ali-Yrkkö, J., Pajarinen, M. 2015. Aineettomat investoinnit. Teoksessa Tarjanne, P. (toim.) Aineeton arvo. Talouden uusi menestystekijä. TEM oppaat ja muut julkaisut 22/2015. Lönnberg Print & Promo, 8–9. Viitattu 2.3.2021. Saatavissa <https://tem.fi/documents/1410877/3169892/Aineeton+arvo+-+Talouden+uusi+menestystekij%C3%A4/5e9e953e-4ffa-44df-ba0d-2677ac3da190/Aineeton+arvo+-+Talouden+uusi+menestystekij%C3%A4.pdf>

Anttila, P. 1993. Käsityön ja muotoilun teoreettiset perusteet. Porvoo: WSOY.

Boyer, B, Cook, J & Steinberg, M. 2011. In Studio: Recipes for Systemic Change. Helsinki: Sitra.

Bradshaw, C. ym. 2021. Underestimating the Challenges of Avoiding a Ghastly Future. Frontiers. Viitattu 19.3.2021. Saatavissa <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fcosc.2020.615419/full>

Brown, T. 2008. Design Thinking. Harvard Business Review. June 2008. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://readings.design/PDF/Tim%20Brown,%20Design%20Thinking.pdf>

Buchanan, R. 1992. Wicked Problems in Design Thinking. The MIT Press. Viitattu 24.2.2021. Saatavissa https://web.mit.edu/jrankin/www/engin_as_lib_art/Design_thinking.pdf

Dadich, S. 2019. Abstraktio: Muotoilun taito. Bioarkkitehtuuri – Neri Oxman. TV-sarja. Netflix. Viitattu 27.2.2020. Saatavissa <https://www.netflix.com/watch/80237094?trackId=13752289&tctx=0%2C0%2C9d610fe0eda6d3b2>

65b3c27e6479a2346b2c276a%3A82aeb21da54e4d0d2ca546a73cfc97a068590bf1%2C%2C

Dilnot, C. 2017. Introduction to John Heskett's Design and the Creation of Value. Teoksessa Dilnot, C. & Boztepe, S. (toim.) Design and the Creation of Value. Bloomsbury Academic. Viitattu 16.3.2021. Saatavissa https://play.google.com/store/books/details/John_Heskett_Design_and_the_Creation_of_Value?id=jpiUDQAAQBAJ

Dufva, M. 2017. Pääkirjoitus. Futura-lehti 3/2017. Tulevaisuuksien tutkimuksen seura ry. Suomen Uusiokuori Oy, 3–4.

Dufva, M. 2020. Megatrendit 2020. Sitra. Viitattu 26.1.2021. Saatavissa <https://media.sitra.fi/2019/12/15143428/megatrendit-2020.pdf>

Dufva, M. 2020. Sitran selvityksiä 164. Megatrendit. Viitattu 2.2.2021. Saatavissa <https://media.sitra.fi/2021/01/08163817/vaikuta-tulevaisuuteen.pdf>

Dufva, M. ym. 2021. Vaikuta tulevaisuuteen. Sitran selvityksiä 174. Haasta, kuvittele ja toimi. Viitattu 27.4.2021. Saatavissa <https://media.sitra.fi/2021/01/08163817/vaikuta-tulevaisuuteen.pdf>

Ekman, K. ym. 2012. Design ROI -mitattavaa muotoilua. Viitattu 24.2.2021. Saatavissa: https://issuu.com/anttipitkanen/docs/designroi-mitattavaa_muotoilua

Escobar, A. 2017. Designs for the Pluriverse. Radical Interdependence, Autonomy, and the Making of Worlds.

Findeli, A. 2001. Rethinking Design Education for the 21st Century: Theoretical, Methodological, and Ethical Discussion. Design Issues: Volume 17, Number 1 Winter 2001. Massachusetts Institute of Technology. Viitattu 9.5.2021. Saatavissa <https://direct.mit.edu/desi/article/17/1/5/59989/Rethinking-Design-Education-for-the-21st-Century>

Findeli, A. 2017. The Metamorphosis of the Designer: A Prerequisite to Social Transformation by Design. Teoksessa Förster, M. ym. (toim.) UN/CERTAIN FUTURES. Rollen des Designs in gesellschaftlichen Transformationsprozessen. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa https://www.researchgate.net/publication/330019582_The_Metamorphosis_of_the_Designer_A_Prerequisite_to_Social_Transformation_by_Design

Garduño García, C. 2017. Design as freedom. Aalto-yliopisto. Väitöskirja. Viitattu 15.1.2021. Saatavissa <https://aaltdoc.aalto.fi/handle/123456789/25259>

Gävert, N., Tikka, V. 2015. Uuden aallon yritykset menestyvät luomalla runsaasti arvoa. Teoksessa Tarjanne, P. (toim.) Aineeton arvo. Talouden uusi menestystekijä. TEM oppaat ja muut julkaisut 22/2015. Lönnberg Print & Promo, 13–14. Viitattu 8.1.2021. Saatavissa <https://tem.fi/documents/1410877/3169892/Aineeton+arvo+-+Talouden+uusi+menestystekij%C3%A4/5e9e953e-4ffa-44df-ba0d-2677ac3da190/Aineeton+arvo+-+Talouden+uusi+menestystekij%C3%A4.pdf>

Haapala, L. 2019. Esipuhe. Yhteiseloä ilmastohuolen aikana. Teoksessa Hacklin, S., Oksanen, S. (toim.) Yhteiseloä – Ihminen, eläin ja luonto Kiasman kokoelmissa. Nykytaiteen museon julkaisuja 166/2019, Livonia Print, 10–21.

Heinonen, S. ym. 2013. Tulevaisuudentutkimuksen käsitteitä. Teoksessa Kuusi, O., Bergman, T. & Salminen, H. (toim.) Miten tutkimme tulevaisuuksia? 3., uudistettu painos. Sastamala: Vammalan kirjapaino, 321–334.

Helkama, K. 2015. Suomalaisten arvot. Mikä meille on oikeasti tärkeää? Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Heskett, J. 2017. Teoksessa Dilnot, C., Boztepe, S. (toim.) Design and the Creation of Value. Bloomsbury Academic. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://play.google.com/books/reader?id=R5mUDQAAQBAJ&pg=GBS.ZZO>

Irwin, T. 2013. TEDx Talks. Design. Design a Worldview for Social Impact: Terry Irwin at TEDxArtCenterCollegeofDesign. Youtube-video. Viitattu 24.4.2021. Saatavissa <https://www.youtube.com/watch?v=-te20sCFWlc>

Irwin, T., Kossoff, G. & Tonkinwise, C. 2015. The Transition Design Framework. Viitattu 30.5.2021. Saatavissa <https://transitiondesignseminar.cmu.net/the-transition-design-framework/>

Jones, P. Kijima, K. 2018. Systemic Design. Theory, Methods, and Practice. Tokyo: Springer Japan KK.

Junginger, S. 2017. Design as an economic necessity for governments and organizations. Teoksessa Dilnot, C. & Boztepe, S. (toim.) Design and the Creation of Value. Bloomsbury Academic. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://play.google.com/books/reader?id=R5mUDQAAQBAJ&pg=GBS.ZZ0>

Kaivo-oja, J., Koskinen, J. 2017. VUCA-ilmio edellyttää muutoksia suunnitteluun ja päätöksentekoon. Muutoksiin yhdessä oppien. Helsinki: Tehy ry, 6–7.

Kemppinen, M., Malaska, P. & Kuusi, O. 2003. Tulevaisuudentutkimuksen peruskäsitteet. Teoksessa Kamppinen, M., Kuusi, O. & Söderlund, S. (toim.) Tulevaisuuden tutkimus. Perusteet ja Sovelluksia. 2., korjattu painos. Helsinki: Suomalaisen kirjallisuuden seura, 41–53.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. Alma Talent. Viitattu 28.2.2021. Saatavissa <https://www.nextory.fi/kirja/palvelumuotoilun-bisneskirja-10208469/>

Kolko, J. 2015. Organizational Culture. Design Thinking Comes of Age. Harvard Business Review. Viitattu 12.3.2021. Saatavissa <https://hbr.org/2015/09/design-thinking-comes-of-age>

Kronqvist, J. 2018. Muotoilu keskittyy olennaiseen. Teoksessa Tikka, V., Gävert, N. (toim.) Designin uusi aalto. Merkitystä ja menestystä tälle vuosisadalalle. Tallinna: Kustannusosakeyhtiö Siltala, 57–59.

Lahtinen, S. 2020. Kauppatieteiden tohtori. Tampereen yliopisto.
Keskustelu 12.8.2020.

Lahtinen, S. 2020. Reframing the Role of Companies in Sustainability.
Toward business sustainability transitions. Tampereen yliopisto. Väitöskirja.
Viitattu 23.5.2021. Saatavissa <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/121641/978-952-03-1559-7.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

Lith, P. 2020. Muotoilualan suhdannekatsaus. Ornamo ry. Viitattu 26.2.2021.
Saatavissa <https://www.ornamo.fi/fi/tutkimus/muotoilualan-suhdannekatsaus/>

Lusch, R., Vargo, S. 2014. Service-Dominant Logic. Premises, Perspectives,
Possibilities. Cambridge University Press. Viitattu 2.3.2021. Saatavissa
<https://www.amazon.com/Service-DominantLogic-Premises-Perspectives-Possibilities/dp/0521124328>

Malaska, P. 2013. Tulevaisuustietoisuudesta ja tulevaisuudesta tietämises-
tä. Tulevaisuus mielenkiinnon kohteena. Teoksessa Kuusi, O., Bergman, T. &
Salminen, H. (toim.) Miten tutkimme tulevaisuuksia? 3., uudistettu painos.
Sastamala: Vammalan kirjapaino, 14–22.

Malaska, P., Virtanen I. 2013. Tulevaisuuksienkaikkeus. Teoksessa Kuusi, O.,
Bergman, T. & Salminen, H. (toim.) Miten tutkimme tulevaisuuksia? 3.,
uudistettu painos. Sastamala: Vammalan kirjapaino, 125–136.

Maula, H. & Maula, J. 2019. Design ja johtaminen. Helsinki: Alma Talent Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T., Ritalahti, J. 2020. Kehittämistyön menetelmät.
Digitaalinen rinnakkaisversio. Sanoma Pro Oy.

Oosi, O., Keinänen, J., Rausmaa, S. & Pitkänen, A. 2017. Muotoile Suomi
-ohjelman väliarviointi. Viitattu 2.3.2021. Saatavissa https://julkaisut.valtio-neuvosto.fi/bitstream/handle/10024/160394/TEMrap_33_2017_verkkojulkaisu.pdf

Ouden, E. 2012. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Ouden, E. 2012. Fig. 2.1. Levels of value. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Ouden, E. 2012. Fig. 3.1. Integrating views on value from social sciences in the value framework. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Ouden, E. 2012. Fig. 3.2. Economic value concepts in the value framework.. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Ouden, E. 2012. Fig. 3.4. Psychological value concepts in the value framework. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Ouden, E. 2012. Fig. 3.5. Sociological value concepts in the value framework. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Ouden, E. 2012. Fig. 3.6. Egological value concepts in the value framework. Innovation Design. Creating Value for People, Organizations and Society. Lontoo: Springer–Verlag.

Pettifor, A. 2019. The Case for the Green New Deal. Lontoo: Verso.

Pitkänen, A. & Veinola, A. 2014. Design Roi. Mitattavaa muotoilua. Teoksessa Miettinen, S. (toim.) Muotoilujattelu. Tampere: Teknologiainfo Teknova Oy, 61–71. Viitattu 15.3.2021. Saatavissa <https://ekinjasto.kirjastot.fi/ekirjat/muotoilujattelu>

Pöppönen, H. 2013. Designkuplia. Suomalaisen muotoilun ilmiöitä. Helsinki: Unigrafia Oy.

Rautio, P. 2020. Ei oteta kantaa, se on jo meissä. Pääkirjoitus. Taide 5–6/20. Viitattu 3.2.2021. Saatavissa http://www.taidellehti.fi/arkisto/taide_5-6_20/paakirjoitus

Rawsthorn, A. 2014. Hello World. Where Design Meets Life. New York: The Overlook Press, Peter Mayer Publishers, Inc.

Rehn, O. 2015. Esipuhe. Aineeton arvo. Teoksessa Tarjanne, P. (toim.) Aineeton arvo. Talouden uusi menestystekijä. TEM oppaat ja muut julkaisut 22/2015. Lönnberg Print & Promo, 4–5. Viitattu 8.1.2021. Saatavissa <https://tem.fi/documents/1410877/3169892/Aineeton+arvo+-+Talouden+uusi+menestystekij%C3%A4/5e9e953e-4ffa-44df-ba0d-2677ac3da190/Aineeton+arvo+-+Talouden+uusi+menestystekij%C3%A4.pdf>

Rubin, A. Arvojen muutos. Topi – tulevaisuudentutkimuksen oppimateriaali. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu, Turun yliopisto. Viitattu 11.5.2021. Saatavissa <https://tulevaisuus.fi/filosofiset-perusteet/muuttuvat-arvot/arvojen-muutos/>

Rubin, A. Arvon määritelmä. Topi – tulevaisuudentutkimuksen oppimateriaali. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu, Turun yliopisto. Viitattu 23.2.2021. Saatavissa <https://tulevaisuus.fi/filosofiset-perusteet/muuttuvat-arvot/arvon-maaritelma/>

Rubin, A. Käsitteitä A–H. Topi – tulevaisuudentutkimuksen oppimateriaali. Tulevaisuuden tutkimuskeskus, Turun kauppakorkeakoulu, Turun yliopisto. Viitattu 23.2.2021. Saatavissa <https://tulevaisuus.fi/kasitteet/kasitteita-a-h/>

Seppälä, M. 2021. Hallituksen puheenjohtaja. Systems Change Finland – Systeeminen muutos Suomi ry. Haastattelu 30.1.2021.

Suoheimo, M. 2020. Approaching Wicked Problems in Service Design. Lapin yliopisto. Väitöskirja. Viitattu 13.3.2021. Saatavissa <http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-337-223-8>

Systems Change Finland. Viitattu 20.3.2021. Saatavissa <https://www.systemschange.fi/>

Tieteen termipankki. Filosofia. Arvofilosofia / Arvo. Viitattu 23.2.2021. Saatavissa <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:arvo>

Tieteen termipankki. Filosofia. Ihmisarvo. Viitattu 26.2.2021. Saatavissa <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:ihmisarvo>

Tieteen termipankki. Filosofia. Emergenssi. Viitattu 15.4.2021. Saatavissa <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:emergenssi>

Tieteen termipankki. Kasvatustieteet. Arvo. Viitattu 23.2.2021. Saatavissa <https://tieteentermipankki.fi/wiki/Kasvatustieteet:arvo>

Tikka, V. 2018. Designin uusi aalto? Designin lyhyt historia. Teoksessa Tikka, V & Gävert, N. (toimi.) Designin uusi aalto. Merkitystä ja menestystä tälle vuosisadalle. Tallinna: Kustannusosakeyhtiö Siltala, 8–10.

Toikko, T., Rantanen, T. 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta. Tampereen Yliopistopaino Oy – Juvenes Print. Viitattu 20.1.2021. Saatavissa https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/100802/Toikko_Rantanen_Tutkimuksellinen_kehittamistoiminta.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. Liettua: BALTO print.

Ugas, O. 2016. Onnistuminen muotoilussa – muotoilijan työn tavoitteiden mittaaminen ja arviointi. Jyväskylän yliopisto. Viitattu 23.2.2021. Saatavissa <https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/52362/1/URN%3ANBN%3Afi%3Aju-201612145105.pdf>

VanPatter, GK. 2020. Series: NextD Futures. Rethinking Design Thinking. Making Sense of the Future That Has Already Arrived. New York: 2020 Humantific Publishing.

Vepsäläinen, A. 2015. Tapaus: Muotoilija 2025. Hypoteesi muotoilijan ammatillisesta tulevaisuudesta. Lahden ammattikorkeakoulu. Viitattu 8.3.2021. Saatavissa https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/97014/Vepsalainen_Aino.pdf?sequence=1&isAllowed=y

What Does Liberal Arts Mean? Princeton University. Viitattu 10.3.2021. Saatavissa <https://admission.princeton.edu/academics/what-does-liberal-arts-mean>

Wikipedia. 2020. Vapaat taidot. Viitattu 25.2.2021. Saatavissa https://fi.wikipedia.org/wiki/Vapaat_taidot#:~:text=Vapaat%20taidot%20

Ylitalo, S. 2019. Ennen ihminen katsoi peiliin, nyt hän katsoo käppyröitä – KuvAn tutkimuspäivillä puhutaan posthumanismista ja varaudutaan ilmastonmuutokseen. Taideyliopisto. Viitattu 20.4.2021. Saatavissa <https://www.uniarts.fi/artikkelit/ilmiot/ennen-ihminen-katsoi-peiliin-nyt-han-katsoo-kappyroita-kuvan-tutkimuspaivilla-puhutaan-posthumanismista-ja-varaudutaan-ilmastonmuutokseen/>

Zophoniasdottir, S. Accelerating Learning. Viitattu 6.3.2021. Saatavissa <https://www.youtube.com/watch?v=ikMn2yHZ-q4>

*Muotoilu on, muotoilun muotoilemisen
tuottaakseen muotoilua sijaan,
muotoilun muotoilemista tuottaakseen
parempaa, kestäväää tulevaisuutta.*

.....

.....

.....

.....