

Anu Kampman

# Metsäpäivä-keittiötekstiilimallisto

Väreillä iloa ja hyvää oloa arkeen

---

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Muotoilu

Tekstiilisuunnittelu

Opinnäytetyö

19.5.2013

Tekijä(t) Otsikko  Sivumäärä Aika	Anu Kampman Metsäpäivä-keittiötekstiilimallisto Väreillä iloa ja hyvää oloa arkeen 55 sivua + 2 liitettä 19.5.2013
Tutkinto	Muotoilija AMK
Koulutusohjelma	Muotoilu
Suuntautumisvaihtoehto	Tekstiilisuunnittelu
Ohjaaja(t)	Lehtori Tuija Nieminen Muotoilun koulutusvastaava Tiina Karhu
<p>Opinnäytetyön päätavoitteena oli suunnitella keittiötekstiilimallistokonsepti omalle yritykselleni. Suunnittelun lähtökohtana oli suunnitella mallisto, joka toisi piristystä jokapäiväiseen arkeen iloisen värityksen sekä ajattoman teeman myötä. Opinnäytetyön tutkimusosiossa käsiteltiin värien ja kuvioiden hyvinvoinnillista vaikutusta sekä sitä, kuinka muotoilu luotaamista voidaan käyttää suunnittelutyön tukena.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimuskysymyksenä oli värien ja kuvioiden vaikutus tekstiilisuunnittelussa. Työssä pohdittiin värien hyvinvoinnillisia ja psykologisia vaikutuksia sekä sitä, miten värit vaikuttavat asiakkaiden ostopäätökseen tuotetta ostettaessa. Hyvinvointiteemaa tekstiilisuunnittelussa käsiteltiin Margit Sjöroosin luoman Stress free area –konseptin kautta. Suunnittelutyön tueksi laadittiin muotoilu luotaamiseen perustuva käyttäjäselvitys, joka toimi asiakkaiden ja suunnittelijan välisenä vuoropuheluna keittiötekstiilimalliston suunnitteluprosessissa. Käyttäjäselvityksessä käsiteltiin kuvien ja keskustelujen kautta kolmea eri kategoriaa: värejä, kuvioita ja tunnelmia sekä sivuttiin suunniteltavaan mallistoon tulevia tuotteita ja materiaalivalintoja. Selvityksen tulokset analysoitiin ja ne toimivat suunnittelijalle tärkeänä inspiraation lähteenä varsinaisessa suunnittelutyössä.</p> <p>Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi valmis keittiötekstiilimallistokonsepti. Metsäpäivä-keittiötekstiilimallisto koostuu yhdestätoista erilaisesta tekstiilituotteesta sekä metritavarana myytävästä kankaasta. Suunniteltuja tuotteita ei valmisteta valmiiksi tuotteiksi opinnäytetyön teon aikana, minkä takia tuotekehittely ja tuotannosuunnittelu jatkuu erillisenä projektina opinnäytetyöprosessin jälkeen.</p> <p>Opinnäytetyö antaa lukijalle näkemyksen siitä, kuinka tekstiilisuunnittelulla voidaan vaikuttaa jokapäiväiseen hyvinvointiin sekä kuinka muotoilu luotaimia voidaan käyttää suunnittelutyön tukena.</p>	
Avainsanat	värit, hyvinvointi, muotoilu luotaimet, keittiötekstiilimallisto

Author(s) Title Number of Pages Date	Anu Kampman Metsäpäivä – a kitchentextile collection Colours to bring joy and well-being for everyday life 55 pages + 2 appendices 19 May 2013
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Design
Specialisation option	Textile Design
Instructor(s)	Tuija Nieminen, Lecturer Tiina Karhu, Head of Degree Programme
<p>The main objective of the Thesis was to design a kitchen textile collection concept for the Author's own business. A starting point of planning was to design the collection that would bring zest to every weekday via glad colouring and a classic theme.</p> <p>The research question focused on discovering the influence of colours and figures on well-being and also how design probes can be used for helping design work. Well-being and psychological influences of colours and how colours influence consumers' buying decision when they buy the product were examined in detail. The well-being -theme in a textile design was dealt via Stress free area -concept which Margit Sjöroos has created.</p> <p>For the design work was made a user survey which based on the design probes. The user survey was used as a dialogue between the designer and consumers in the designing project of the kitchentextile collection. Three different categories (colours, figures and atmospheres) were dealt with through pictures and conversations in the user survey. Also the products that are coming to the design collection and the material choices were dealt with in the user survey. The conclusions of the user survey were analyzed and they worked as an important inspiration source for the designer in the design work. A kitchen-textile collection concept was created as a conclusion of the Thesis. The Metsäpäivä-kitchentextile collection consists of eleven different textile products and of some textile that is sold by meters.</p> <p>The designed products will not be made as ready products during the process of the Thesis and that is why the product development and product design will be continued as a separate project. The Thesis provides its reader with a view of the fact how textile design influences the everyday well-being and also how design probes can be used as support for the design work.</p>	
Keywords	colours, well-being, design probes, kitchentextile collection

## Sisällys

1	Johdanto	1
2	Opinnäytetyön taustaa	2
2.1	Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmät	2
2.2	Viitekehys	3
2.3	Toimeksianto	5
3	Hyvinvointia tila- ja tekstiilisuunnittelulla	6
3.1	Mitä hyvinvointi on?	6
3.2	Stress free area -konsepti	7
3.3	Tekstiilit hyvinvointia edistämässä	10
4	Värit ja niiden psykologinen vaikutus	11
4.1	Mitä väri on?	11
4.2	Miten värit havaitaan?	12
4.3	Väripsykologia ja -symboliikka	12
4.4	Yhteenveto värien vaikutuksista	16
5	Elon iloja -käyttäjäselvitys	19
5.1	Käyttäjäselvityksen laatiminen	19
5.2	Käyttäjäselvityksen toteuttaminen	25
5.3	Tulosten analysointi	26
6	Metsäpäivä-keittiötekstiilimallistokonsepti	37
6.1	Teema	37
6.2	Mallisto	41
7	Päätäntä	52
7.1	Yhteenveto	52
7.2	Jatkotoimenpiteet	53
	Lähteet	54
	Liitteet	
	Liite 1. Metsäpäivä-keittiötekstiilimalliston pienempi kuosi	
	Liite 2. Metsäpäivä-keittiötekstiilimalliston isompi kuosi	

## 1 Johdanto

Opinnäytetyöni aiheena on keittiötekstiilimalliston suunnittelu teemoilla *väreillä iloa arkeen* sekä värien hyvinvoinnillisen vaikutuksen tutkiminen. Suunnittelen malliston omalle Anu Kampman -nimeä kantavalle yritykselleni. Tavoitteenani on suunnitella mallisto, joka toisi piristystä jokapäiväiseen arkeen iloisen värityksen sekä ajattoman teeman myötä. Valmiita tuotteita ei valmisteta opinnäytetyöprosessin aikana, vaan opinnäytetyö koostuu kuosi- ja tuotesuunnitteluluonnoksista, jotka valmistetaan varsinaisiksi tuotteiksi myöhemmin.

Opinnäytetyön tutkimusosion aiheina ovat värit ja niiden merkitys tuotteissa sekä muotoilu luotaaminen. Tutkin, onko väreillä hyvinvoinnillisia tai psykologisia vaikutuksia ja miten värit vaikuttavat asiakkaiden ostopäätökseen tuotetta ostettaessa. Perehdyn hyvinvointiteemaan muotoilun ja värien näkökulmasta Margit Sjöroosin kehittelemän Stress free area –konseptin kautta. Keittiötekstiilimallistoa suunnitellessani yksi tärkeä osa on asiakkaan ja suunnittelijan välinen vuoropuhelu, johon perehdyn tarkemmin muotoilu luotaamisen avulla. Värien tutkimisen jälkeen laadin käyttäjäselvityksen, jonka tarkoituksena on selvittää värien, kuvioiden ja tunnelmakuvien kautta asiakkaiden näkemystä siitä, millaisista elementeistä koostuu piristävä ja energiaa tuova mallisto.

Käyn läpi luvussa kaksi tutkimuksen lähtökohtia, tutkimuksen keskeisiä käsitteitä viitekehyksessä, tutkimuksen tavoitteita ja mitä menetelmiä aion tutkimuksen teossa käyttää. Aloitan tutkimusosuuden perehtymällä muotoilun ja tekstiilien tuomiin hyvinvoinnillisiin vaikutuksiin, joita käsittelen luvussa kolme. Hyvinvointiosion jälkeen tutkin luvussa neljä tarkemmin värejä ja niiden psykologista vaikutusta sekä laadin molempien tutkimieni aineistojen pohjalta käyttäjäselvityksen. Analysoin toteutuneen käyttäjäselvityksen tulokset luvussa viisi ja käytän tutkimustuloksia keittiötekstiilimallistoni suunnittelun tukena. Luku kuusi käsittelee projektiosuutta, jossa keskityn kuosimalliston suunnitteluun ja kuosien kokoamiseen sekä malliston visuaaliseen puoleen. Käyn läpi malliston teeman ja värikartan sekä suunnittelen varsinaisia tuotteita, joissa kuosejani käytettäisiin. Päätäntäosiossa luvussa seitsemän käyn läpi suunnittelutyön tuloksia, malliston jatkotoimenpiteitä sekä koko opinnäytetyöprosessin onnistumista.

## 2 Opinnäytetyön taustaa

### 2.1 Tutkimuskysymys ja tutkimusmenetelmät

Tutkimukseni lähtökohtana on värien hyvinvoinnillinen vaikutus teksteille. Tutkin, voidaanko väreillä lisätä hyvinvointia ihmisen arjessa ja millaisia psykologisia vaikutuksia väreillä ja kuvioilla on. Kirjallisuuden ja internetlähteiden lisäksi käytän hyväkseni erilaisia muotoiluohjelmia ja laadin niiden pohjalta käyttäjäselvityksen, jonka analysoituja tuloksia käytän tukena keittiötekstiilimalliston kuosisuunnittelua tehdessäni. Haluan vastauksia siihen, voidaanko erilaisilla väreillä ja kuvioilla teksteilleissä tuottaa piristävää, energistä ja positiivista tunnetta käyttäjälle?

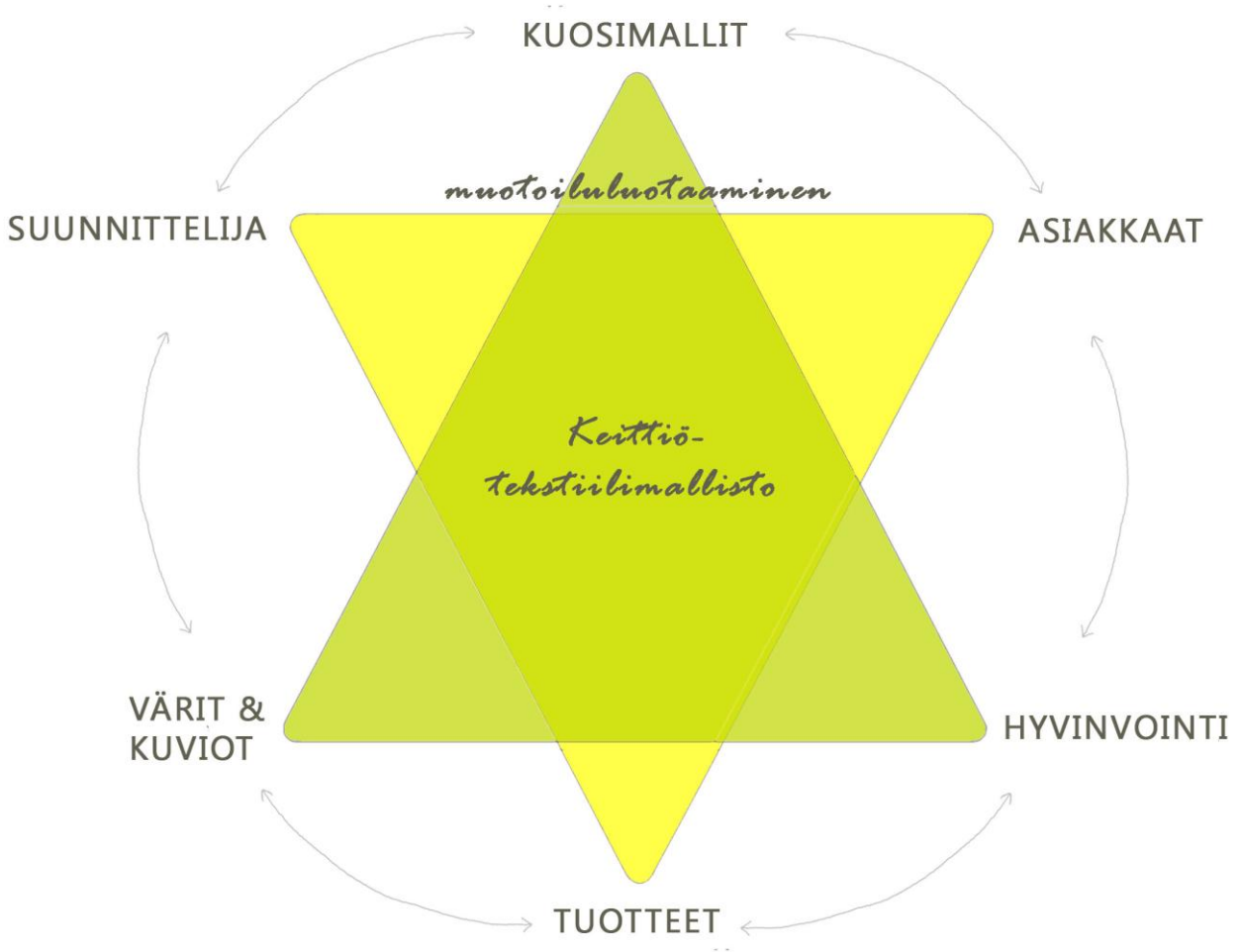
Tutkin tämän kysymyksen pohjalta viitekehyksessä (kuvio 1) esitettyjä kohtia, kuten värien ja kuvioiden vaikutusta kuosisuunnittelussa sekä suunnittelijan ja asiakkaan välistä vuoropuhelua tuoteperhettä suunnitellessa. Pohdin, millaisia tuotteita kuosimallistostani voisi suunnitella, jotta ne palvelisivat mahdollisimman hyvin asiakkaita.

Hyvinvointiteemaa käsittelen Margit Sjöroosin luoman Stress free area –konseptin kautta. Kerron tarkemmin hänen ideologiastaan ja tutkimuksistaan värien ja muotojen vaikutuksista tilasuunnittelussa. Värien ja kuvioiden vaikutuksia tutkiessani käytän apunani väripsykologiaan liittyvää kirjallisuutta sekä etsin tietoa internetistä. Kerätyn aineiston pohjalta laadin käyttäjäselvityksen, jotta saan vähän laajempaa näkemystä värien ja kuvioiden vaikutuksista käytännön tasolla. Pyrin tekemään käyttäjäselvityksen useammalle ihmiselle, jotta saisin selvityksen tuloksesta mahdollisimman kattavan.

Käyttäjäselvitystä laatiessani käytän apunani Tuuli Mattelmäen Muotoiluohjelmakirjaa. Laadin selvityksen, jossa käytän sekä kuvallista että kirjallista ilmaisua. Käyttäjäselvityksen tuloksia apuna käyttäen ja niitä tunteisiini peilaten suunnittelen keittiöteksteilleihin sopivan kuosimalliston. Kuosimalliston suunnittelussa hyödynnän osaksi jo olemassa olevia kuosiluonnoksiani sekä täydennän niitä uusilla malleilla.

## 2.2 Viitekehys

Opinnäytetyön pohjana on kahdesta kolmiosta muodostuva viitekehyskuvio (kuvio 1), joka kuvaa keittiötekstiilimalliston suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä. Työn pääpaino on valmiissa keittiötekstiilimallistossa, joka on merkitty viitekehyskuvion keskelle osoittamaan sen painoarvoa. Keittiötekstiilimalliston suunnittelemisen koostuu tutkimusosion kolme pääteemaa ovat hyvinvointi, värit ja kuviot sekä niistä syntyvä kuosimallisto. Toinen kolmio kuvaa taas suunnittelijan ja asiakkaan välistä kanssakäymistä, jonka tuloksena syntyvät ideat malliston tuotteista. Kun kolmiot liitetään yhteen, syntyy kokonaisuus, jossa jokainen osa-alue on vaikuttava tekijä lopputuloksessa, eli valmiissa keittiötekstiilimallistossa. Näiden osa-alueiden ympärille opinnäytetyöni muodostuu.



Kuvio 1. Viitekehys.



### 2.3 Toimeksianto

Suunnittelen keittiötekstiilimalliston omalle toiminimelleni. Olen perustanut Anu Kampman -nimeä kantavan yritykseni vuonna 2008. Yritykseni toimialaan kuuluvat tekstiilin ja muotoilun eri kentät tuotteiden ja tilojen suunnittelusta aina tuotteiden valmistukseen saakka. Tällä hetkellä yritykseni toiminta on hyvin pienimuotoista opiskelujen ja toisaalla tehtävän palkkatyön vuoksi. Haaveissani on opiskelujen loputtua aktivoida uudelleen jo aikaisemmin aloitettu yritystoiminta, josta toivon mukaan saan myöhemmässä elämänvaiheessa elannon itselleni.

Päädyin tekemään opinnäytetyön omalle yritykselleni, koska koen siitä olevan eniten hyötyä minulle tulevaisuuttani ajatellen. Haluan käyttää hyödykseni kaiken koululta saaman sekä ammatillisen että opetuksellisen tuen yrittäjyyttä silmällä pitäen, joten keittiötekstiilimalliston tekeminen omalle toiminimelle tuntuu luontevalta ja järkevältä valinnalta.

Tarkoitukseni on suunnitella ajaton ja positiivista henkeä huokuva keittiötekstiilimallisto, joka olisi tunnelmaltaan piristävä, energinen ja valoisa sekä väri- ja kuviomaailmaltaan leikittelevä. Suunnittelun yhtenä lähtökohtana ovat asiakkaat ja heidän tarpeensa. Otan asiakkaiden tarpeet huomioon tekemällä väreihin, kuvioihin, tunnelmiin ja tuotetarpeisiin perustuvan käyttäjäselvityksen, jonka analysoidut tulokset huomioin malliston suunnitteluvaiheessa.

Keittiötekstiilimalliston on tarkoitus olla valmiina tuotantoon kesän 2013 aikana siten, että se saadaan myyntiin vuoden 2013 aikana. Tuotteiden myynti tapahtuu ensisijaisesti jälleenmyyjien ja suoraan suunnittelijan kautta. Mallistoni potentiaalisia jälleenmyyjä olen kartoittanut kesän ja syksyn 2012 aikana hyvällä menestyksellä. Olen käynyt alustavia neuvotteluja jälleenmyynnistä useamman yrityksen kanssa ja uskon pääseväni molempia osapuolia tyydyttävään sopimukseen tuotteiden myynnistä.

### 3 Hyvinvointia tila- ja tekstiilisuunnittelulla

#### 3.1 Mitä hyvinvointi on?

Hyvinvointi käsitteenä on hyvin moniulotteinen. Hyvinvoinnissa nähdään yksilöllinen, yhteisöllinen ja yhteiskunnallinen ulottuvuus. Ihmisen hyvinvointikäyttäytymiseen vaikuttavat muun muassa kulttuurisidonnaisuus: opitut ja omaksutut tavat, käyttäytymissäännöt, arvot, asenteet, arvostukset sekä mitä ihannoidaan ja tuetaan yhteisöllisesti. (Conbalance Oy 2012.) Tila- ja tekstiilisuunnittelulla voidaan edistää hyvinvointia, hyvää oloa ja parantaa elämänlaatua, mutta on hyvä ensin tarkastella hyvinvointikäsitettä hieman tarkemmin.

Perinteisesti kansakunnan hyvinvoinnin mittarina on käytetty bruttokansantuotetta, eli BKT:ta, joka tarkoittaa yhteiskunnan kokonaistuotannon kehitystä (Tilastokeskus 2013). 1700-luvulla alkanut kansantaloudellinen murrosvaihe johti siihen, että yhteiskunnan edistymisen uskottiin perustuvan markkinoihin ja niiden laajentumiseen. Markkinat omaksuttiin yhä laajemmin tuotantoa ja tavaravaihtoa ohjaavaksi toimintatavaksi, josta syystä markkinoiden merkitys kasvoi vähitellen yhteiskuntaa ohjaavaksi toimintaperiaatteeksi. Samoihin aikoihin taloudesta tuli määräävä tekijä hyvinvoinnin ymmärtämisessä ja talouskasvusta tuli vähitellen kansakunnan hyvinvoinnin mittari. Talouden nousu hyvinvoinnin määrittäjäksi on perusteltua. Kasvun myötä alkanut teknologinen kehitys alkaen höyrymoottoreista ja kehuukoneista johtivat ennennäkemättömään tuotannon lisäykseen ja sitä myöten myös aineellisen hyvinvoinnin kasvuun. Erilaisissa tutkimuksissa on todettu, että bruttokansantuotteen kasvu ei enää lisää hyvinvointia perustarpeiden tyydyttämisen jälkeen. Hyvinvoinnin määrittämisen painopiste on siirtymässä aineellisen vaurauden korostamisesta aineettomaan hyvinvointiin, kuten esimerkiksi elämisen merkityksellisyyteen, ihmissuhteiden arvostamiseen sekä huono-osaisuuden välttämiseen. (Kajanoja 2005.)

Yksi hyvinvoinnin edellytyksistä on pyrkiä elämään tasapainoista elämää ilman liiallisia stressitekijöitä. Jokaisen ihmisen kyky sietää fyysisiä, psyykkisiä tai digitaalisia stressitekijöitä ovat yksilöllisiä. Stressi on käsitteenä hyvin monimutkainen. Se voidaan jakaa karkeasti kolmeen kategoriaan: negatiiviseen, positiiviseen ja neutraaliin stressiin, joista ihminen tarvitsee eloon jäämisessä ja päivittäisessä selviytymisessä sekä positiivista että negatiivista stressiä. (Conbalance Oy 2012.)

Ihminen on psyykkinen ja fyysinen kokonaisuus, minkä vuoksi myös ympärillämme oleva fyysinen, digitaalinen ja mentaalinen tila kannattaisi jo lähtökohtaisesti nähdä monialaisesti ja moniaistisesti. Negatiivisia, fyysisiä stressioireita voivat olla esimerkiksi kylmyys, kuumuus, saasteet, suora kohdevalo tai välkkyvät valot, suuret desibelit, tietyt väripariyhdistelmät, hajut, tietynlaiset taajuudet, suorituspainet tai yhtäaikainen aistiärsyketulva. Edellä mainittuja ärsykeitä voidaan kuitenkin säädellä oikeanlaisella tilasuunnittelulla. Lähtökohtana stressittömän tilan suunnittelussa voidaan pitää ihmisen suhdetta luontoon. Rakennetun ja luonnonmukaisen ympäristön keskinäistä suhdetta peilaamalla voidaan pyrkiä suunnittelemaan fyysisesti stressioireeton tila, jonka arvoina ovat kohtuus, kiitollisuus ja paluu perusasioiden äärelle. Ihminen reagoi ympäristöönsä myös neurofysiologisella tavalla. Tällä tarkoitetaan sitä, miten elimistö reagoi sisäisiin ja ulkoisiin rasituksiin sekä negatiivisiin stressitekijöihin. (Conbalance Oy 2012.)

Konseptisuunnittelija Margit Sjöroos on kehittänyt menestyvän Stress free area -konseptin, joka kiteyttää yhteen ihmisen erilaiset stressitilat, hyvinvoinnin ja tilasuunnittelun. Seuraavassa luvussa käydään tarkemmin läpi Stress free area -konseptia ja itse konseptin luoja Margit Sjöroosia.

### 3.2 Stress free area -konsepti

Stress free area on hyvinvointialan innovaatio, jonka kehittäjä on Margit Sjöroos Conbalance Oy:sta. Yksinkertaisuudessaan konseptin tavoitteena on luoda säädeltäviä, ylimääräisistä aistiärsykkeistä vapaita, stressittömiä tiloja.

Stress free area -konseptia on kehitetty vuodesta 1996 lähtien ja se on rekisteröity tavaramerkiksi Suomen lisäksi jo Yhdysvalloissa, Kiinassa, Venäjällä ja EU:ssa. Stress free area on neurofysiologista suunnittelua, joka ottaa huomioon digitaalisen ja fyysisen ympäristön välisen merkityksen ihmisen hyvinvoinnille. Konsepti toteutetaan käyttämällä hyväksi muun muassa erilaisia aivotutkimuksien lainalaisuuksia yhdistettynä väri-, hahmo-, ja käytettävyytensä psykologiaan. Konseptin tavoitteena on vähentää suunnittelun keinoin negatiivisia stressitekijöitä eli negatiivisia aistiärsykeitä fyysisestä ja digitaalisesta ympäristöstä. Tällaisia ärsykeitä ovat esimerkiksi melu, ympäristön vireystila, valaistus, värisävyt, sommittelu, ilmanlaatu ja sähkömagneettiset kentät. (ConbalanceOy 2012.) Negatiiviset ärsykkeet vaikuttavat vahvasti tunteisiimme ja sitä myöten tunnelmien ja tarkkaavaisuuden lisäksi muistamiseen ja terveyteen. Konseptin avulla voidaan tukea ihmisen hyvinvointia tuottamalla erilaisia tunnelmia ja

vireystiloja moniaistisesti ja aistiystävällisesti. (Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009.) Stress free area -konsepti toimii tutkimusyhteistyössä Helsingin yliopiston käyttäytymistieteiden tiedekunnan ja psykologisen laitoksen kanssa, Oulun yliopiston, Työterveyslaitoksen ja Aalto yliopiston kanssa. Konsepti on saanut paljon tunnustusta ympäri maailman ja on siten muun muassa valittu vuonna 2008 maailman kolmanneksi parhaaksi toimistokonseptin kehittäjäksi tehdessä yhteistyötä rakennusliike NCC Property Development Oy:n kanssa. (Conbalance Oy 2012.)

Kuka sitten on tämän hyvinvoinnillisen aatteen takana? Hän on konseptisuunnittelija Margit Sjöroos. Kaikki sai alkunsa 1990-luvun loppupuolella, jolloin Sjöroos työskenteli kulttuurintuottajana Jyväskylässä ja Helsingissä. Lamasta toipuvassa Suomessa pätkätyöt, kova työtahti ja siitä seurannut burnout olivat päivän ilmiö. Tuolloin Sjöroos alkoi pohtia, olisiko missään olemassa sellaisia julkisia tiloja, jotka olisi erityisesti suunniteltu ehkäisemään stressiä. Hän kaipasi raskaiden työpäivien jälkeen paikkaa, jossa olisi voinut välttyä päällekkäivistä valoista, melusta, kovista muodoista ja ärsyttävistä väriyhdistelmistä. Pienen tutkimisen jälkeen Margit Sjöroos sai huomata, ettei tällaisia tiloja ollut olemassa lainkaan, joten hän päätti keksiä koko käsitteen itse. Niin syntyi Stress free area -konsepti, jonka tärkeimmäksi teesiksi nousi hyvinvointi. (Seuri 2006.)

Joitain tieteellisiä tutkimuksia hyvinvoinnin parantamiseksi oli olemassa. Esimerkiksi Terveiden ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimuksen mukaan jo korkeat kerrostalot lisäävät ihmisen turvattomuuden tunnetta, mikä puolestaan lisää stressiä. Sjöroos uskoo, että väärin suunnitellut, aistiärsykeitä pursuavat ympäristöt uuvuttavat ihmistä, josta seuraa riitoja ja lopulta seurauksena voi jopa luovuus kärsiä. Sjöroosin mielestä länsimaisen kulttuurin rakennus- ja sisustustapa ei edes anna mahdollisuutta henkiselle hyvinvoinnille. Hän peräänkuuluttaa suunnittelijoita miettimään arkipäiväistä ympäristöämme - sitä kokonaisuutta, missä elämme. Rakennuspalikoina tulisi käyttää pehmeitä valoja, silmäliikettä mukailevia kaarevia muotoja ja rauhoittavia värejä. (Seuri 2006.)

Margit Sjöroosin ensimmäinen Stress free area -konseptin työnäyte oli oikea stressitön kahvila Gastro-messuilla Helsingin messukeskuksessa keväällä 2004.

Yhteistyökumppaneita projektissa oli useita, aina kahvinvalmistajista astiastojen suunnittelijoihin. Kahvilan valaistus, kalusteet ja henkilökunnan vaatetuskin oli suunniteltu Sjöroosin vision mukaan. Väreinä kahvilassa oli käytetty raikasta valkoista, taivaansinistä ja vaalean keltaista. Taustalla kuului meren kohinaa. Messujen jälkeen

alkoi tapahtua. Sjöroosin aate otettiin omaksi ja hänen suunnitteluaan haluttiin kaikkialle. Sitten Sjöroos on osallistunut esimerkiksi kerrostaloalueen suunnitteluun Vuosaarella, suunnitellut huonekaluja ja ollut mukana luomassa Saaristokaupungin asuinalueen kaavoitusta Kuopiossa. Oma lukunsa ovat lukuisat hänen suunnittelemansa hotellit ja niiden sisustukset niin Suomessa kuin Venäjälläkin sekä yrityspuistojen suunnittelut Helsingissä ja Espoossa. (Seuri 2006.) Margit Sjöroos on jatkanut hyvinvointiteeman innovointia kehittämällä Myötätunto–konseptin. Myötätunto–konseptin tarkoituksena on herättää ihmiset huomaamaan myötätunnon puute itsessään ja nykypäivän elämässä sekä oppia tuntemaan paremmin omia heikkouksiaan ja vahvuuksiaan. Sjöroos järjestää erilaisia luento- ja koulutuskokonaisuuksia myötätuntoaiheesta, kuten esimerkiksi *myötätunto ja johtaminen* sekä *myötätunto ja työyhteisö*. Minerva kustannus on julkaissut vuonna 2010 Sjöroosin kirjoittaman kirjan *Myötätunto – ole läsnä, elä mukana*. (Conbalance 2012.)



Kuvio 2. Stress free area –konseptin peruselementtejä. Kuvassa yksityiskohtia Margit Sjöroosin suunnittelema Lampitropiikki loma-asunnosta Kuusamon tropiikissa.

### 3.3 Tekstiilit hyvinvointia edistämässä

Stress free area -konseptin suunnittelun pääpainona on stressittömän tilan suunnittelu kokonaisuudessaan, joten jäin pohtimaan itselleni tärkeän osuuden – tekstiilin – hyvinvoinnillista vaikutusta. Tekstiilit ovat varsin tärkeä osa minkä tahansa tilan kokonaisuutta. Ei siis ole yhdentekevää, minkälaiset tekstiilit tilaan valitaan. Suunniteltaessa positiivista viireyttä herättäviä tuotteita tärkeimpiä seikkoja ovat kuosimaailmat ja niissä käytettävät väriyhdistelmät sekä materiaalin valinta.

Tekstiilisuunnittelun yksi tärkeimpiä lähtökohtia on materiaalin valinta. Stressitöntä tilaa suunniteltaessa valitsisin tilassa käytettävien tekstiilien materiaaleiksi luonnonmateriaaleja. Luonnonmateriaalit tuovat tilaan luonnon omaa rauhan tunnetta, eivätkä ne tuo sisätilaan epäpuhtauksia. Luonnonmateriaalien käyttöikä on usein pitkä ja niiden tuntu on miellyttävä ja luonnollinen. Hyviä vaihtoehtoja materiaalin valinnaksi ovat mm. pellava, hamppu, puuvilla ja villa.

Materiaalin valinnan jälkeen tärkeässä osassa ovat tekstiilin värit ja kuviot. Stress free area -konseptin mukaisia värejä ovat kaikki luonnonläheiset värit, kuten esimerkiksi vihreän eri sävyt, beige, veden sävyiset siniset, raikkaat valkoiset ja keltaisen sävyt. Perusajatuksena värien valinnalle on se, että ne olisivat mahdollisimman luontoon mukautuvia. Myös kuviomaailmoissa käytetään luonnon muotoja ja vaikutteita. Orgaaniset muodot kuvioissa tuovat tekstiileihin rauhallista tunnetta ja ne ovat muotokieleltään ärsyttämättömiä ja neutraaleja. Värisuunnittelua miettiessä kannattaa kiinnittää huomiota käytettäviin väripareihin. Sulavasti yhteen mukautuvat värit tukevat parhaimmillaan toisiaan, eivätkä näin ollen tuo aggressiivista tai muutoin liian voimakasta vaikutelmaa. Tekstiileissä luontoaiheet ovat olleet kautta aikojen hyvin yleisesti käytössä, minkä vuoksi ne ovat aina ajanmukaisia. Monipuolinen luonto toimii monelle suunnittelijalle loputtomana inspiraation lähteenä ja aiheesta näkee jatkuvasti uusia ja kiinnostavia kuoseja. Stress free area -ideologiaa voi siis hyvin mukaila tilasuunnittelun lisäksi tekstiilisuunnittelussakin.

Koska väreillä ja kuvioilla näyttäisi olevan suuri merkitys niin ulkonäköseikkojen kuin mielenhallinnan kannaltakin, on niihin syytä perehtyä tarkemmin. Mitä värit oikeastaan ovat ja millaisia psykologisia vaikutuksia niillä uskotaan olevan?

## 4 Värit ja niiden psykologinen vaikutus

### 4.1 Mitä väri on?

Värit ovat liittyneet vahvasti elämäämme jo esihistoriallisista ajoista saakka. Värejä on käytetty milloin tietoisesti, milloin taas vaistonvaraisesti; ne ovat voineet olla osa uskonnollista menoa tai niillä on haluttu tyydyttää kauneuden kaipuuta. Väriaineita on saatu luonnosta niin kasveista kuin mineraaleistakin ja niihin on yhdistetty usein maagisia ominaisuuksia. Värien avulla on voitu korostaa tärkeitä asioita ja vastaavasti taas peitetty salassa pidettäviä asioita. Värien vaikutusten lisäksi myös kuvioinnilla ja värien rinnakkaiskäytöllä on ollut oma merkityksensä. (Rihlama 1997, 5-6, Rihlama 1993, 6-7.) Hyvä esimerkki täydellisestä kuvioiden, värien ja valon harmoniasta on meitä ympäröivä luonto. Luonto muuttuu kokoajan sekä väreiltään että valaistukseltaan, mutta sen väriyhdistelmät ovat aina täydellisesti väriharmoniassa.

Meille ihmisille värit ja niiden näkeminen on niin arkipäiväistä ja itsestään selvää, ettemme tule usein ajatelleeksi väriä elementtinä sen syvällisemmin. Mitä väri oikeastaan on? Seuraavissa kappaleissa käsitellään sekä värien että kuvioiden syvempää olemusta.

Väri ei ole pigmenttiä, siinä ei ole mitään kiinteää ominaisuutta eikä sitä voi käsin koskettaa. Väri on taajuus, joka etenee aaltolina äänen ja lämmön tavoin. Väri on yksi osa auringon säteilemää valoa ja on siten yksi energian muodoista. Värien havaitsemista voidaan verrata musiikkikappaleeseen, sen yksittäisten nuottien tavoin jokainen väri värähtelee omalla aallonpituudella. Aina kun taajuus muuttuu, muuttuu myös väri sen mukana. Väri on siis värähtelyä, jonka näkeminen tapahtuu kokonaan aivoissa. (Reid 2000, 7-8.)

Emme voi kokea ja nähdä värejä ilman valoa. Valo on värien näkemisen ehdoton edellytys. Riippuen valon laadusta, ympäristön värit näyttävät erilaiselta; aamuruskossa näemme värit aivan eri tavalla kuin illan hämärässä. Alunperin aurinkokuntamme valo on lähtöisin auringosta ja valon luonnollisin muoto on auringonpaiste ja päivänvalo. Riippuen kuinka pitkän matkan auringon säteet joutuvat ilmakehässä kulkemaan, koemme auringon säteet aivan erilaisina. Auringon noustessa säteen matka on huomattavasti pidempi kuin keskipäivällä. Aamulla ja illalla näemme valon usein hieman punertavana, kun taas keskipäivän taivas on sininen ja sitä kirkkaampi, mitä selkeämpi sää sattuu olemaan. Valo on sähkömagneettista säteilyä, joka etenee

aaltoliikkeinä. Sähkömagneettisessa säteilyssä jokaista värisävyä vastaa oma aallonpituus. Emme voi nähdä sellaista värisävyä, jota vastaavaa aallonpituutta ei ole valonlähteen säteilemässä valossa. (Rihlma 1997, 8-11.)

#### 4.2 Miten värit havaitaan?

Värinäkö on hyvin monimutkainen neuropsykologinen tapahtumaketju aivoissa, jossa syntyy väriaistimuksia erilaisten ulkoisten ja sisäisten ärsykkeiden vaikutuksesta. Vaikka näemme värit ulkopuolella olevassa ympäristössä ja sen esineissä, on hyvä muistaa, että värit joita ympäristössä havaitsemme ovat kuitenkin vain aivojen tulkintatyötä. Sanotaan, että värit ovat visuaalisia adjektiiveja, laadun määreitä. Ne ovat ilmaisseet kautta aikojen ihmiselle nopeasti ympäristön olennaisimpia ominaislaatuja ja käytettävyyden tilaa. (Huttunen 2005, 26-27.)

Ympäriämme olevat värilliseksi näkemämme esineet eivät ole luonnostaan minkään värisiä. Havaitsemme esineet tietyn värisiksi aivoista tulevan tiedon mukaan. Väri jonka esineessä näemme onkin juuri se väri, jonka esine heijastaa itsestään pois. Kun auringonsäde osuu esimerkiksi punaiseen ruusuun, ruusu imee itseensä kaikki muut säteet spektristä paitsi punaisen. Ruusun heijastaman punaisen säteen tuoma väri osuu silmäämme. (Reid 2000, 7-8.)

#### 4.3 Väripsykologia ja -symboliikka

Värin sanotaan olevan sielun kieli. Ihminen ei voi olla reagoimatta ympärillä oleviin väreihin, vaikka kuinka niin haluaisi. Värit ovat syntymästä asti vahva osa elämäämme. Ne liittyvät kotiin, terveyteen, persoonallisuuteen ja ihmissuhteisiin. Värit vaikuttavat kehoon, ajatuksiin, tunteisiin sekä voivat käynnistää meissä huomaamattomia tiedostamattomia reaktioita. Värit kuvastavat hyvin paljon toiveitamme, pettymyksiämme ja odotuksiamme. Erilaiset mielentilat aiheuttavat erilaisia reaktioita myös suhteisiimme värien maailmaan. Värejä on käytetty läpi koko ihmiskunnan historian parantamaan sairauksia. Värit viestivät elämäntilanteesta, piristävät, passivoivat, henkivät iloa, toivoa, intohimoa ja elinvoimaa. Voimme hyödyntää värien avulla hyviä puoliaamme, kohottaa mielialaamme sekä lisätä positiivista tunnelmaa ympärillämme. (Reid 2000, 12-15.)



Jokainen väri viestii meille erilaisia asioita ja tunnetiloja. Värien käytöllä ja niiden valinnoilla ilmaisemme osan siitä, mitä sisällämme liikkuu. Iän ja luonteen muuttuessa vaihtuvat myös värimieltymykset ja se, mitä väreillä tahdomme ilmaista (Rihlma, 1990, 28). Ollessamme surullisia, valitsemme useimmiten päällemme mustaa ja muita tummia sävyjä ja kun taas mieli on täynnä energiaa ja tarmokkuutta, värivalinnat kallistuvat lämpimiin ja iloiseen väreihin.

Konkreettisesti olen huomannut värien vaikutuksen nykyisessä työssäni. Suunnittelen tekstiileistä erilaisia värikokonaisuuksia ja esillepanoja, joita toteutettuani huomaan hyvin käytännötasolla, millaisia mielikuvia erilaiset väriyhdistelmät ihmisissä herättävät. Esimerkkinä olkoon väreistä musta, smaragdinvihreä ja valkoinen. Suunnittelin ja toteutin myymäläämme sekä materiaaleiltaan että vaatemaleiltaan hyvin juhlanan kokonaisuuden mustista ja smaragdinvihreistä vaatteista. Esillepanosta tuli tyylikäs ja kaunis, jota asiakkaat ihastelivat. Esillepanosta myytiin mustia vaatteita, mutta vihreät vaatteet jäivät vaille ostajia. Koska myynti oli olematonta vihreiden vaatteiden osalta, päätin muuttaa esillepanoa siten, että otin mukaan mustan ja vihreän väristen vaatteiden lisäksi puhtaan valkoisia vaatteita. Jätin mustan värin vain täyteväriksi siten, että pääpaino oli vihreässä ja valkoisessa värissä. Oli hämmästyttävää huomata, kuinka vihreät vaatteet tekivät kaupansa aivan eri tavalla uuden väriyhdistelmän myötä.

Kuulen hyvin usein asiakkaiden puhuvan vaatteiden väreistä ja värien vaikutuksista. Milloin joku ei halua käyttää mustia vaatteita lainkaan, koska se muistuttaa ajasta läheisen kuoleman jälkeen. Toinen taas haluaa jotain vaaleanpunaista tuntiessaan äärettömän suurta rakkautta, kun taas toinen haluaa jotain intensiivistä väriä päällensä ensitreffeille. Olen kokenut mielessäni suurta iloa saadessani kuulla ja nähdä käytännön tasolla värien psykologisen ja kaupallisen vaikutuksen.

Vuorovaikutus värien ja ihmisen välillä on kahdensuuntaista. Ihminen ilmaisee sekä syvällisempiä tunnetilojaan ja luonteenpiirteitään että hetkellisiä tunteitaan värien avulla. Väreillä on moninainen vaikutus mielialaan, tuntemuksiin ja viihtyvyyteen. Värien kokeminen vaihtelee jossain määrin syntyperän, iän, sukupuolen ja psyykkisen kehitysvaiheen mukaan. Suurin osa vaistonvaraisista reaktioista pohjautuu johonkin mitä olemme luonnossa kokeneet. Siksipä vihreä rinnastuu metsään, vaaleansininen taivaaseen, punainen tuleen ja keltainen päivänpaisteeseen. Värit koetaan hyvin eritavalla eri kulttuurien kesken. Läntisessä kulttuurissa musta väri yhdistetään yleisesti kuolemaan, kun taas kaukaisissa itämaissa valkoista pidetään kuoleman värinä. Tästä

symbolisesta kulttuuriperinteestä johtuen värit koetaan ja niihin reagoidaan aivan eritavalla idän ja lännen välillä. Kylmät ja kalseat tunnelmat, jotka länsimaiset ihmiset kokevat mustan vaikutuksesta, syntyvät idässä valkoisen läsnäolosta. Värien vuorovaikutussuuntien hyväksikäyttö mahdollistaa sen, että voimme niiden avulla palvella yksittäistä ihmistä ja yhteiskuntaa. Erityisesti psykologit käyttävät värejä apuna tutkiessaan ihmisen mielentilaa, mielenterveyttä tai luonteenpiirteitä. (Rihlma1997, 105-106.)

Tutkimusten mukaan eri väreillä on erilainen fysiologinen vaikutus. Esimerkiksi punainen, oranssi ja keltainen ovat värejä, jotka virkistävät elimistöä. Ne saavat pulssin kiihtymään, verenpaineen nousemaan ja hengityksen tihentymään. Punainen, oranssi ja keltainen luokitellaan kuumiksi väreiksi, joiden vaikutus koetaan piristävänä ja ne antavat voimaa ja energiaa. Viileämmät värit, kuten violetti taas tynnyttää ja rauhoittaa kiireistä ja stressaantunutta ihmistä. Tutkimusten mukaan liian pitkä oleskelu punaisen lampun valossa aiheuttaa päänsärkyä. Kun punaisesta valosta siirrytään siniseen valoon, muuttuu olotila pian rauhalliseksi ja levolliseksi. Jokainen väri stimuloi omalla tavallaan hermostoa ja saa meissä aikaan erilaisia reaktioita. Eri värit herättävät meissä mielikuvia, muistoja, ärtymystä ja iloa. Tietty väri voi tuoda meille hyvin voimakkaita muistoja varhaisesta lapsuudesta saakka, minkä vuoksi kyseisestä väristä on tullut erityisen rakas tai epämieluisin. Yksi värien tuntemista selittävä tekijä on värähtely. Niin kuin aikaisemmissa kappaleissa kerrottiin, fysiikan mukaan jokaisella värillä on oma taajuutensa. Taajuuden lisäksi yksi uskomuksista on, että ihmisen keho, elimet ja ajatukset tuottavat sähkömagneettista energiaa ja ihmiselle mieluisin väri värähtelisi hänen omalla aallonpituudellaan. Ihmisen omasta värähtelystä johtuisi taas suhde tiettyyn väriin ja väriharmoniaan. On myös mahdollista, että mieluisin väri olisi väri, joka hallitsee vahvimmin ihmistä ympäröivää auraa. Aura on säteilevä värikenttä, joka ympäröi ihmisen kehoa. Ihminen ei pysty itse näkemään omaa auraansa, mutta hän voi alitajuisesti tunnistaa sen värit ja valita auran hallitsevimman värin lempiväriksensä. (Reid 2003, 14-19.)

Värit yhdistetään mielikuvissa eri objekteihin ja tunnetiloihin. Väreillä on niin psykologiset, fysiologiset kuin fyysiset vaikutukset. Väreillä on myös omat luonteensa ja niillä on usein jokin symbolinen vaikutus, kuten uskonnollinen eli sakraali tai maailmallinen eli profaani. Värejä käytetään myös merkinantajina. Hyvänä esimerkkinä tästä ovat liikennemerkkit ja -valot. Maurice Déribéré on esittänyt kirjassaan *Le couleur dans les activités humaines* (Värit inhimillisissä toiminnoissa) taulukon, johon on eroteltu kunkin värin vaikutukset. Kyseinen taulukko on esitelty seuraavalla sivulla.

VÄRI	YHDISTÄMINEN JOHONKIN		VAIKUTUKSET			LUONNE	SYMBOLISUUS		MERKIN ANTAVUUS
	tunneperäinen	objektiivinen	psykologinen	fysiologinen	fyysinen		uskonnollinen (sakraali)	maailmallinen (protaani)	
PUNAINEN	rakkaus rikos synti	tuli veri	dynaaminen hermostuttava lämmittävä	ajatustoimintaa ja mieltä kiihottava lämmittävä	silmiinpistävä	toiminnallisuus vitaalisuus	armollisuus heikkous lähimmäisen rakkaus rakkaus	rakkaus	pysähtyminen tulpalo
ORANSSI	hehku verenkuuhu	appelsiini auringonlasku tuli	kiihottava loistoa antava	ruuansulatusta edistävä tunteita kiihottava	silmiinpistävä	rauhattomuus tai ärsyttävyyys			kuumat osat
KELTAINEN	iloisuus	auringonvalo	dynaaminen henkimaailmaan liittyvä	hermoja, näköä ja tarmoa terästävä voi rauhoittaa	silmiinpistävä	iloisuus	oppi mahti tieto voima	säästäväisyys	vaara
VIHREÄ	vahingollisuus	luonto vihannuus	lepo, levollisuus rauhottava tasapainottava tuoreus turmiollinen	hypnoottinen lievittävä rauhottava	silmiinpistävä	kärsivällisyys levottomuus	totuus uskollisuus uudesti- syntyminen	toivo pahansuopuus	apu
SININEN	avaruus kuulaus	taivas vesi	ilmavuus, keveys läpikuultavuus rakastettavuus selkeys, viileys	levollisuus rauhottava	silmiinpistävä	levollisuus rauhallisuus	kuolemattomuus viisaus älykkyyys	tiede viisaus	huomio
PURPPURA	komeus salaperäisyys	kukat	helakkuus hienous levollisuus raskasmielisyys	tyynnyttävä	mukautumaton	kunnioittavuus tyytyväisyys	arvokkuus	arvokkuus	
VIOLETTI	arvokkuus suru	ametisti kukat	viileys	tyynnyttävä	huonosti havaittava	raskasmielisyys surullisuus	katumus parannus toivo	katumus parannus	
VALKOINEN	kirkkaus uskonyhteys vihkiytyminen	kukat	kohtuullisuus puhtaus vaatimattomuus valoisuus	tyhjiys	valaiseva	siisteys vaatimattomuus	hyvä puhtaus siveys viattomuus	hyvä puhtaus siveys siisteys viattomuus	viitoitus
MUSTA	murhe salaperäisyys	kuolema yö	suru	lepo	hämärä pimeys	huono mielikuvitus	loppu viimeinen	kuolema suru	ikäänkuin pohja

Taulukko 1. Maurice Dériberén laatima taulukko värien vaikutuksista.

#### 4.4 Yhteenveto värien vaikutuksista

Väriteorioita ja värien psykologisia vaikutuksia on tutkittu kautta aikojen. Isaac Newtonin laati ensimmäisen väriteoriasensa vuonna 1666, jonka jälkeen erialojen tutkijat ja taiteen tekijät ovat luoneet muunnelmia ja omia näkemyksiä väriteorioista. Jokainen väriteoria käsittää kuitenkin saman perusasian, jotka koostuvat väriympyrästä, väriharmoniasta ja niiden välisestä yhteydestä värejä käytettäessä. Yhtä oikeaa väriteoriaa ei ole olemassa, mikä herättää paljon erimielisyyttä ihmisten välillä väreistä puhuttaessa. (Basic Color Theory 2013.)

Viitteitä värien käytöstä liitettynä psykologiaan herättää hyvin eriäviä mielipiteitä. Värien psykologisia vaikutuksia on tutkittu paljon ja siitä syystä erilaisia teorioita aiheesta on useita. Osa ihmisistä ei usko väreillä olevan minkäänlaisia psykologisia vaikutuksia, kun taas toiset uskovat värien mielenhallinnalliseen voimaan. Niin tai näin, värit puhuttavat jokatapauksessa. Väreistä keskusteltaessa useilla meistä on hyvin vahvat näkemykset värisävyistä ja värien käytöstä.

Värit elävät meidän jokaisen mielikuvissamme. Maalinvalmistaja Tikkurila on kuvannut hyvin internetsivuillaan värisävyjen loputonta määrää ja sitä, kuinka ihmisillä on omat mielikuvat kustakin sävystä. ”Kotikissan harmaa turkki, pihlajanmarjojen iloisen oranssinpunainen pinta, korpikuusen syvävihreät oksat, maitokahvin lempeänruskea pinta tai torilla nähdyt syväpunaiset kirsikkaröykkiöt (Tikkurila 2012)”. Edellä mainitut värisävyt ovat piirtyneet muisteihimme eritavalla. Käytäntö on osoittanut, että värimielikuvat ovat hyvin erilaisia eri ihmisillä. Toinen on tottunut nauttimaan kahvinsa vaaleapaahtoisena maidon kanssa kun taas toiselle ainoa oikea maitokahvi on tummapaahtoista laatua kerma tilkan kanssa. Kumpikin maitokahvi on siis kovin eri sävyistä. Eriäviin tulkintoihin törmää useiden muidenkin värien kanssa, kuten esimerkiksi vaniljan sävyn kanssa. Sävy on aivan eri puhuttaessa vaniljatangon väristä kuin vaniljajäätelön sävystä. Siitä syystä avuksemme ovat laadittu kattavat värikartat koodeineen, jotta onnistuisimme valitsemaan omia mielikuviamme vastaavan värisävyn. (Tikkurila 2012.)



Kuvio 3. Jokainenhan meistä oliivin vihreän tai maitokahvin sävyn tietää. Kysymys kuuluukin, onko mielikuva sävystä samanlainen jokaisella?

Väreillä on väliä monissa valinnoissa, joita arkipäiväisessä elämässä teemme. Tuotteen brändin, pakkauksen, markkinoinnin ja tuotteen ulkonäön lisäksi värin merkitys on suuri ostopäätöstä tehtäessä. Päätökseen vaikuttavat usein myös tunneperäiset seikat, joita ihminen ei välttämättä itse tunnista.

Tiedustelin kodin tekstiili- ja sisustustuotteita valmistavan Nonodd yrityksen perustajilta ja suunnittelijoilta Tanja Aivilalta ja Siri Huovilalta heidän näkemyksiään värien vaikutuksista ostopäätökseen. Heidän mukaansa värit ovat merkittävässä roolissa sisustustuotteita valittaessa, jopa siinä määrin, että ne ovat useimmiten ainoa vaikuttava tekijä ostopäätökseen. Kun olemme tykättyneet tiettyyn tuotteeseen, viimeiseksi valinnaksi jää mieleisen värin valinta. Kuluttajien värimieltyymysten lisäksi sesongit ja voimassa olevat trendit vaikuttavat ostopäätöksen tekemiseen. Aivilan ja Huovilan mukaan suomalaiset ovat melko pidättyväisiä värien suhteen, minkä takia valitsemme usein turvallisia värejä, kuten keustosuosikkeja sinistä, mustaa tai valkoista. Lastenhuoneet ovat kuitenkin tiloja, joissa värejä uskalletaan käyttää rohkeammin muihin kodin tiloihin verrattuna. (Aivila ja Huovila 2013.)

Näen työssäni hyvin, kuinka värit vaikuttavat kuluttajien ostopäätökseen. Vaatetuslalla värien valinta on hieman erilaista sisustustuotteisiin verrattuna, mutta vertailun ja

omakohtaisen kokemuksen vuoksi kerron muutamalla sanalla värien vaikutuksista vaatteita ostettaessa. Vaatebisneksessä tiuhaan vaihtuvat sesongit rytmittävät myytäviä tuotteita, niiden värejä ja kuluttajien ostopäätöksiä. Musta ja valkoinen ovat värejä, jotka myyvät aina vuodenajasta riippumatta. Sesonkivärit myyvät pääsääntöisesti hyvin sesongin ajan, mutta lakkaavat myymästä heti sesongin loputtua. Viininpunaisia tai tumman vihreitä vaatteita on vaikea myydä keväällä, jolloin uudet ja raikkaat kevätvärit ovat saapuneet valikoimaan. Useimmiten hieman vanhemmilla ihmisillä on tarkka käsitys siitä mitkä värit heille sopivat, kun taas nuoret kuluttajat ovat pääsääntöisesti hyvin impulsiivisia värien käyttäjiä. He ostavat rohkeasti värejä jotka ovat trendikkäitä, sopivat ne heille tai eivät. Kevättä kohti mentäessä olen huomannut, että ihmiset kaipaavat värejä paljon enemmän kuin syksyllä. Pitkän talven jälkeen ihmiset kaipaavat piristäviä värejä ja käyttävät paljon rohkeammin värejä kuin sydäntalvella.

On ollut kiinnostavaa huomata, kuinka paljon väreillä halutaan piristystä arkeen. En ole ennen opinnäytetyön tekoa tarkemmin pohtinut värien psykologisia vaikutuksia. Uskon värien eheyttävään ja hyvinvoinnilliseen vaikutukseen omakohtaisen kokemuksen kautta, jolloin olen huomannut väreillä olevan merkittävä vaikutus mielentilaani. Alakuloisimman elämänvaiheen aikana kiinnitän erityisen paljon huomiota väreihin joita käytin niin vaatetuksessa kuin sisustuksessakin. Lämpimät värisävyt tuovat minulle rauhallisemman mielen tummiin sävyihin verrattuna. Alakulon hetkinä raikas keltainen tai lämmin oranssi saattaa olla päivän ainoa piristys. Arkisissa asioissa jo keittiörätin väri voi olla merkittävässä roolissa: vihreäraitainen keittiörätti saattaa tuoda mieleen sairaalassa vietetyn ajanjakson kun taas lentävät linnut keittiörätissä vievät ajatukset kesäiselle metsäretkelle. Usein hyvin pienet asiat toimivat ilon tuojina arkisessa elämässämme: kukapa ei ilahtuisi värikkäistä servieteistä tai auringon keltaisesta unikosta ikkunalaudalla.

Niinkuin jo edellä totesin, värit puhuttavat. Varsinkin värien psykologisista vaikutuksista ollaan montaa mieltä. Yhtä oikeaa vastausta värien vaikutuksista ei ole olemassa, mutta jokainen voi henkilökohtaisesti pohtia sitä, millä tasolla värit vaikuttavat omaan elämäänsä. Meissä ihmisissä on eroavaisuuksia värien vaikutuksen suhteen: joku kokee ympäristönsä värit hyvin voimakkaasti, kun taas toinen ei kiinnitä ympäristön väreihin juurikaan huomiota. Joka tapauksessa värit ovat osa elämäämme ja jokaisella on vapaus tuntea ja kokea värit haluamallaan tavalla.

## 5 Elon iloja-käyttäjäselytys

### 5.1 Käyttäjäselytyksen laatiminen

Tutkittuani teoriassa värien ja kuvioiden vaikutuksia tulini siihen tulokseen, että minun olisi hyvä saada asiasta lisätietoa ennen suunnittelutyön aloittamista myös käytännön tasolla. Mietittyäni eri vaihtoehtoja aiheen tutkimiselle, päädyin laatimaan aiheesta muotoiluluotaamiseen pohjautuvan käyttäjäselytyksen. Käyttäjäselytyksessä selvitin kuluttajien näkemyksiä tuotteiden väri- ja kuviomaailmojen merkityksistä sekä keskustelin haastateltavien kanssa heidän arkipäivän ilon tuottajista.

Mitä edellä mainittu muotoiluluotaaminen oikein tarkoittaakaan? Muotoiluluotaaminen perustuu siihen, että suunniteltavan tuotteen tai konseptin käyttäjät toimivat suunnitteluprosessin aktiivisina osanottajina. Luotainten avulla tarkastellaan käyttäjien henkilökohtaisia näkemyksiä luovan ilmaisun keinoin ja näin käyttäjälle annetaan mahdollisuus ilmaista näkemyksiään innovatiivisemmin ja persoonallisemmin perinteiseen haastatteluun tai kaavakekyselyyn verrattuna. Luotainmenetelmiä käyttämällä voidaan rikastaa ja tukea suunnittelijan inspiraatiota, kerätä tietoa käyttäjistä, antaa käyttäjille mahdollisuus osallistua suunniteltavan tuotteen ideointiin sekä rakentaa vuorovaikutusta suunnittelijan ja käyttäjien välille. Luotainten tarkoitus on siis tukea sekä suunnittelijan että käyttäjien tulkintoja ja luovuutta suunnitteluprosessin eri vaiheissa. (Mattelmäki 2006, 9,46,70.)

Aloitin käyttäjäselytyksen laatimisen keräämällä mahdollisimman monipuolista aineellista ja aineetonta aineistoa aiheesta *arkipäivän onni ja ilo*. Aloitin aineiston keräämisen hyvin käytännönläheisesti pohtimalla asioita, jotka tuottavat positiivista oloa omassa arjessani. Pohdin ympäristössämme olevia lukuisia ärsykeitä, joihin meistä jokainen altistuu tahtomattaankin.

Tein kävelyretkiä kotini lähiympäristössä aistien ja tunnustellen kaikkea ympärillä olevaa. Iloitsin vihreistä sammalmättäistä, solisevasta purosta ja ohi lentävästä lintuparvesta. Ihastelin villinä kasvavaa kukkakettoa, viljapellolla leikkiviä lapsia ja vanhaa maitolaituria. Katselin kaupungin aamuista vilinää ja mietin ohikulkevia ihmisiä. Kuuntelin salaa liikennevaloissa odottavan kireän oloisen liikemiehen puhelua ja olin onnellinen, ettei minulla ollut sinä aamuna kiire minnekään. Pysähdyin ajattelemaan elämän kulkua yleisellä tasolla ja siinä sivussa myös omaa elämäni. Päästessäni itse henkilökohtaisesti sisälle *arkipäivän onni ja ilo* tunnelmaan, oli helpompi aloittaa

käyttäjäselvityksen rakenteen miettiminen. Kartoitin asioita joita halusin käyttäjäselvityksen avulla selvittää. Kokosin käyttäjäselvityksen laatimisen tueksi kollaasin, joka sisältää sellaisia sanoja ja kuvia, jotka tekevät itselleni hyvän olon (kuvio 4).



Kuvio 4. Tunnelmakollaasi käyttäjäselvityksen laatimisen tueksi.

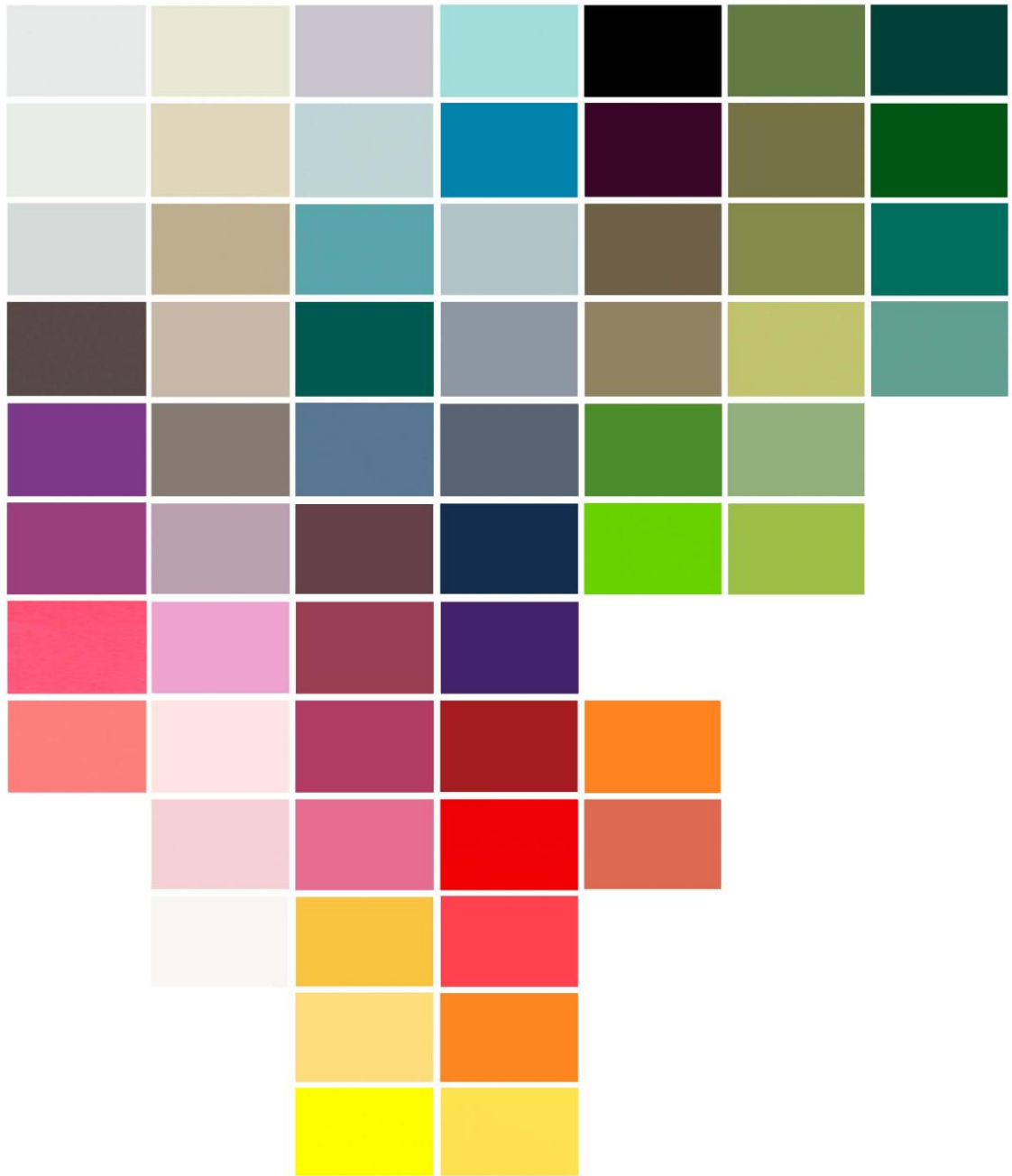
*Elon iloja*-nimellä kulkenut käyttäjäselvitys muodostui muutaman välivaiheen jälkeen väreihin, kuviin ja tunnelmiin perustuvaan luotainmenetelmään. Selvitys koostui kolmesta osiosta, joista ensimmäisessä keskiössä olivat värit, toisessa kuvioaiheet ja kolmannessa tunnelmat. Kuvallisen materiaalin lisäksi selvityksessä oli mukana erilaisia pellava ja puuvillapellavakangaita, jotta saisin haastateltavien mielipiteitä myös keittiötekstiilimalliston materiaalivalintaan.



Väriosion kokosin keräämällä Tikkurilan värikartoista sekä muista värillisistä papereista kuusikymmentä erilaista värikorttia (kuvio 5), jotka lajittelin väriryhmiin. Muutamaa värikorttia lukuunottamatta kaikki kortit olivat samankokoisia, jotta jokainen väri olisi mahdollisimman samanarvoisessa lähtötilanteessa toistensa kanssa.

Kuvio-osion kokosin keräämällä viisikymmentä erilaista kuviota tai kuvioaihetta lehtileikkeistä, tapeteista, servieteistä, tulosteista, tuotepakkausten kartongeista sekä tekstiileistä (kuvio 6). Kuviokartasta tuli hyvin kirjava kokonaisuus, joten haastattelutilanteissa lajittelin kuvioaiheet muutamaa eri ryhmään, jotta haastateltava pystyisi paremmin hahmottamaan kuvioaiheet toisistaan. Kuvioaiheita oli laidasta laitaan: geometrisistä kuvioista luonnossa esiintyviin pintoihin ja muotoihin.

Kahdeksantoistaosaisen tunnelmakuvasarjan keräsin aikakauslehdistä ja eri valmistajien tuotekuvastoista (kuvio 7). Kuvasarjaan kuului niin metsä- ja kaupunkiympäristöjä kuin öisiä valomeriä ja takkatulta. Tunnelmakuvien käytön tavoitteena oli tavoittaa haastateltavan näkemys hyvinolon tilasta tai tunnelmasta. Halusin kuulla millaisessa paikassa tai tunnelmassa hänellä on hyvä ja levollinen olo olla ja millainen paikka taas tuo levottoman olon. Värien vaikutusten tutkiminen yhdessä kuvioiden kanssa oli yksi käyttäjäselvityksen pääasioista, minkä vuoksi käyttäjäselvityksen väri- ja kuvio-osuudet ovat huomattavasti laajemmat tunnelmakuvaosuuteen verrattuna.



Kuvio 5. **Väriiloistoa.** Käyttäjäselvityksen värikortit.



Kuvio 6. Ruutua ja raitaa. Käyttäjäselvityksen kuviokartta.



Kuvio 7. Hyvän olon maisema. Käyttäjäselvityksen tunnelmakuvat.

## 5.2 Käyttäjäselvityksen toteuttaminen

Käyttäjäselvityksessä oli mukana yhteensä kahdeksan hyvin erilaisen taustan omaavaa 26-50-vuotiasta henkilöä. Käyttäjäselvitykseen osallistuvista kahdeksasta henkilöstä seitsemän oli naisia ja yksi mies. Selvityksiä analysoidessani käsittelin kaikkien haastateltavien tulokset anonyymeinä, jotta vähemmistön edustajan ajatukset eivät erottuisi tuloksista. Haastateltavat koostuivat monenlaisista ammatti- ja yhteiskuntaluokista, joten haastateltavien kirjo oli hyvin monipuolinen. Yhteen haastattelutilanteeseen kului aikaa puolesta tunnista tuntiin ja ne toteutettiin vuoden 2012 elokuun ja lokakuun välillä.

Aivan haastattelutilanteen aluksi kerroin haastateltavalle tarkemmin käyttäjäselvityksestä, sen merkityksestä opinnäytetyöhön sekä siitä, millä tasolla tuloksia tullaan opinnäytetyössä käyttämään. Haastateltavan henkilötiedoista halusin sukupuolen lisäksi tietää mihin ikäluokkaan hän kuuluu ja mitä ammattikuntaa hän edustaa. Haastattelutilanne jakautui kolmeen osioon käyttäjäselvityksessä olevien kategorioiden mukaan: ensimmäisenä kävimme läpi värit, toisena kuviot ja viimeisenä tunnelmat.

Aloitin haastattelutilanteen levittämällä pöydälle kaikki kuusikymmentä värikorttia yhtä aikaa väriryhmiin jaoteltuina. Väriryhmät kokosin sävyjen mukaan: puna- ja keltasävyiset värit muodostivat oman ryhmänsä, sini- ja vihreäsävyiset omansa ja maanläheiset värit oman ryhmänsä. Pyysin haastateltavaa henkilöä lajittelemaan kortit kolmeen kategoriaan: väreihin, jotka *miellyttävät* ja tuovat positiivista tunnelmaa, *neutraaleihin* väreihin, jotka eivät aiheuta sen kummemmin positiivisia kuin negatiivisiakaan tunteita ja viimeiseksi värit, jotka *eivät miellytä* lainkaan. Kun haastateltava oli lajitellut värikortit kuhunkin kategoriaan, aloitimme väriryhmien analysoinnin. Haastateltava kertoi tarkemmin kustakin väriryhmästä ja niihin valikoituneista väreistä: miksi jokin väri oli niin mieluinen, kun taas toinen väri inhotti? Miksi jokin väreistä toi mieleen ikäviä muistoja ja toinen väri tuntui rakkaalta juuri siitä syntyvien muistojen vuoksi? Kirjasin itselleni ylös keskustelujen tärkeimmät seikat ja lopuksi valokuvasin väriryhmät, jotta muistaisin ne vielä analysointivaiheessakin.

Väreistä siirryttiin kuvioihin. Lajittelin kaikki kuvioita käsittelevät kuvat pöydälle yhtä aikaa. Ryhmittelin kuvia hieman teemojen mukaan, jotta haastateltavan olisi helpompi hahmottaa suuresta kuviomäärästä ne toisistaan. Haastateltava lajittelee kuvat kolmeen kategoriaan samalla tavalla kuin hän oli lajitellut värikortitkin. Kuvioiden

kategorisoiminen oli kaikkien haastateltavien kohdalla hitaampaa kuin värien, koska kuviot herättivät niin paljon sekä positiivisia että negatiivisia mielikuvia ja muistoja. Haastateltavat tutkivat kuvioita selvästi tarkemmin väreihin verrattuna ennen kuin lajittelivat niitä ryhmiin. Kun kuvat oli saatu ryhmiteltyä, analysoimme kunkin ryhmän samalla tavalla kuin väriyhmätkin. Kirjoitin kaiken mahdollisen ylös haastateltavien kuvioanalyseistä ja lopuksi valokuvasin jokaisen ryhmän myöhempää analyysiä varten.

Viimeiseksi otimme analysoinnin kohteeksi tunnelmakuvat. Tunnelmakuvat nousivat haastateltavien keskuudessa värejä ja kuvioita huomattavasti helpommaksi osuudeksi analysoida, koska haastateltavilla oli selvät mielipiteet hyvän olon maisemasta. Tunnelmakuvat jaoteltiin analyysia varten samaisiin ryhmiin kuin värit ja kuviotkin. Myös tunnelmakuvaryhmien analysointiosuuden valokuvasin ja kirjasin myöhempää käsittelyä varten ylös. Tunnelmakuvavaiheessa näytin haastateltaville tulevan keittiötekstiilimallistoni kangasvaihtoehdot ja sain niistä kiinnostavia kommentteja ja näkökulmia.

Käyttäjäselvityksen aikana keskustelut ohjautuivat luontevasti arkiseen elämään. Keskustelimme kodista, keittiöstä, rakkaista esineistä, arjen iloista ja siitä, mikä tekee aamusta onnistuneen ja hyvän. Kirjasin ylös haastateltavien toiveita siitä, millaisia tuotteita he haluaisivat keittiöönsä. Vaikka käyttäjäselvitysten toteuttaminen vei enemmän aikaa mitä olin olettanut, voin pitää jokaista toteutunutta käyttäjäselvitystä erittäin onnistuneena. Sain haastattelutilanteista paljon enemmän irti, mitä osasin alunperin odottaakaan. Käyttäjäselvityksestä saatua materiaalia on hyvin paljon ja tulen tässä opinnäytetyössä käyttämään vain osan saadusta materiaalista. Tulen varmasti hyödyntämään kuluttajilta saamaani arvokasta tietoa myöhemmissä projekteissani.

### 5.3 Tulosten analysointi

Aloitin käyttäjäselvitysten tulosten analysoinnin käymällä yksitellen läpi jokaisen haastatellun henkilön käyttäjäselvitykset. Aloitin analysoinnin tarkastelemalla selvitystilanteessa otettuja valokuvia ja lukemalla tekemiäni muistiinpanoja. Kun olin perehtynyt jokaiseen käyttäjäselvitykseen, tein tuloksista käyttäjäselvityksessä käyttämäni materiaalin avulla yhteenvedon. Lajittelin värikortit, kuvioita esittävät kuvat sekä tunnelmakuvat tulosten mukaisesti kolmeen ryhmään, kuten haastateltavatkin olivat tehneet. Koska haastateltavien määrä oli kohtuullisen pieni ja tulokset yllättävän samansuuntaisia, kuvien ryhmittely onnistui melko hyvin.

Ensimmäiseksi kokosin ryhmäksi värit, jotka olivat herättäneet eniten positiivisia ajatuksia (kuvio 8). Olin haastattelu tilanteessa pyytännyt valitsemaan *miellyttää* ryhmään kaikki sellaiset värit, jotka herättävät edes vähän positiivista tunnetta. Koska värejä oli lajiteltavana paljon, haastateltavat joutuivat luottamaan pitkälti intuitioonsa lajittelutilanteessa. Kun väriyhmä tarkasteltiin haastateltavien kanssa myöhemmin, joidenkin värien kohdalla ei haastateltava osannut tarkemmin eritellä syitä, miksi oli valinnut tietyn värin kyseiseen ryhmään. Usein vastauksena oli, että *se vain tuntui kivalta väritä*. *Miellyttää* väriyhmä koostui hyvin lämpimistä ja pastellin sävyisistä väreistä. Lähes jokaisen haastateltavan *miellyttää* väriyhmään kuului keltaisen, oranssin, hiekan ja vihreän eri sävyt sekä murretun punaiset värit ja jokin pastellin sävyistä.



Kuvio 8. Värit, mitkä miellyttivät suurta osaa käyttäjäselvitykseen osallistunutta.

Vihreä väri rinnastettiin poikkeuksetta luontoon ja erityisesti alkukesän raikkauteen. Joku haastateltavista kerkesi ajatuksissaan vasta puhjenneen koivunlehden silmuun, kun taas toiselle vihreä oli raikas ja tumma kuusikko. Jollekin vihreä väri toi mieleen kesän ja ruohonkorret paljaiden varpaiden alla. Yksi haastateltavista muisteli hänen nuoruusvuosina käyttämiänsä sammaleenvihreitä vakosamettihousuja, minkä vuoksi inhosi väriä vielä vuosikymmen sitten, mutta nykyisin väri tuntui rakkaalta juuri muistojen vuoksi. Jokainen haastatteluun osallistunut valitsi jonkin sävyisen vihreän

yhdeksi suosikkiväriksi. Valkoisen ja keltaisen lämpimät sävyt olivat värejä, mitkä suuriosa haastateltavista valitsivat *miellyttävien* värien kategoriaan. Valkoinen koettiin yleisesti puhtaaksi, raikkaaksi ja tilaa antavaksi väriksi. Jollekin valkoisesta väristä tuli ensimmäisenä mieleen pitkä sairaala jakso, jonka vuoksi suorastaan inhosi puhdasta valkoista, mutta piti taas valkoisesta, joka taittoi hieman lämpimään sävyyn. Keltaisen värin lämpimät ja raikkaat sävyt koettiin piristävinä ja energisoivina väreinä. Eräs haastateltavista sanoi keltaisen värin olevan hänen iloinen aurinkonsa pimeän talven keskellä. Punaisista väreistä murrettu sävyt olivat useille iloa tuottavia värejä, joskin pieninä annoksina. Kirkas punainen taas koettiin yleisesti liian aggressiiviseksi ja impulsiiviseksi väriksi, eikä sitä sen vuoksi koettu ilon väriksi. Haastateltavat lajittelivat suurimman osan väreistä joko *miellyttää* tai *neutraalit* ryhmiin. *Neutraalit* ryhmässä olivat lähes kaikki vaaleasävyiset värit sekä eri sävyasteiset punaiset ja ruskeat värit (kuvio 9). Vaaleasävyiset värit koettiin neutraaleiksi, jotka eivät sen enempää miellytä kuin ärsytäkään. Suurinta osaa neutraaleista väreistä haastateltavat voisivat käyttää niin sisustuksessa kuin vaatetuksessakin



Kuvio 9. Värit, jotka haastateltavat lajittelivat neutraaliin väriyhmään.

Epämiellyttävissä väreissä (kuvio 10) oli kaikilla vastaajilla vain pieni osa kuudestakymmenestä väristä. Epämiellyttäviin väreihin valikoituivat tummanlilat, likaisen sävyiset harmaat, ruskeat ja vihreät värit, sekä neonväreihin taittavat vihreä ja keltainen. Neonvärit koettiin yleisesti ärsyttävänä ja liian hyökkäävinä väreinä. Likaisen sävyiset värit taas rinnastettiin epäpuhtauteen ja synkkyyteen, eikä niistä väreistä sen



vuoksi pidetty. Puhdas punainen toi yhdelle mieleen yhteiskuntamme lukuisat kiellot ja varoitukset, jotka toivat hänelle epämiellyttävän olon. Samainen haastateltava valitsi kuitenkin suosikkiväriksensä syvän murretun punaisen, joka oli hänen lempiväriinsä.



Kuvio 10. Värit, jotka haastateltavat lajittelivat epämiellyttävään väriyhmään. Kuvassa olevat keltainen ja vihreä ovat sävyiltään neonvärejä.

Vaikka haastateltavana oli vain pieni joukko ihmisiä, voidaan jo näiden tulosten perusteella todeta, että väreillä ja niiden sävyillä on hyvin suuri merkitys ihmisille. Oli kiinnostavaa huomata, kuinka sama väri erisävyisenä voi olla yhtä aikaa lempiväri ja epämiellyttävä väri. Niin meille suunnittelijoille jotka suunnittelemme uusia tuotteita kuin yritysten sisäänostajillekin värit, kuviot ja niiden yhdisteleminen on varmasti yksi isoimmista haasteista. Yksi kuluttaja jättää ostamatta pöytäliinan josta hän pitäisi muuten, mutta värit eivät häntä miellytä, kun taas toinen kuluttaja ostaisi samaisen pöytäliinan värien puolesta, mutta ei pidä lainkaan liinan kuviomaailmasta.

Kuviomaailmojen tuloksissa oli huomattavasti enemmän mielipide eroja kuin värimaailmoissa. Haastateltavat perehtyivät huolellisesti kuvioaiheisiin ja harkitsivat selvästi värejä enemmän, mihin kategoriaan kunkin kuvion laittaisivat. Kuvioiden kohdalla tein huomion haastateltavien erilaisesta tavasta käsitellä kuvioita. Mitä

vanhempi haastateltava oli, sitä enemmän hän kategorisoi kuvioita tunnepohjaisesti. Kuvio, joka oli ollut lapsuuskodin seinäraanussa tai mummolta saadussa perintölinassa, valittiin *miellyttää* osioon. Haastateltavat tosin totesivat, etteivät ehkä kuitenkaan pidä kyseisestä kuviosta muuten kuin sen herättämän kaihoisan ja positiivisen mielikuvan vuoksi. Nuoremmat vastaajat eivät kuvioita valitessa miettineet muuta kuin sitä, sattuivatko he pitämään kyseisestä kuviosta vai eivät.

Yleisesti ottaen orgaanisen muodon omaavat kuviot valikoituivat vastaajien *miellyttää* kategoriaan (kuvio11). Orgaaniset muodot koettiin kuvioiksi, jotka eivät katsottaessa aiheuta ärsytystä tai epämiellyttävää oloa. Jokaisen vastaajan *miellyttää* kategoriassa oli jonkinlainen luontoaiheinen kuvio. Yhdellä se oli puu, toisella kukka ja kolmannella lintu. Joku oli valinnut virtaavaa puroa muistuttavan kuvion. Jokainen luontoaiheisen kuvan valinnut totesi luonnon olevan rauhoittava ja raikas elementti. Keskusteluissa kävi ilmi myös luontoaiheen ajattomuus: sitä pidettiin aina ajanmukaisena ja kiinnostavana aiheena.



Kuvio 11. Haastateltavat pitivät kuvioista, joissa oli orgaanisia muotoja. Myös luontoaiheiset kuvat kiinnostivat useaa käyttäjäselvitykseen osallistunutta henkilöä.



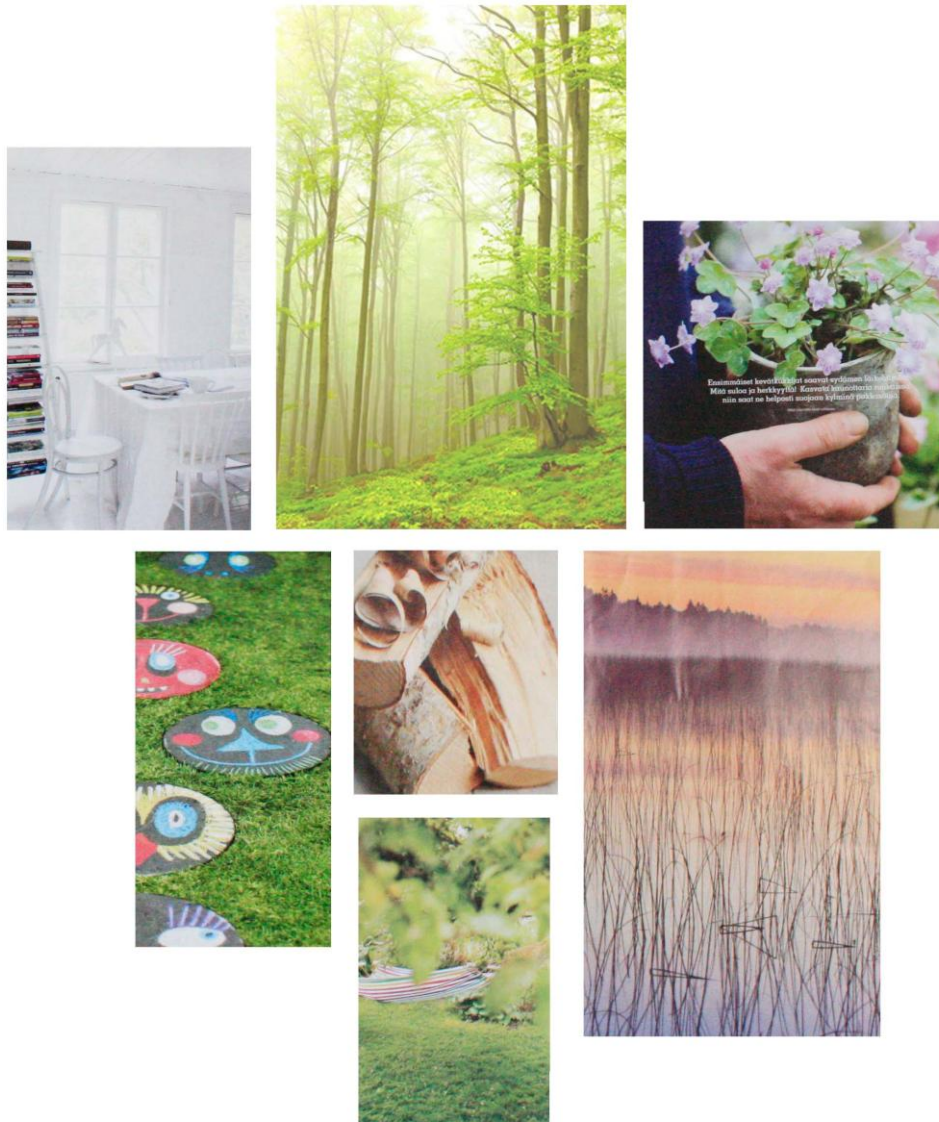


Kuvio 13. Haastateltavat eivät pitäneet näistä kuvioista.

Yksi havainto, jonka kuvio-osuudessa tein, oli värin merkitys kuvioissa. Olin pyytänyt haastateltavia keskittymään ainoastaan kuvioihin värien sijaan. Tiesin jo omasta kokemuksesta, että väreihin olisi vaikea olla ottamatta kantaa kuvioita lajitellessa. Tästä syystä leikkasin testimielessä erivärisistä väripapereista kolmion- ja ympyränmallisia kuvioita, selvittääkseni onko värillä väliä kuvioden kategorisoinnissa. Ja olihan sillä. Kolmioiden kohdalla oli mielenkiintoista huomata, kuinka yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki valitsivat mustan kolmiokuvion *epämiellyttää* kategoriaan, kun taas viisi vastaajista valitsi heleen vaaleanpunaisen kolmion neutraaliksi ja yksi jopa suosikiksi. Useiden kuvioden kohdalla vastaajat totesivat kuin varmistaakseen, että pitävät kyllä kuvioista, mutta kuvion väri oli kamala.

Viimeiseen kategoriaan olin valinnut kahdeksantoista tunnelmakuvaa. Tunnelmat vaihtelivat kaupunkimiljööstä metsään ja nuotion hehkusta öisen kaupungin sykkeeseen. Jokainen haastateltava valitsi jonkin metsäaiheisen kuvan *miellyttää* ryhmään (kuvio 14). Merellisen tunnelman muutama vastaajista nosti suosikikseen kun taas toisille meri oli pelottava ja mystinen elementti, eikä sitä koettu lainkaan miellyttäväksi. Muutamat kuvat, kuten esimerkiksi iltaruskossa kuvattu kaislikko,

valikoituivat usean vastaajan suosikiksi kuvan rauhallisen tunnelman vuoksi. Nopeat valoviivat, talviset kuvat ja teolliset rakennukset luokiteltiin lähes jokaisen vastaajan toimesta *epämiellyttävään* kategoriaan (kuvio 16). Kaupunkikuvat taas koettiin joko miellyttäväksi tai olivat neutraaleja. Yhteistä jokaisen *miellyttää* ryhmän tunnelmakuvien kohdalla oli kuvasta huokuva kiireettömyys ja luonnon läsnäolo.



Kuvio 14. Tunnelmakuvat, joista haastateltavat pitivät eniten.



Kuvio 15. Nämä tunnelmakuvat haastateltavat valitsivat neutraaliin ryhmään.



Kuvio 16. Näistä tunnelmakuvista haastateltavat eivät pitäneet.

Yhteenvetona kokosin käyttäjäselvityksen tuloksista tunnelmakollaasin (kuvio17), jota käytän keittiötekstiilimalliston suunnittelun tukena. Käyttäjäselvityksen tekeminen oli äärimmäisen mielenkiintoista, mutta hyvin aikaa vievää. Haastateltavat olivat yllättävän kiinnostuneita kyselystä ja tuntuivat vastaavan mielellään kysymyksiini. Käyttäjäselvityksen rakenne oli looginen ja helppo toteuttaa. Jos haastateltavia olisi ollut enemmän, olisin supistanut hieman selvityksen laajuutta, jotta analysointi olisi ollut nopeampaa. Toteuttamassani käyttäjäselvityksessä käytettiin pääosin Tikkurilan värikarttoja. Jos toteuttaisin käyttäjäselvityksen uudelleen, valitsin mukaan enemmän muidenkin valmistajien värimalleja, jotta värisävyjen skaala olisi hieman laajempi. Valitsisin myös kuvio- ja tunnelmakuvat hieman eritavalla. Nyt samantyyppisestä tunnelmasta tai kuviosta oli useita kuva vaihtoehtoja, vaikka yksikin olisi riittänyt. Käyttäjäselvityksen ollessa keittiötekstiilimalliston suunnitteluosuuden tukevana tekijänä, koen saaneeni selvityksestä riittävästi aineistoa ja informaatiota suunnittelutyöhön.



Kuvio 17. Käyttäjäselvityksen tuloksista yhteenvetona koottu kollaasi.



## 6 Metsäpäivä-keittiötekstiilmallistokonsepti

### 6.1 Teema

*Tämän maiseman syliin synnyin  
metsän kämmenelle  
Opin hengittämään sen tahtiin  
Syvään. Kiireettä.  
Opin sen askeleet. Laulut.  
Sen osaksi juurruin.  
Opin näkemään metsän puilta,  
puut metsältä.  
Kuulemaan perhosen lennon,  
näkemään tuulen liitelyn  
niityn yllä.  
Nyt  
missä tahansa  
mutta kotona tässä maisemassa.*

*(Maaria Leinonen)*

Yllä oleva runo on ollut suosikkirunoni jo vuosia. Runo on osunut syystä tai toisesta useassa tilanteessa eteeni ja viimein sen kirjoitin kalenterini kanteen, jotta en sitä kadottaisi. Mallistoni teemaa miettiessäni ensimmäisenä mieleeni tuli tämä Maaria Leinosen runo, jonka päätin ottaa mallistoni kattoteemaksi. Luontoaiheen lisäksi halusin suunnittelemani malliston olevan sellainen, joka toisi iloa jokapäiväseen arkeen joko värityksellään, kuvioinnillaan tai tuotteen funktiolla tai muotoilulla. Tavoitteenani oli tehdä mallisto, joka olisi teemaltaan ajaton, väreiltään piristävä ja tunnelmaltaan hieman leikkisä. Halusin malliston koostuvan jokapäiväisistä arjen käyttötavaroista ja siksi päädyin suunnittelemaan tuotteita keittiöön, jossa merkittävä osa arkipäivän puuhista tapahtuu.

Keittiötä ei turhaan kutsuta kodin sydämeksi. Keittiössä herätään uuteen aamuun, suunnitellaan tulevaa päivää ja viimeiseksi illalla sammutetaan valot. Siellä vaihdetaan päivän kuulumiset, tavataan ystäviä ja ajatellaan omia ajatuksia. Keittiössä keitetään, paistetaan, leivotaan ja syödään. Eletään tätä päivää ja tehdään huomisen muistoja. (Rivinoja 2009.) Aina ei näin kuitenkaan ole ollut. 1900-luvun alkupuolella erityisesti

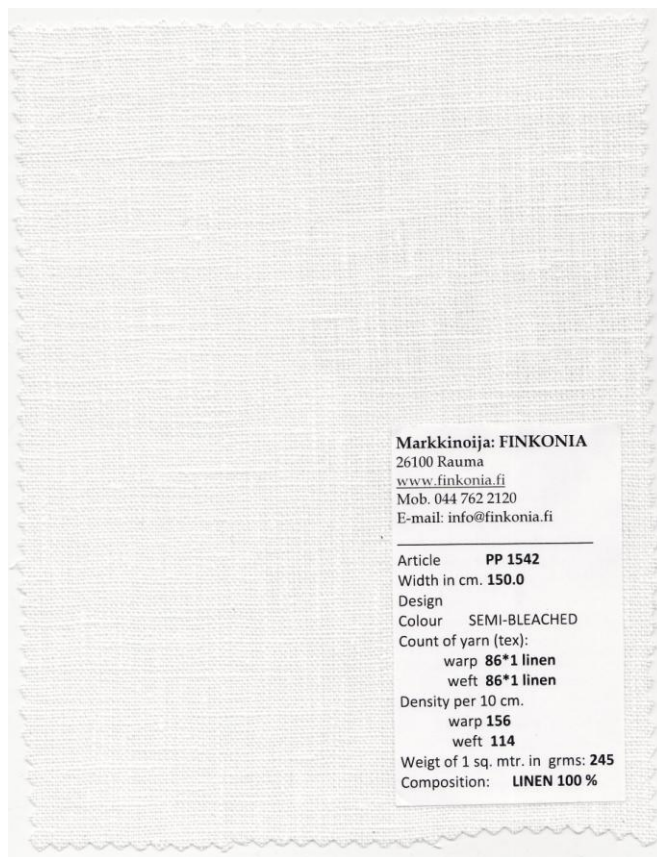
säätyläiskodeissa isäntäväki ei käynyt juuri koskaan keittiössä, eivätkä he välttämättä edes tienneet, missä päin taloa keittiö tarkalleen sijaitisi. Palvelusväki toi ruoan ruokasaliin, joka taas oli hyvin merkittävässä roolissa tuon ajan kodeissa. Maaseudulla tilanne oli toinen. Keittiö sijaitsi usein kaukana oleskelutiloista, joko talon perimmäisessä nurkassa tai kokonaan erillisessä rakennuksessa. Keittiöt olivat likaisia tiloja, koska ruoka tehtiin avotulella, joten likaa, nokea ja rasvaa oli kaikkialla. Keittiö on kuitenkin myöhemmin kokenut huiman arvonnousun ja se on nykyään olohuoneen jatke, usein yhtenäistä tilaa muiden oleskelutilojen kanssa. (Morelius 2013.) Tänä päivänä ruoan laittaminen on suorastaan muoti-ilmiö ja kokkaaminen ja keittiön sisustaminen on trendikästä. Ei tarvitse mennä kovinkaan kauas ajassa taaksepäin, kun kotona tehdyn ruoan sijasta suosittiin yhä enenevässä määrin einesruokia. Einesruoista ollaan hiljalleen siirtymässä takaisin puhtaaseen, itse tehtyyn kotiruokaan, minkä vuoksi myös keittiöiden toimivuuteen ja ulkonäköön kiinnitetään enemmän huomiota. Keittiötekstiilejä ja muita tilaan sopivia käyttötuotteita on markkinoilla tarjolla paljon, ja ne ovat usein kustannuksiltaan kohtuullisia. Siitä syystä keittiön sisustusta voidaan helposti ja edullisesti vaihtaa uuteen tarpeen tullen.

Minulle itselleni on hyvin tärkeää, miltä keittiöni näyttää. Vaadin käyttämiltäni keittiötuotteilta laatua ja helppokäyttöisyyttä. En pidä tuotteista, joiden käyttötarkoitus on epäselvä tai niitä on muuten vaikea käyttää. Materiaalien tulee olla sellaisia, jotka miellyttävät silmää ja ovat laadukkaita ja kestäviä. Suosin keittiötuotteissa luonnonmateriaaleja niiden miellyttävän tunnun ja laadun vuoksi. Siksi olen valinnut suunnittelemani keittiötekstiilimalliston materiaaliksi pellavan.

Mallistossa käytettävän pellavan laatu on aivina Pellavaa. Aivina Pellavasta valmistettu pellava on pitkäkuituista, hienolaatuista ja siinä on kaunis kiilto. Pellavakuitu on luonnostaan vahapintainen, joten lika ei tartu siihen helposti. Pellavasta valmistettu tuote kestää oikein pestynä kauan. Omistan itse muutaman kappaleen vuosikymmeniä vanhoja pellavaisia keittiöpyyheliinoja, ja olen mieltynyt niiden erinomaiseen imukykyyn ja laadukkuuteen. Molemmat pyyheliinat paranevat pesu pesulta ja ovat edelleen kuin uusia. Sileäpintaisessa pellavakuidussa on likaa hylkivä ominaisuus ja siitä irtoaa lika paljon hellävaraisemmalla pesulla kuin esimerkiksi puuvillatuotteesta. Pellava on miellyttävän tuntuinen, se ei sähköisty helposti ja on ympäristöystävällinen materiaali. Pellava rypistyy helposti, mutta rypistyvyyttä voidaan nykyään estää useilla erilaisilla viimeistysmenetelmillä. (Markula 2003, 58-59.) Olen valinnut mallistoni tuotteisiin kahden paksuista Pellavaa. Ohuempi Pellava (kuvio 18) on painoltaan 245 g/m<sup>2</sup> ja sen

tiheys loimessa on 15,6 lankaa yhdellä senttimetrillä ja kuteessa 11,8 lankaa 1 cm:llä. Paksumpi pellava (kuvio 19) painaa 425 g/m<sup>2</sup> ja sen tiheys loimessa on 12,8 lankaa 1 cm:llä ja kuteessa 8,9 lankaa 1 cm:llä. Valitut pellavakankaat ovat Raumalla toimivan Finkonia -nimisen yrityksen mallistosta. Pellavakankaiden laatu ja toimittaja voivat vielä vaihtua tuotekehittelyn edetessä, mutta valitut kankaat ovat potentiaalisia vaihtoehtoja mallistoni tuotteille. Ohuempaa pellavaa käytetään kaikissa muissa keittiötekstiileissä lukuun ottamatta säilytys tekstiilejä, joissa materiaalina on paksumpi pellavakangas.

Mallistoon kuuluvista tuotteista tulen kertomaan tarkemmin seuraavissa luvuissa.



Kuvio 18. Ohuempi pellavakangasvaihtoehto. Kuvan kangas on tehtaalta lähetetty mallikappale, eikä kangas sen vuoksi ole väritykseltään oikea. Metsäpäivä-malliston kankaat tullaan värjäämään värikarttani (kuvio 21) mukaisesti.



Kuvio 19. Paksumpi pellavakangas vaihtoehto. Kuvan kangas on tehtaalta lähetetty mallikappale, eikä kangas sen vuoksi ole väritykseltään oikea. Metsäpäivä –malliston kankaat tullaan värjäämään värikarttani (kuvio 21) mukaisesti.

Metsäpäivä–keittiötekstiilimallistoni teema rakentui siis luontevasti luonnon, laadukkaiden materiaalien ja värien ympärille. Nimensä mallisto sai energian lähteenäni toimivasta raikkaasta suomalaisesta metsämaisemasta. Äkkiseltään tuttu lähimetsä näyttää usein kovin samanlaiselta paikalta, mutta tarkemmin ympäristöä tutkiessa metsä antaa uusia kokemuksia kerta kerran jälkeen. Monipuolinen ympäristö on yhtä aikaa paikka rauhoittumiselle, leikille, inspiraatiolle ja energian keräämiselle. Metsän muotokieli ja loputon väripaletti on vaihtuva, rikas ja aina ajankohtainen. Toteuttamastani käyttäjäselvityksestä ja tutkimastani värien hyvinvoinnillisista ja psykologisista vaikutuksista sain lisävahvistusta syntyneelle ajatukselle malliston luontoaiheisesta teemasta ja iloisista väreistä.

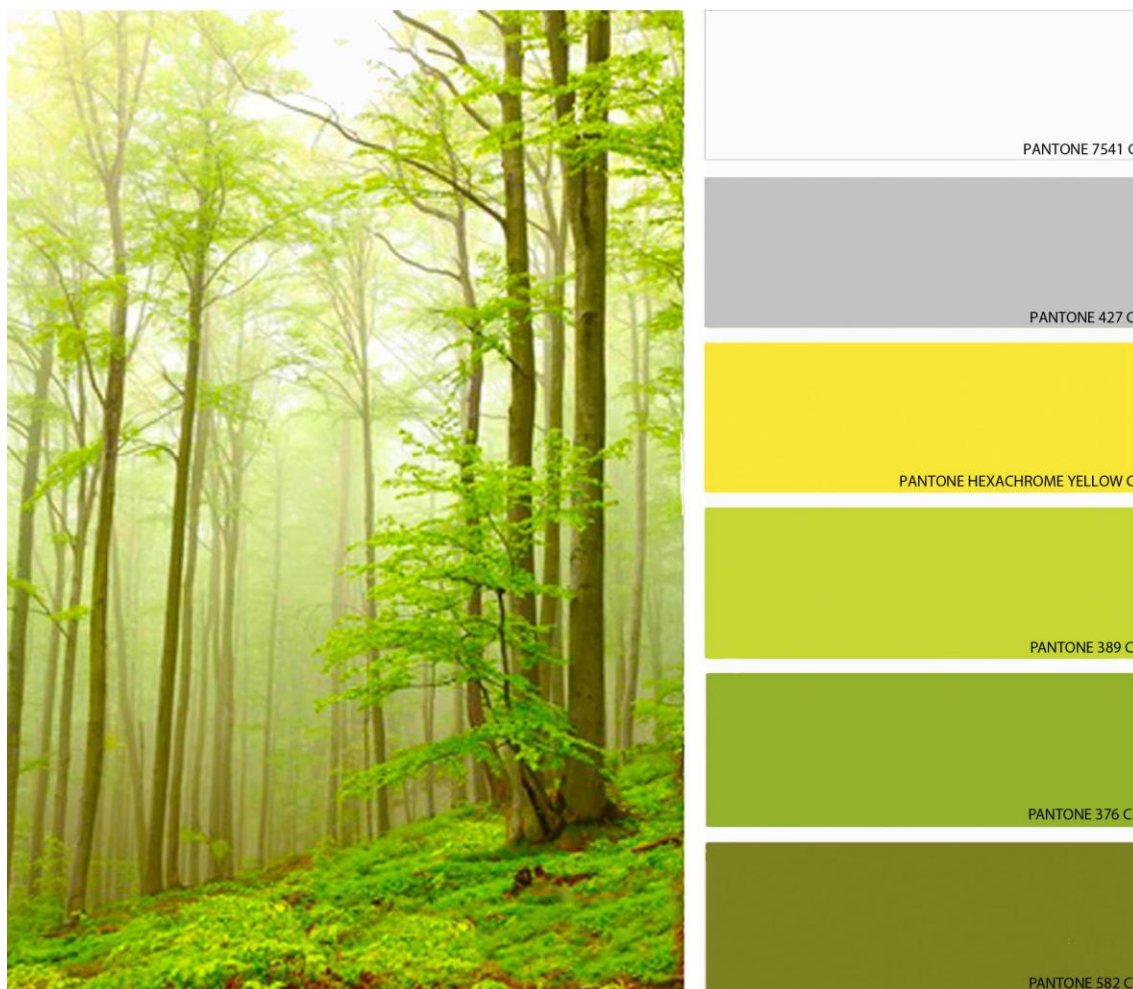
## 6.2 Mallisto

Metsäpäivä–keittiötekstiilmallistoni kiteytyy muutamiin keskeisiin sanoihin (kuvio 20), jotka ovat kulkeneet mukana läpi koko suunnitteluprosessin. Keskeiset sanat ovat tärkeitä teemasanoja, kun jatkan malliston työstämistä opinnäytetyöprosessin jälkeen. Teemasanoja käytän malliston suunnittelun myöhemmissä vaiheissa, kuten esimerkiksi pakkaus- ja mainossuunnittelussa.

hyvä olo      VÄRIT      *tuntu*  
 leikki      raikkaus  
 metsä      luonto sisällä      ilo

Kuvio 20. Metsäpäivä–malliston sielu muutamaan sanaan kiteytettynä.

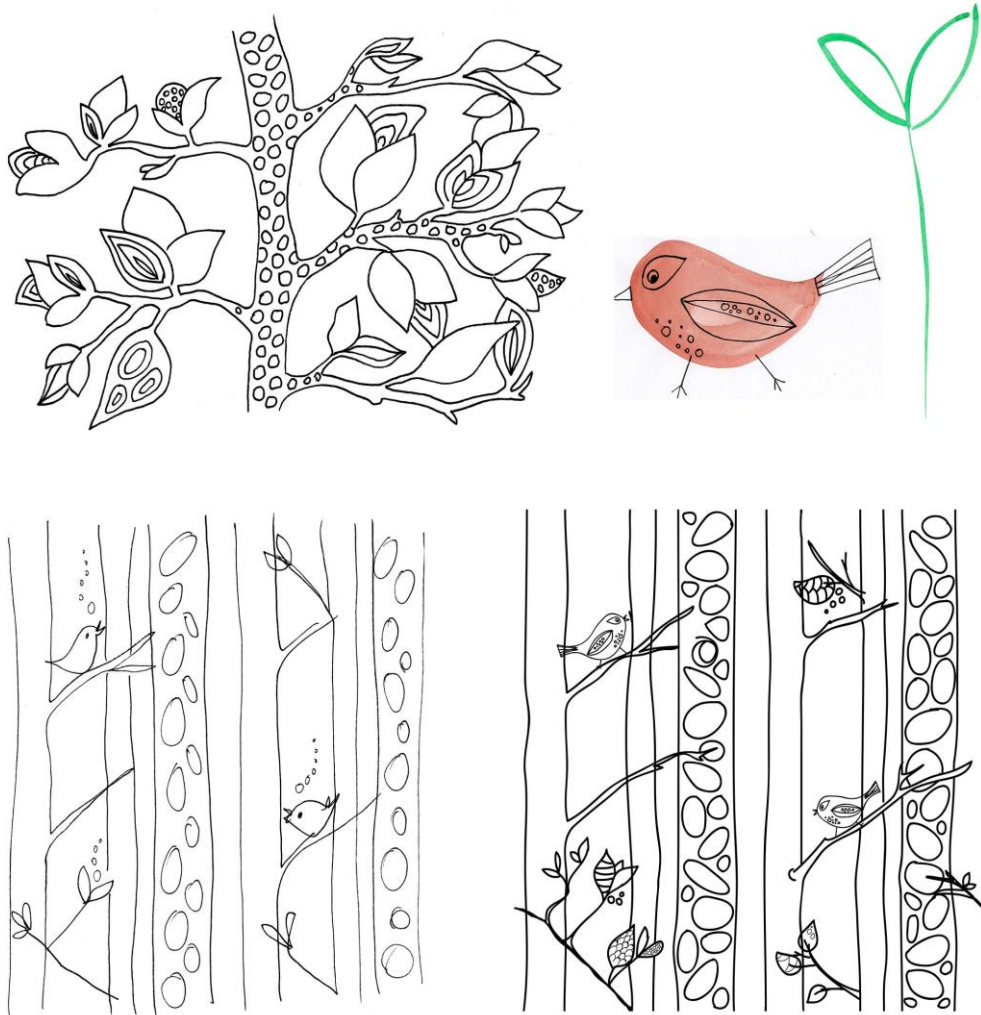
Metsäpäivä-keittiötekstiilmalliston väripaletti (kuvio 21) syntyi käyttäjäselvityksessäkin käyttämäni metsää kuvaavan kuvan ympärille. Malliston pääväreinä ovat keltainen ja vihreä. Harmaa väri toimii tasapainottavana värinä ja valkoinen väri tuo valoa ja raikkautta malliston kuoseihin. Metsäpäivä-kuosin vihreä väritys tuo mieleen raikkaan alkukesän metsän. Juuri silmuun puhjenneen lehden vihreä yhdistettynä valkoiseen oli ensimmäinen värivaihtoehto, jota pohdin mielessäni jo käyttäjäselvityksiä tehdessäni. Kuten edellä jo analysoin käyttäjäselvityksen tuloksia värien osalta, oli vihreä sellainen väri, jonka jokainen selvitykseen osallistunut henkilö koki iloiseksi ja piristäväksi väriksi. Keltainen väritys syntyi kaipuusta valoon pimeän vuodenajan keskellä. Halusin luoda värivaihtoehdon, joka toisi iloa kotiin kesäpäivän auringon lailla. Keltainen väri on piristävä väri, joka tuo tilaan lämpöä ja auringonpaistetta. Se on hyvin valovoimainen väri ja sen hehku erottuu edukseen muista väreistä.



Kuvio 21. Keittiötekstiilimalliston värikartta.

Idea kuosin kuviomaailmasta on muhinut päässäni jo pitkään. Metsä on toiminut minulle loputtomana inspiraation lähteenä useissa projekteissa, joten halusin suunnitella kuosin, joka keskittyisi metsän elementtien ympärille. Sain vahvistusta *luonto osaksi kotia* ajatukseen myös käyttäjäselvitystä tehdessäni. Selvitykseen osallistuneet henkilöt olivat kanssani hyvin samoilla linjoilla luonnon energiaa tuovasta vaikutuksesta, ja kannustivat minua suunnittelemaan luontoaiheisen kuosin. Kuosi syntyi useista elementeistä, joita olin vuosien varrella luonnoslehtiöni piirrellyt (kuvio 22). Metsäaiheisia luonnoksia löytyi luonnoskirjastani useita ja muutin luonnokset sähköiseen muotoon skannaamalla ne tietokoneelleni. Käytin kuosin työstämiseen Adobe Illustrator vektorigrafiikkaan perustuvaa piirto-ohjelmaa sekä Adobe Photo Shop kuvankäsittely ohjelmaa.

Kokosin skannatuista luonnoksista yhden kuosivaihtoehdon, jota on saatavana kahdessa eri koossa: toisen kuosin raportin koko on 32 x 32 cm ja toisen koko 64 x 64 cm. Tarkoituksena on, että pienempää raporttikokoa käytetään pientuotteiden valmistuksessa ja isompaa raporttikokoa verho- ja pöytälinakankaassa. Kuvioissa 23 ja 24 on esitelty suunnittelemani Metsäpäivä–kuosi kahdessa värityksessä – keltaisena ja vihreänä. Molemmat kuosikoot on nähtävissä oikeassa mittakaavassa liitteissä yksi ja kaksi.

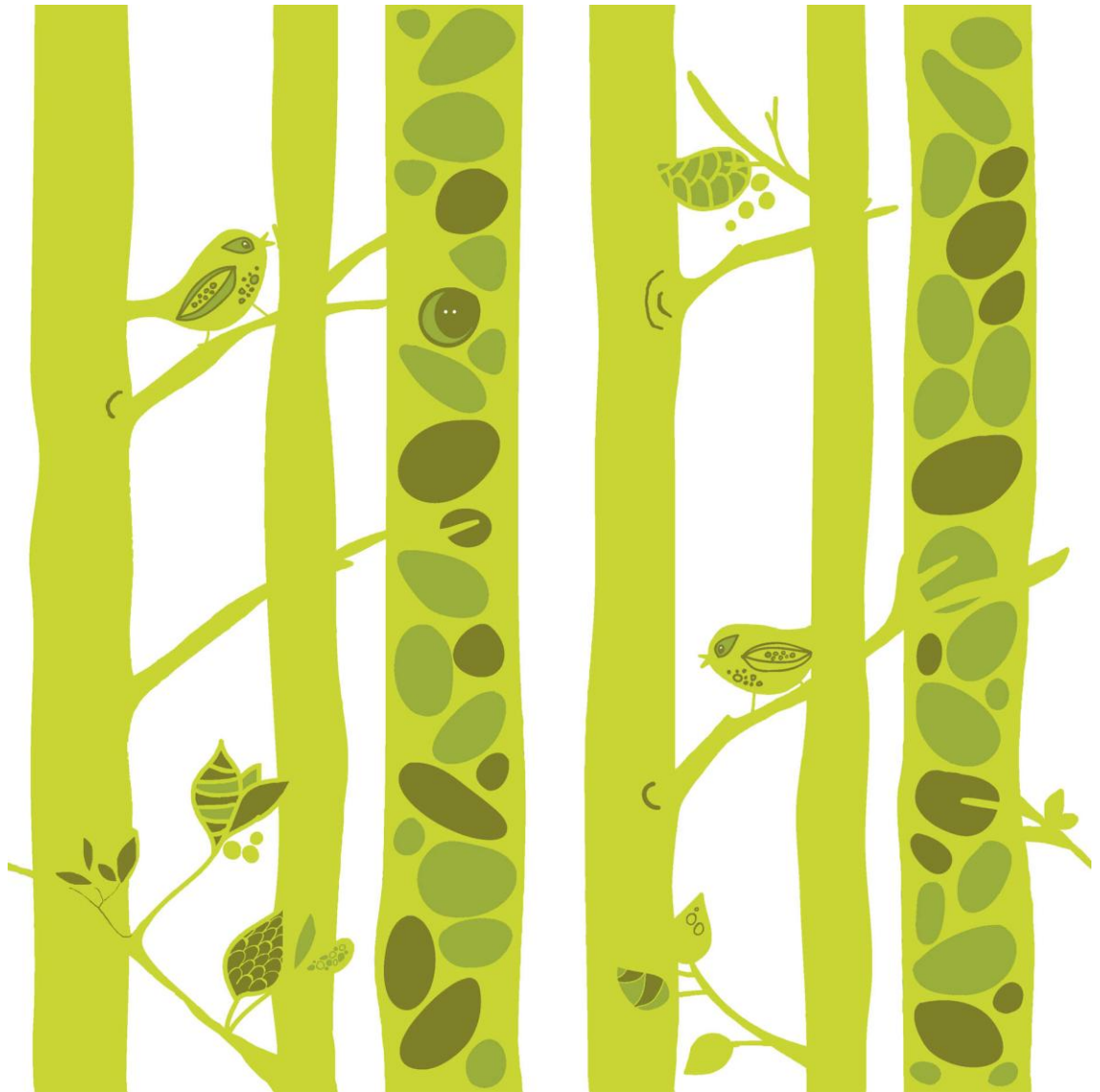


Kuvio 22. Kuosiluonnoksia.



Kuvio 23. Valmis Metsäpäivä-kuosi keltaisessa värityksessään.





Kuvio 24. Valmis Metsäpäivä-kuosi vihreässä värityksessään.

Suunnitteluvaiheessa Metsäpäivä-kuosista oli vaihtoehtona neljä erilaista väritystä (kuvio 26): musta-valkoinen, aniliininpunainen yhdistettynä limenvihreään, kelta-  
valkoinen ja vihreä-valkoinen. Hyvin pian päädyin rajaamaan väri vaihtoehdot kahteen vaihtoehtoon – keltaiseen ja vihreään – käyttäjäselvityksen värimieltyymysten lisäksi tuotannollisista ja taloudellisista syistä. Käyttäjäselvityksessä ilmeni varsin voimakkaasti ihmisten tarve saada iloisia värejä arjen iloksi, minkä vuoksi jätin graafisen musta-valkoisen ja punasävyisen värityksen pois väri vaihtoehdoista. Käyttäjäselvityksen tuloksia pohtiessani minulla jäi hyvin vahva tunne siitä, että ihmiset kaipaavat piristäviä ja raikkaita väri yhdistelmiä keittiötekstiileihin.



Kuvio 26. Metsäpäivä-kuosin neljä alkuperäistä väri vaihtoehtoa.

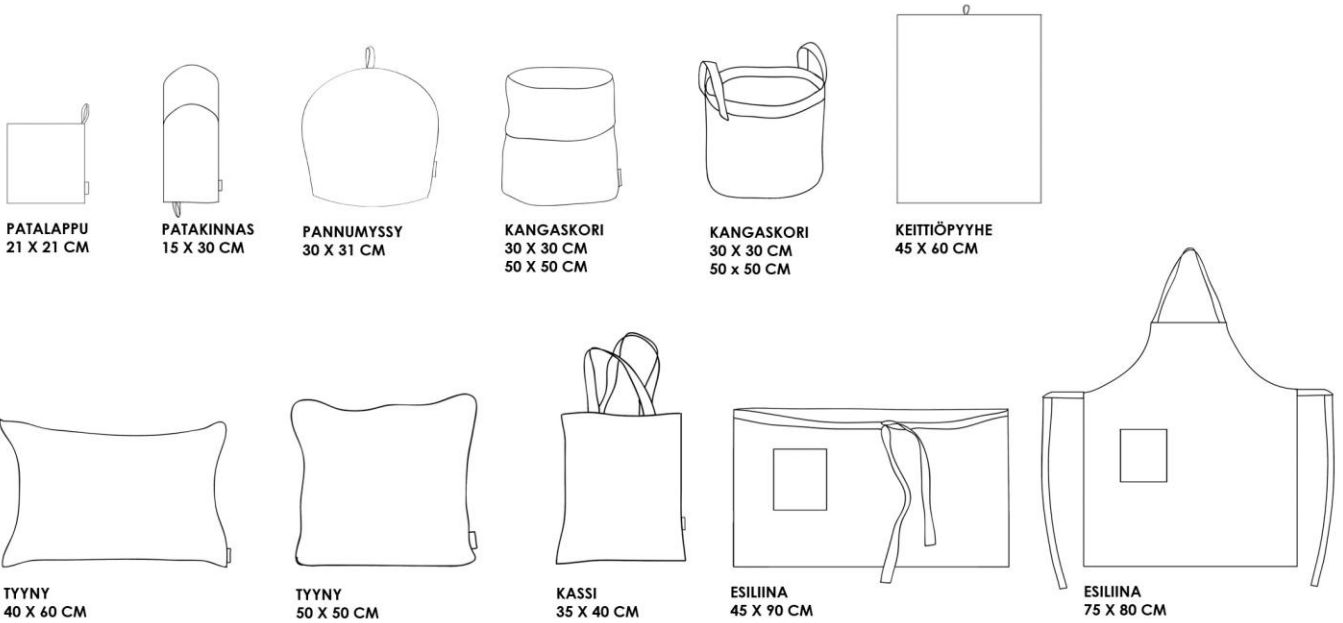
Metsäpäivä-mallistoon kuuluu kuviollisen kuosin lisäksi yksiväriset vihreä, keltainen ja valkoinen pellavakangas. Värikköiset pellavakangas tullaan värjäämään värikarttani Pantone-koodien mukaan, joten ne ovat juuri samaa sävyä kuviollisten kuosien kanssa. Yksivärisiä pellavakangaita on tarkoitus ensisijaisesti käyttää sisustustuotteissa, kuten säilytyskoreissa ja tyynynpäällisissä. Voitko kuvitella kuinka kauniilta keltaiseksi värjätystä pellavakangasta valmistettu säilytyskori näyttääkään raikkaan valkoisessa keittiössä? Tai kuinka kauniin väriparin luovat appelsiinit iloisen vihreässä kangaskorissa ruokapöydälläsi?

Metsäpäivä-keittiötekstiilimallisto koostuu yhdestätoista erilaisesta keittiön käyttötekstiilistä (kuvio 27). Halusin mallistooni tavallisia jokapäiväisessä käytössä olevia tuotteita niiden käytännöllisyyden vuoksi. Mallistoon kuuluu perinteinen neliön mallinen patalappu ja pehmoinen kaksiosainen patakinnas, pannumyssy, kaksi erimallista esiliinaa sekä leiviniina. Esiliinoista on saatavana kaulan ympäri pujotettava perinteisen mallinen taskullinen esiliina sekä vyötärölle solmittava esiliina. Lisäksi mallistoon kuuluu tukeva kangaskassi, kaksi erikokoista tyynynpäällistä sekä kaksi erilaista kangaskoria. Kangaskoreja on saatavana kahta eri kokoa: pienempiä koreja voi käyttää suojana niin hedelmille, vihanneksille kuin kukkien ruukuillekin kun taas isommat korit toimivat säilytyspaikkana isommille tavaroille. Isompaa raporttikokoa olevaa Metsäpäivä-kangasta on mahdollisuus ostaa myös metritavarana, jolloin siitä voi ommella vaikkapa verhoja, pöytäliinoja, istuinpehmusteita tai kaitaliinoja oman tarpeen mukaan. Tuotteiden tarkemmat koot ja mitat käy ilmi sivulla 49 olevasta mallistokuvasta (kuvio 27).

Keittiötekstiilien lisäksi suunnittelin Aamiaisella-malliston (kuvio 27), joka koostuu neljästä elementistä: puisesta pyöreästä tarjottimesta, teemukista ja teepannusta sekä metallilangasta taivutetusta talouspaperitelineestä ja arkipäivän onni ja ilo aforismitekstejä sisältävästä talouspaperista. Tarjotin tulee olemaan materiaaliltaan kestävä puuta, jossa on noin 4 cm:n korkuiset reunat. Teepannu ja -muki ovat pääväreiltään norsunluun valkoisia, joiden kahvat ovat muodoltaan kuin värikkäät helminauhat. Muotokieleltään vaateripustinta muistuttava talouspaperiteline on taivutettu ohuehkosta metallilangasta ja talouspaperirulla kulkee hyvin monikäyttöisen telineen mukana. Mallistoon kuuluu myös talouspaperirullat, joihin on kirjoitettu elämän onnesta ja ilosta muistuttavia aforismeja. Lambi WC- ja talouspaperit tosin julkaisi vuoden 2012 syksyllä wc- ja talouspapereille yrityksen Facebook sivujen tykkääjiensä rakkaustarinoita, jotka he painoivat papereille. Lambi markkinoi tarinapapereitaan hyvin näkyvästi, enkä ole varma, onko aforismipapereilla kuinka paljon enää uutuusarvoa

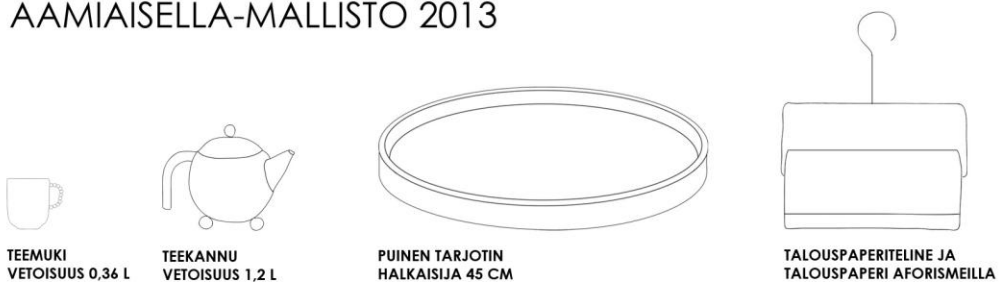
rakkaustarinoiden jälkeen. Ajatuksen tasolla aforismipaperit ovat mitä mainioimmat ja niiden valmistusmahdollisuuksia ja kustannuksia olisi mielenkiintoista selvittää. Aamiaisella-malliston tuotteet voivat vielä muuttua muotoilultaan, mitoituksiltaan ja materiaaleiltaan, koska malliston suunnittelu on vasta ideointivaiheessa.

## METSÄPÄIVÄ-KEITTIÖTEKSTIILIMALLISTOKONSEPTI 2013



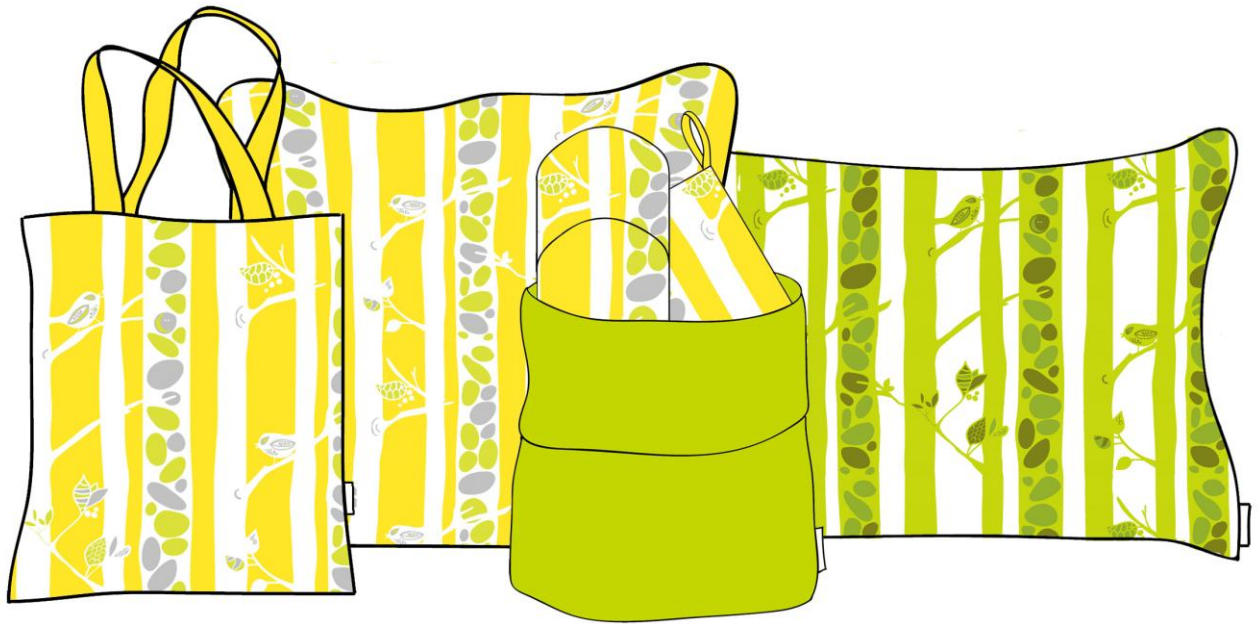
MALLISTOON KUULUU MYÖS KANGAS, JOTA ON SAATAVANA METRITAVARANA. KANKAAN LEVEYS ON 145 CM JA RAPORTIN KORKEUS 64 CM.

## AAMIAISELLA-MALLISTO 2013

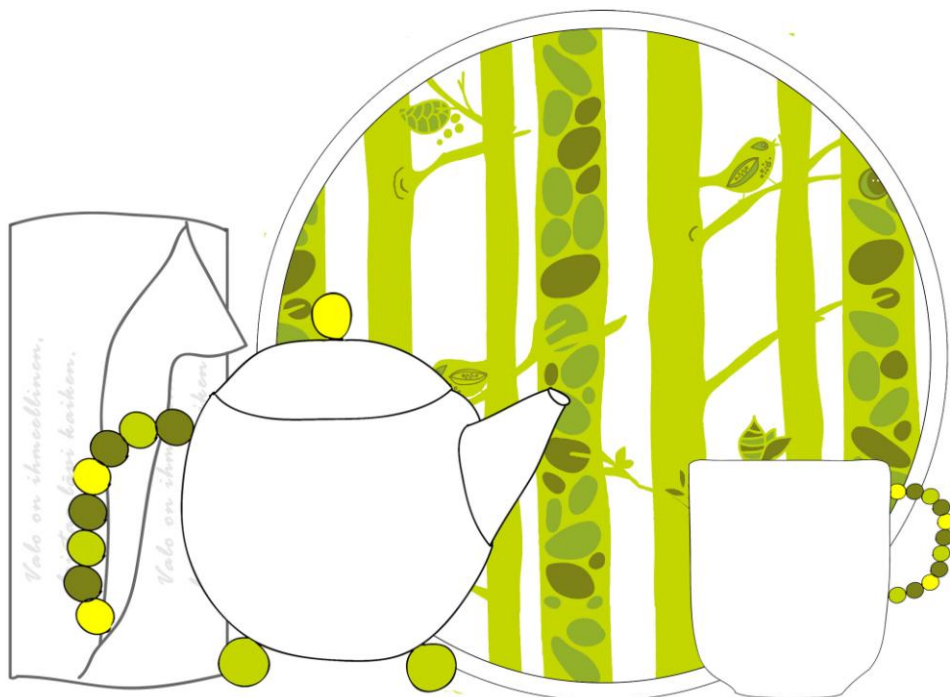


TUOTEKUVIEN KOOT OVAT SUUNTAA ANTAVIA, TUOTEKUVAT EIVÄT OLE MITTAKAASSA.

Kuvio 27. Metsäpäivä- ja Aamiaisella-malliston tuotteet viivapiirroksina.



Kuvio 28. Metsäpäivä-tuotteita keltaisessa ja vihreässä värissä.



Kuvio 29. Aamiaisella-malliston tuotteet vihreässä värissä.



Kuvio 30. Metsäpäivä-tekstiilejä miljööseen sijoitettuna.

## 7 Päätäntä

### 7.1 Yhteenveto

Matka hyvinvoinnin, värien, kuvioiden ja muotoiluutaamisen kautta valmiiksi keittiötekstiilimallistokonseptiksi oli äärimmäisen antoisa. Tavoitteenani oli suunnitella mallisto, joka toisi piristystä jokapäiväiseen arkeen värien, kuvioiden ja malliston teeman myötä. Ennen varsinaisen malliston suunnittelun aloittamista tutkin tarkemmin värien ja kuvioiden hyvinvoinnillisia ja psykologisia vaikutuksia niin teoriatiedon kuin muotoiluutaamisen avulla. Halusin mallistosuunnittelun olevan asiakkaan ja suunnittelijan välistä vuoropuhelua, minkä vuoksi laadin ja toteutin väreihin, kuvioihin ja tunnelmiin pohjautuvan käyttäjäselvityksen. Hyvin tehty pohjatyö värien, kuvioiden ja tunnelmien osalta antoi hyvät eväät varsinaiseen suunnittelu työhön.

Aloitin tutkimusosion perehtymällä hyvinvointiteemaan. Hyvinvointi-sanaa harvemmin kuullaan liitettävän muotoilun kenttään, vaikka suunnittelijat ehkä alitajunnassa tiedostavat suunnittelevansa hyvinvointia edistäviä tuotteita. Käsittelin kyseistä teemaa Margit Sjöroosin Stress free area –konseptin kautta, minkä lisäksi pohdin sitä, millainen hyvinvoinnillinen merkitys tekstiileillä on. Mielestäni onnistuin hyvin kiteyttämään hyvinvointiteeman tekstiilisuunnittelijan näkökulmasta katsottuna. Olisin varmasti saanut vielä enemmän irti kyseisestä aiheesta, jos olisin onnistunut järjestämään haastattelun tai tapaamisen Margit Sjöroosin kanssa.

Tarkempi perehtyminen värien ja kuvioiden vaikutuksiin oli luonteva jatkumo hyvinvointiteemalle. Sain tekemistäni tutkimuksista riittävästi teoriatietoutta käyttäjäselvityksen laatimiseen. Käyttäjäselvityksen teko, haastattelutilanteet ja tulosten analysointi oli sekä antoisaa että hyvin aikaa vievää. Jälkikäteen ajateltuna selvityksen laajuutta ja toimivuutta olisi voinut miettiä tarkemmin. Haastattelutilanteet venyivät aika pitkiksi, josta syystä myös aineistoa kertyi pelkästään yhdestä haastattelutilanteesta paljon. Kaiken kaikkiaan käyttäjäselvityksen laatiminen oli kannattavaa ja sain haastateltavilta paljon hyödyllistä tukea suunnittelutyölleni.

Olen tyytyväinen teoriaosuuden tutkimuksien pohjalta syntyneeseen Metsäpäivä-keittiötekstiilimallistokonseptiini. Onnistuin mielestäni suunnittelemaan toimivan mallistokokonaisuuden, josta on helppo jatkaa tuotteiden työstämistä opinnäytetyöprosessin jälkeen aina tuotantoon saakka. Malliston suunnittelu oli mielenkiintoista ja antoisaa ja pystyin soveltamaan hankkimaani teoriatietoutta hyvin



suunnittelun eri vaiheissa. Koska malliston tuotteita ei valmistettu opinnäytetyöprosessin aikana, voivat malliston tuotteet tai materiaalit vielä tarkentua tai muuttua tuotannon alkaessa. Olisin voinut perehtyä opinnäytetyössä myös tuotannosuunnitteluun ja valmistukseen, mutta jätin sen tietoisesti tämän työn ulkopuolelle.

Koska tein opinnäytetyön omalle yritykselleni, työn lopputulos oli hyödyllinen omaa tulevaisuuttani ajatellen. Opinnäytetyön sisältö tukee hyvin yritykseni arvomaailmaa ja antaa erinomaiset eväät malliston toteuttamiseksi. Opinnäytetyöni antaa lukijalle näkemyksen siitä, kuinka tekstiilisuunnittelulla voidaan vaikuttaa jokapäiväiseen hyvinvointiin ja kuinka muotoiluolosuhteita voidaan käyttää suunnittelutyön tukena.

## 7.2 Jatkoimenpiteet

Opinnäytetyöprosessin jälkeen jatkan Metsäpäivä-keittiötekstiilimallistokonseptin työstämistä. Ensimmäiseksi teetän mallikappaleet kangaspainossa, jossa kankaat tullaan mahdollisesti myöhemmin painattamaan. Oikean materiaalin ja painotekniikan löytymisen jälkeen kartoitan värjäämöjä, jossa tulen värjättämään yksiväriset pellavakankaat. Tuotannosuunnittelun olen jo aloittanut, joten suurimmasta osasta tuotteista on olemassa mittakaavapiirroukset, joiden pohjalta tuotteet voidaan kaavoittaa. Tarkoitukseni on aluksi valmistaa pelkästään ideoimani keittiötekstiilit. Aamiaisella-malliston tuotteet saavat jäädä odottamaan vielä omaa aikaansa. Tulen aluksi ompelamaan pienen sarjan keittiötekstiilejä itse, mutta tarkoitukseni on kartoittaa mahdollisia alihankkijoita, jotka tulisivat tekemään ompeluosuuden. Pakkaus- ja mainossuunnittelu on vasta ideointivaiheessa, samoin kuin tuotteiden lanseerausajankohta. Haluan suunnitella kaikki osa-alueet aina tuotteiden pakkauksista mainoksiin ja jälleenmyyntiin saakka huolella, jotta konsepti olisi juuri sellainen, millainen sen haluan olevan.

Se, millaiseksi konsepti loppujen lopuksi muotoutuu, on arvoitus vielä itsellenikin.

Ranskalaisen kirjailijan ja runoilijan André Giden sanat olkoon rohkaisun sanat itselleni tulevaisuuden unelmiini:

*Ihminen ei voi löytää uusia valtameriä,  
ellei hän uskalla kadottaa rantaa näkyvistään.*

*(André Gide)*

## Lähteet

- Aivila, Tanja ja Huovila, Siri 2013. Värien merkitys ostopäätöstä tehtäessä. Sähköpostihaastattelu väreistä.
- Arnkil, Harald 2008. Värit havaintojen maailmassa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Colormatters 2013. Basic Color Theory. [verkkodokumentti]  
<<http://www.colormatters.com/color-and-design/basic-color-theory>> (Luettu 10.1.2013)
- Conbalance Oy 2012. [verkkodokumentti] <<http://www.conbalance.com/>> (Luettu 15.1.2013)
- Hintsanen, Päivi 2008. Värien yhdistäminen ja sekoittaminen. [verkkodokumentti] <<http://www.coloria.net/yleis/addit.htm>> (Luettu 6.9.2012)
- Huttunen, Martti 2005. Värit pintaa syvemältä. Porvoo: WSOY.
- Kajanoja, Jouko 2005. Mitä on hyvinvointi? [verkkodokumentti]  
<[http://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap\\_3\\_2005\\_hyvinvointi.html](http://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_3_2005_hyvinvointi.html)> (Luettu 19.1.2013)
- Lapin elämysteollisuuden osaamiskeskus 2009. Syyskuun elämyspersoonaa. [verkkodokumentti]  
<<http://www.leofinland.fi/index.php?name=Content&nodeIDX=3569>> (Luettu 13.1.2013)
- Mattelmäki, Tuuli 2006. Muotoiluluotaimet. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Markula, Raija 2003. Tekstiilitieto. Helsinki: WSOY.
- Morelius, Bernt 2013. Huomenta Suomi. 6.3.2013 MTV3. (Katsottu 6.3.2013.)
- Reid, Lori 2003. Terveyttä ja elinvoimaa väreistä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Rihlana, Seppo 1997. Värioppi. Tampere: Tammer-Paino Oy
- Rihlana, Seppo 1993. Värit ja kuviot ympäristövaikuttajina. Vantaa: Tikkurila Oy:n kirjapaino.
- Rihlana, Seppo 1990. Värit ja valot sisätiloissa. Tampere: Paino-Team.
- Rivinoja, Sirpa 2009. Keittiö on kodin sydän – osa 2. [verkkodokumentti]  
<<http://www.rakennaoskein.fi/fi/artikkelit/keitti%C3%B6-kodin-syd%C3%A4n-osa-2>> (Luettu 7.3.2013)
- Taidekoulu Gösta 2012. Värien ominaisuuksia. [verkkodokumentti]  
<<http://www.serlachiusartmuseum.fi/taidekasvatus/gostanateljee/vari2.htm>> (Luettu 7.9.2012)

Tilastokeskus 2013. Talous: Mikä on bruttokansantuote. [verkkodokumentti]  
<<http://www.stat.fi/tup/verkkokoulu/data/tilkt/02/11/index.html>> (Luettu 18.1.2013)

Seuri, Ville 2006. Rauhaisan tien kulkija. Ylioppilaslehti.[verkkodokumentti]  
<<http://ylioppilaslehti.fi/2006/10/rauhaisan-tien-kulkija/>> (Luettu 7.1.2013)

## Kuvien lähteet

**Kuva 2: Stress free area –konseptin peruselementtejä. Kuvassa yksityiskohtia Margit Sjöroosin suunnittelemasta Lampitropiikki loma-asunnosta Kuusamon tropiikissa.**

[http://www.kunnonpaikka.com/en/day\\_spa/stress\\_\\_free\\_area/](http://www.kunnonpaikka.com/en/day_spa/stress__free_area/)

<https://www.holidayclub.fi/kohteet/kuusamontropiikki/majoitus/loma-asunnot/>

Kuvakollaasin apila oma kuva-arkisto

**Kuva 4: Jokainenhan meistä oliivin vihreän tai maitokahvin sävyn tietää. Kysymys kuuluukin, onko mielikuva sävystä samanlainen jokaisella?**

[http://www.tikkurila.fi/kotimaalarit/varit/tietoa\\_vareista/varit\\_elavat\\_mielikuvissamme](http://www.tikkurila.fi/kotimaalarit/varit/tietoa_vareista/varit_elavat_mielikuvissamme)

**Kuva 5: Tunnelmakollaasi käyttäjäselvityksen laatimisen tueksi.**

Kuvakollaasin naiset: <http://flightynaty.blogspot.fi/2012/03/gudrun-sjoden.html>

Kuvakollaasin pellavapelto: <http://www.vastavalo.fi/pellava-viljelykasvi-pellavapelto-1-187878.html>

Kuvakollaasin perhonen: omakuva-arkisto.

**Kuva 19: Metsäpäivä-tekstiilejä miljööseen sijoitettuna.**

Kuvakollaasin keittiö: <http://decordots.com/2013/01/07/light-and-white/scandinavian-kitchen-with-small-wood-burning-stove/>

Kuvakollaasin ruokapöytä: <http://mydeco.floorplanner.com/photo/family-tree-oilcloth-from-ferm-living/2049150/>

## Metsäpäivä-keittiötekstiilimalliston pienempi kuosi

Kuosi pienempänä koko vaihtoehtona. Mittakaava 1:1.



## Metsäpäivä-keittiötekstiilimalliston isompi kuosi

Kuosi isompana koko vaihtoehtona. Mittakaava 1:1.

