

ARVOKONFLIKTITYPOLOGIAN MUUTTAMINEN KUVALLISEKSI TYÖVÄLINEEKSI

Sofia Fagerlund
Savonia-ammattikorkeakoulu
Muotoilun koulutusohjelma
Opinnäytetyö 2014

ARVOKONFLIKTITYPOLOGIAN MUUTTAMINEN KUVALLISEKSI TYÖVÄLINEEKSI

Koulutusala Kulttuuriala			
Koulutusohjelma Muotoilun koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Sofia Fagerlund			
Työn nimi Arvokonfliktitypologian muuttaminen kuvalliseksi työvälineeksi			
Päiväys	23.3.2014	Sivumäärä/Liitteet	72/2
Ohjaaja(t) Heikki Nevalainen			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t)			
Tiivistelmä			
<p>Opinnäytetyön aiheena on Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologian muuttaminen kuviksi. Suomalaisista tehdyn yhdeksänuokkaisen typologian kullekin arvotyyppille muodostetaan ryhmän tyyliä havainnollistavat mielikuvakartat. Työn taustalla on ajatus suunnittelijan työn parantamisesta työkalulla, joka selventää kuvallisella osuudellaan eri arvotyypeille ominaisen tyylin pääpiirteet ja näin nopeuttaa projektia, sekä jättää enemmän aikaa yksityiskohtien työstämiseen. Työn tavoitteena on muodostaa työkalu, jota voidaan hyödyntää monialaisesti.</p> <p>Arvokonfliktitypologian ja teoriapohjan avulla kullekin arvotyyppille rakennetaan arvotyyppiä kuvaava mielikuvakartta, josta käy ilmi arvotyyppille ominainen värimaailma, muotokieli, materiaalit sekä jokin ryhmää profiloiva piirre. Teoriapohjassa on hyödynnetty värioppia, tietoa muotojen ominaisuuksista, sekä opinnäytetöitä, joissa on tehty käyttäjälähtöistä suunnittelua Puohiniemen arvokonfliktitypologian pohjalta. Mielikuvakartoissa kerrotaan lyhyesti arvotyypin tyyliin suotuisat ominaisuudet, sekä havainnollistetaan niitä kuvallisesti. Mielikuvakarttojen kuvallisesta osuudesta tyylien pääpiirteet välittyvät suunnittelijalle samantien.</p> <p>Mielikuvakarttojen toimivuutta työkaluna suunnittelussa testataan kahdella tilakonseptillä. Konsepteja varten ryhmistä valitaan kahden arvotyypin mielikuvakartat, joiden pohjalta suunnittelutyö toteutetaan. Kohteena tilakonseptissa toimii fiktiivinen kahvila sen julkityö tilan ominaisuuden ja monipuolisten mahdollisuuksien vuoksi.</p> <p>Tilakonseptien onnistumista selvitetään kyselyllä. Kyselyssä otetaan selvää konseptien herättämistä mielikuvista, sekä selvitetään miten niissä tavoitellut ominaisuudet ovat onnistuneet.</p>			
Avainsanat Arvot, arvokonfliktitypologia, arvotyypit, mielikuva, mielikuvakartta, tilakonsepti, työväline			

Field of Study Culture			
Degree Programme Bachelor of Design			
Author(s) Sofia Fagerlund			
Title of Thesis Turning value conflict typology into pictorial tool			
Date	23.3.2014	Pages/Appendices	72/2
Supervisor(s) Heikki Nevalainen			
Client Organisation /Partners			
Abstract			
<p>The subject of this thesis is to turn Martti Puohiniemi’s value conflict theory into pictures. Impression maps of each of the value type of the nine class theory of Finnish population are constructed to visualize their styles. In the background of this thesis there is an idea to create a tool that improves designer’s work and clarifies with its pictorial part the main features of the group thereby speeding up the project and leaving more time for detailing. The aim of this thesis is to to create a tool that can be exploited in a multidisciplinary approach.</p> <p>The impression maps that show the typical color schemes, idioms, materials and a profiling feature of the group are built with the help of the value conflict typology and other theoretical basis. The theoretical basis includes theory of color, characteristics of idioms and other thesis that have previously used Puohiniemi’s value conflict typology. The impression maps summarize the propitious features of the group’s style together by visualizing it. The pictorial part of the impression maps transmits the main features for the designer instantaneously.</p> <p>The functionality of the impression maps is tested with two space concepts. Two value groups’ impression maps for the concepts are selected to make the basis for the testing. The concept is a fictional cafe because of its feature as a public space and diverse opportunities that it offers.</p> <p>The succeeding of these two concepts is solved with a survey. The survey presents what kind of first impressions the concepts give to the viewer and clarifies how the desirable features have succeeded.</p>			
Keywords Values, value conflict typology, value types, impression, impression map, interior concept, tool			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	8
1.1	Työn tausta.....	8
1.2	Työn tavoitteet ja rajaaminen	8
1.3	Työn kulku	8
2	MARTTI PUOHINIEMEN ARVOKONFLIKTITYPOLOGIA	12
2.1	Arvot, asenteet ja ajankuva	12
2.2	Arvotypologia suomalaisista	13
3	MIELIKUVAKARTAT.....	14
3.1	Itseohjautuva universalisti	17
3.2	Itsenäinen	21
3.3	Individualistinen hedonisti.....	25
3.4	Kollektiivinen hedonisti.....	29
3.5	Egoisti.....	33
3.6	Turvallisuusmielinen	37
3.7	Turvallisuutta arvostava universalisti	41
3.8	Hyväntahtoinen kollektiivinen	45
3.9	Opportunisti.....	49

4	SUUNNITTELU	52
4.1	Tilakonsepti.....	52
4.2	Tilajako.....	52
4.3	Konsepti individualistiselle hedonistille	55
4.4	Konsepti itseohjautuvalle universalistille	59
5	KYSELY	62
5.1	Kyselyn tulokset individualistisen hedonistin konseptiin	63
5.2	Kyselyn tulokset itseohjautuvan universalistin konseptiin.....	65
6	PÄÄTÄNTÄ.....	67

KUVALUETTELO	69
LÄHDELUETTELO	72
LIITE 1 Kysely	
LIITE 2 Kyselyn tulokset	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheita pohdittaessani kiinnostuin mielikuvista ja yrityksen profiloinnista tiettyjä käyttäjäryhmiä miellyttäväksi kokonaisuuksiksi. Kiinnostuksen kohteeksi erityisesti nousi yrityksen rakennetun ympäristön profilointi mielikuvien kautta. Aiheita eteenpäin kehittämällä syntyi idea Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologian hyödyntämisestä työn pohjana.

Lopputuloksena muodostui kutakin yhdeksää arvotyyppiä kuvaavat mielikuvakartat, sekä kahden arvotyypin mielikuvakarttojen pohjalta suunnitellut kaksi erillistä tilakonseptia, joiden sovelluskohdeksi valitsin kahvilan. Opinnäytetyön toteutus ja sen sisältö kulkevat kronologisesti samassa järjestyksessä prosessikaavion vaiheiden kanssa.

1.1 Työn tausta

Työni taustalla on ajatus suunnittelijan työn parantamisesta työkalulla, joka kertoo sekä kuvallisesti että sanallisesti tietyille arvotyypille ominaiset suunnittelutyössä hyödynnettävät pääpiirteet. Työ sai alkunsa ideasta rakentaa muotoilijalle selkeät mielikuvakartat vaikeaselkoisen A3-tutkimuksen sijasta. Mielikuvakarttojen kuvallinen osuus kertoo yhdellä vilkaisulla suunnittelijalle arvotyypeille ominaisia seikkoja, jolloin arvomaailmoja on helpompi sisäistää.

1.2 Työn tavoitteet ja rajaaminen

Työn tavoitteena on rakentaa monialaisesti hyödynnettäviä mielikuvakarttoja, joita voi käyttää työkaluna myöhemmin suoritettavassa suunnittelutyössä. Työssä tutkin, onko mahdollista saada toivottu lopputulos käyttämällä suunnittelemiani mielikuvakarttoja.

Lisäksi tavoitteena on kehittää käyttäjälähtöistä suunnitteluosuamistani. Ammatillisen kasvun myötä tavoitteena on etu palvella asiakasta tämän arvomaailman ja asenteiden pohjalta paremmin kuin kilpailijat. Työn aikana tekemäni tutkimus myös edesauttaa täsmentämään omaa suunnittelija identiteettiäni ja tuottaa valmiudet oman näköisen yrityskuvan luomiseen.

Työssä tehdään jokaiselle yhdeksälle Puohiniemen esittelemälle suomalaisesta arvotyypistä mielikuvakartat, joista valitaan kaksi. Näiden kahden pohjalta luodaan kaksi tilakonseptia. Työ suunnitellaan konseptitasolla luomalla fiktiivisen yrityksen fyysinen ympäristö, jolloin jonkin tietyn olemassa olevan yrityskuvan imago ei pääse vaikuttamaan konsepteista herääviin mielikuviin.

1.3 Työn kulku

Työni lähtee liikkeelle teoriapohjan rakentamisesta. Työn aikana perehdyin Martti Puohiniemen arvokonfliktitypologiaan ja sen yhdeksän arvotyypin arvoihin sekä asenteisiin. Puohiniemen tutkimus toimii työn tärkeimpänä pohjana.

Teoriapohjan avulla luon kullekin yhdeksälle arvotypologiassa esiintyvälle arvotyypille mielikuvakartat, jotka sisältävät kutakin arvotyyppiä kuvaavia ja heille ominaisia värejä, materiaaleja sekä muotoja.

Arvotyyppien valinta tilakonseptien suunnittelua varten perustuu itselle läheisen ja mieleisen arvotyypin löytämiseen, sekä sille sopivan vastapainon antavan arvotyypin valintaan. Itselleni läheistä arvotyyppiä etsin vertaamalla arvotyyppien arvoja ja asenteita omiini.

Prosessin aikana aiemmin kokoamieni mielikuvakarttojen pohjalta suunnittelen kaksi tilakonseptia, joissa huomiota kiinnitetään mielikuvakartoissa esiintyvien seikkojen lisäksi tilan jaon merkitykseen kahvila ympäristössä.

Konseptien onnistumista testaan kyselyllä, jonka toteutan Google Drive -sovelluksella. Kyselyssä pyrin selvittämään vastaavatko mielikuvakarttojen pohjalta työstämäni konseptit niillä haettuja arvoluokkia. Tulosten pohjalta analysoin konseptien onnistumista. Työn kulkua havainnollistetaan prosessikaaviolla (kuva 1, s. 10 – 11).

Lopuksi analysoin työn tavoitteiden onnistumista, sekä pohdin työn tulosten käytettävyyttä tulevaisuutta varten. Lisäksi pohdin mitä työprosessi on minulle opettanut ja kuinka työtä voisi vielä jatkokehittää.

1 TEORIAPOHJA

Aineiston läpi käyminen.
Martti Puohiniemen arvokonflikti-
typologia, värioppi, muodon
palapeli

2 MIELIKUVATAULUJEN KOKOAMINEN

Alustavien mielikuvakarttojen kokoaminen
Pinterest -kuvapalvelussa, joiden pohjalta
lopullisten toteutus sopivaksi kollaasiksi.

3 ARVOTYYPPIEN VALINTA

Arvotyypeistä valitaan kaksi, joille
toteutetaan tilakonseptit. Itselle läheisen
arvotyyppin löytäminen ja sille sopivan
vastapainon valinta lopuista
arvotyypeistä.

4 KONSEPTIEN TOTEUTUS

Luonnostelun jälkeinen suunnittelu
ArchiCAD ohjelmalla. Tilakonseptin
kohteena on kahvila ympäristö.

5 KYSELY

Kyselyssä pyritään selvittämään
mielikuvakarttojen pohjalta tehtyjen
konseptien onnistuminen. Kysely suoritetaan
Internetissä.

6 ANALYYSI & TULEVAISUUDEN NÄKYMÄT

Pohdinta osuudessa analysoidaan
kyselyn tuloksia ja mietitään työn
tavoitteiden onnistumista.

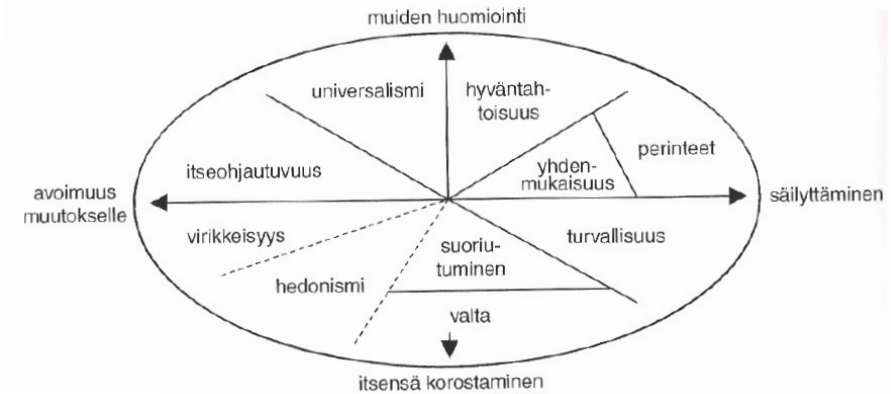
Mielikuvakysely

*Pakollinen

2 MARTTI PUOHINIEMEN ARVOKONFLIKTI-TYPOLOGIA

Martti Puohiniemen Arvot, asenteet ja ajankuva eli A3-tutkimus on vuosina 1991 – 2001 suomalaisille 15 – 75 -vuotiaille tehty kyselytutkimus, jonka pohjalta on tehty yhdeksänlukoinen typologia. Nimensä mukaisesti tutkimuksessa selvitetään arvoja ja asenteita sen hetkessä ajankuvassa. Aineistossa on kaksi pääosaa, joista ensimmäinen koostuu suoritetuista arvomittauksista ja toinen ajankuvan ilmiöiden kartoittamisesta. (Puohiniemi 2002, 11)

A3-tutkimuksen pohjana on käytetty arvotutkija Shalom Schwartzin teoriaa universaalista arvomallista. Schwartzin teoriaan pohjaavalla arvokehällä havainnollistetaan arvojen välisiä suhteita (kuva 2). Arvokehän vierekkäisillä alueilla sijaitsevat arvot ovat toisiaan täydentäviä. Arvokehän vastakkaisten alueiden arvot ovat konfliktissa ja toisistaan riippumattomien arvojen alueet ovat keskenään 90 asteen kulmassa keskipisteeseen nähden. (Puohiniemi 2002, 28; 30)



Kuva 2: Schwartzin teoriaa havainnollistava arvokehä

2.1 Arvot, asenteet ja ajankuva

Koska arvot, asenteet ja ajankuva ovat opinnäytetyölle antavan pohjan tutkimuksessa keskeisiä käsitteitä, on niiden merkitystä tärkeä tarkentaa tässä työssä. Arvot ovat motiiveja, jotka ohjaavat yksilön toimintaa. Kuitenkaan kaikkia toimintaa ohjaavia motiiveja ei voida laskea arvoiksi. Esimerkiksi ahneus voi toimia teon motiivina, muttei siitä huolimatta ole tekoa ohjaava arvo. Arvojen muuttuminen on huomattavasti hitaampaa kuin asenteiden, sillä ne ovat hyvin syvällä ihmisen mielessä. Niiden juuret löytyvät kulttuurista, jossa eletään. (Puohiniemi 2002, 5)

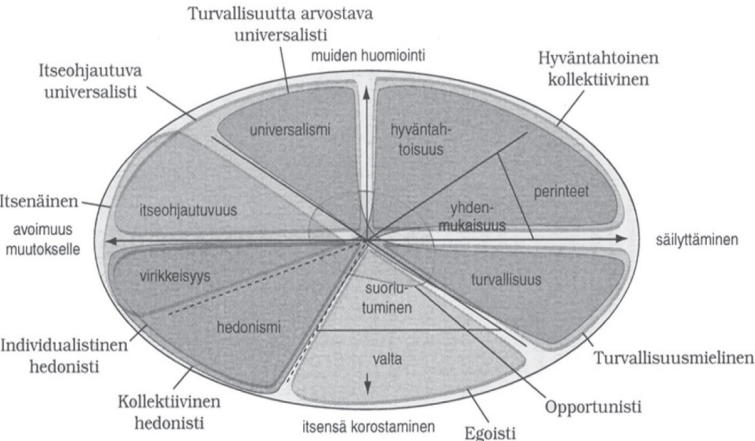
Tapoja joilla suhtaudumme ympäröivään maailmaan, kutsutaan asenteiksi. Niitä muodostuu ihmisen kohdatessa uusia asioita kuten harrastuksia ja ne helpottavat toimintamallin päättämisessä eri tilanteissa. Asenteet ovat siis eräänlaisia toimintavalmiuksia, jotka ovat myönteisiä, neutraaleja tai kielteisiä. Asenteiden joukosta löytyy myös paljon vakaita ja pysyviä asenteita. Osa asenteista toimii yksilöltä tiedostamattomalla tasolla. (Puohiniemi 2002, 5)

Ajankuvan muuttuminen on jatkuvaa ja nopeaa. Tätä käsitystä vahvistaa nykyinen viestinnän viiveettömyys. Ajankuvaan liittyy pukeutumistyyliimme, ajoneuvo valintamme, ruokavaliomme, elokuva valintamme, harrastuksemme, suosimamme musiikki, kodin sisustustyyliimme, tapamme viettää lomaa ja katukuva. Joukkoviestimet ovat oleellinen osa nykyaikaisen yhteiskunnan todellisuuskäsityksen muodostumista. (Puohiniemi 2002, 6)

2.2 Arvotypologia suomalaisista

Puohiniemen tutkimuksessa suomalaiset jaetaan yhdeksänlukaiseksi typologiaksi hallitsevien arvojen suhteen. Typologiassa huomioidaan myös keskenään ristiriidassa olevat arvot, mistä syystä tutkimusta kutsutaan arvokonfliktitypologiaksi. (Puohiniemi 2002, 43)

Typologian yhdeksän arvotyyppiä voidaan sijoittaa Schwartzin teoreettisen arvomallin päälle, jolloin arvotyypit sijoittuvat kartalle niitä hallitsevien arvojen kohdalle (kuva 3). Arvoryhmät voidaan jakaa kahteen päätyyppiin, ristiriidattomiin ja ristiriitaisiin. Ristiriidattomilla elämää ohjaavat arvot korostuvat selkeästi samaan suuntaan vievien arvojen alueelle, kun taas ristiriitaisten elämää ohjaavat arvot ovat vastakkaisia toisiinsa nähden. Ristiriidattomien arvojen hallitsemia ovat itseohjautuvat universalistit, itsenäiset, individualistiset hedonistit, egoistit, turvallisuusmieliset ja hyväntahtoiset kollektiiviset. Ristiriidassa eläviä arvotyyppiejä ovat kollektiiviset hedonistit, turvallisuutta arvostavat universalistit ja opportunistit. (Puohiniemi 2002, 43; 51)



Kuva 3: Puohiniemen arvokonfliktitypologia arvokehällä

3 MIELIKUVAKARTAT

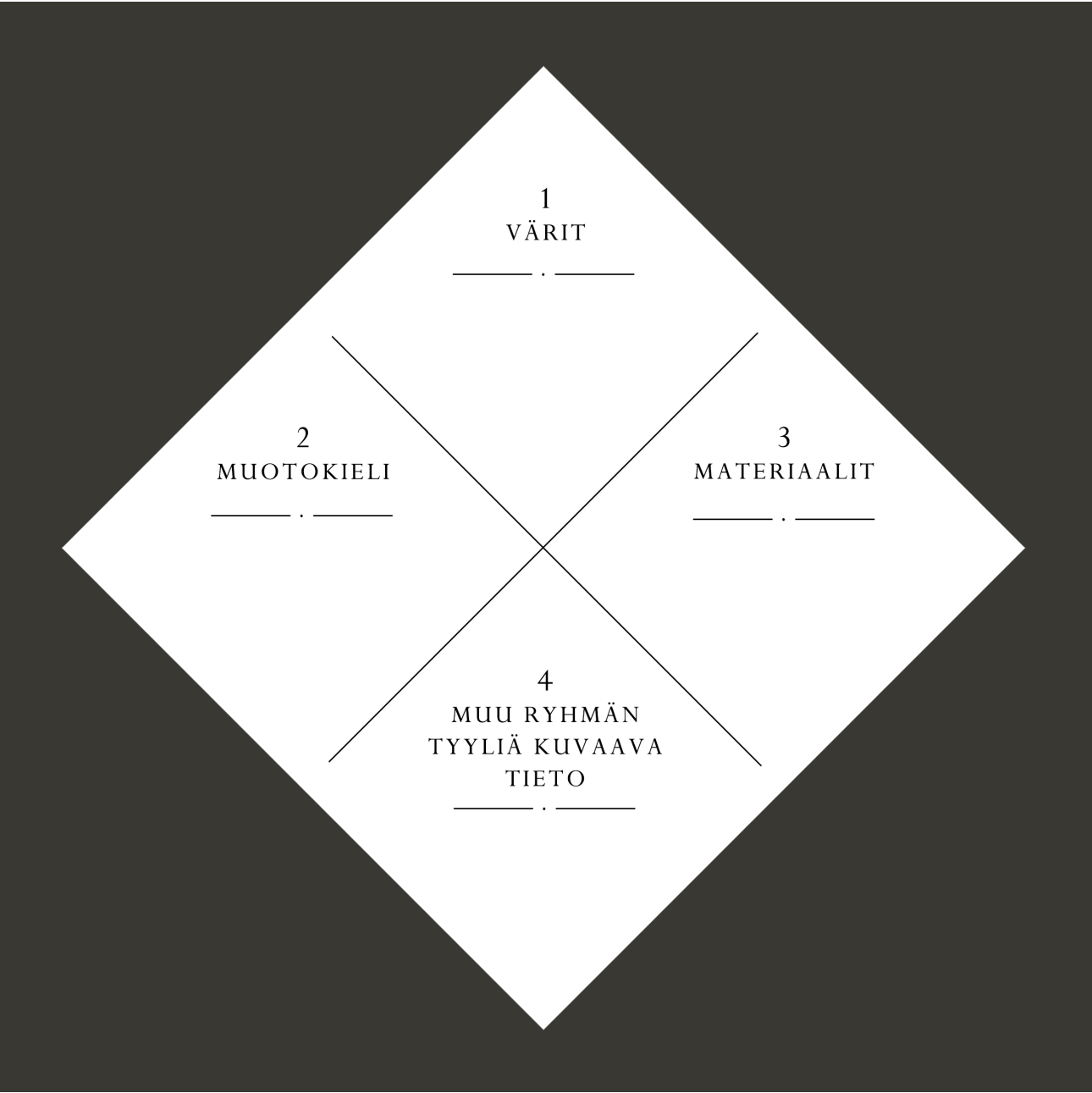
Mielikuvakarttojen kokoaminen on työni kvalitatiivinen osuus, jossa pyritään selvittämään kokonaisvaltaisesti arvokonfliktitypologian tyypeille ominaista tyyliä. Tyyliä on selvitetty perehtymällä syvemmin tutkittavien arvotyyppien arvoihin ja asenteisiin suhteessa ajankuvaan. Tutkittaessa on huomioitu arvotyyppien ajatukset, tunteet ja vaikuttimet, jotta henkilöiden näkökulma tulisi vahvasti esille. Mielikuvakarttojen kokoamisen alkuvaiheessa olen tehnyt Pinterest -kuvapalvelussa kullekin arvotyypille alustavat kuvataulut, joiden pohjalta lopulliset mielikuva-kartat on koottu.

Mielikuvakartoilla pyritään kuvaamaan kullekin arvotyypille ominaista tyyliä mahdollisimman tarkasti. Mielikuvakarttojen tarkoituksena on toimia myöhemmin työkaluna tulevia suunnittelutöitä varten esimerkiksi osana yhtenäisen yrityskuvan luomista. Mielikuvakartoissa kerrotaan sekä sanallisesti tyylien piirteitä sekä havainnollistetaan niitä kuvilla.

Kokoamani mielikuvakarttojen keskelle on koottu kullekin arvotyypille ominaisia seikkoja. Ensimmäisessä kohdassa käydään läpi arvotyypille ominaisin värimaailma. Toinen kohta mielikuvakartassa kertoo millaista muotokieltä arvotyyppi suosii valinnoissaan. Arvotyypin arvostamat ja ryhmälle ominaisimmat materiaalit käydään läpi kolmannessa kohdassa. Neljäs kohta kertoo jonkin ryhmän tyyllille omintakeisen sei-

kan tai ryhmää profiloivan tiedon.

Arvotyyppien tyyliä kuvaavien tietojen ympärille on koottu kuvia havainnollistamaan heille ominaista tyyliä. Tiettyyn seikkaan kuten muotokieleen viittaavat kuvat on pyritty sijoittamaan kohtaa käsittelevän tekstin läheisyyteen. Kaikissa kohdissa näin ei kuitenkaan ole ja etenkin värejä on sijoitettu mielikuvakartassa moneen kohtaan, jotta mielikuvakartta olisi visuaalisesti miellyttävä ja tasapainoinen. Kuvien koko mielikuvakartoissa ei määrittele niiden asemaa tai tärkeyttä arvotyypille.



Kuva 3: Mielikuvakartta

3.1

ITSEOHJAUTUVA UNIVERSALISTI

3.1 Itseohjautuva universalisti

Itseohjautuva universalistien ryhmä on keski-ikänsä 41 -vuotta ja lähellä arvokonfliktitypologian keski-ikää. Naisten osuus ja alle 24-vuotiaat korostuvat ryhmässä hieman. Itseohjautuva universalisti on keskimääräistä kouluttautuneempi. (Puohiniemi 2002, 52)

Ryhmää parhaiten kuvaavat arvot ovat itseohjautuvuus ja universalismi. Itseohjautuvuus arvona tarkoittaa toiminnan ja ajattelun vapautta ja ilmenee arvotyyppin kohdalla haluna valita omat päämääränsä kuitenkin epätitekkäin perustein. Tämän arvotyyppin henkilöille riskin ottaminen itselle tärkeän päämäärän vuoksi ei ole ongelma. (Puohiniemi 2002, s. 33, 52)

Arvotyyppin universalistisen puolen piirteitä ovat suvaitsevaisuus yksilöllisyyden suhteen ja kulttuurinen avarakatseisuus. Lisäksi he ajattelevat yhteiskunnallisesti kriittisemmin kuin ihmiset, joiden elämää hallitsee jokin muu arvo. (Puohiniemi 2002, 36; 52)

Ryhmää kiinnostavia asioita ovat taide, tiede, kirja-arvostelut ja luonnosuoja. Urheilu-uutiset ja autoilu ovat aiheita, jotka kiinnostavat ryhmän henkilöitä keskimääräistä vähemmän. (Puohiniemi 2002, 52)

Kiinnostuksen kohteiden lisäksi ryhmän henkilöiden luova asenne näkyy harrastuksissa, joissa itsensä kehittäminen näkyy vahvasti. Heille ominaisia harrastuksia ovat esimerkiksi piirtäminen, maalaaminen ja valokuvaus. Ajankäytössä voimakkaasti korostuva lukeminen ja

kiinnostus kulttuuriin profiloivat ryhmää selkeästi. Sosiaalisuuden ääripäät, ihmisten tapaaminen ja yksin harrastaminen, korostuvat harrastusvalinnoissa. (Puohiniemi 2002, 152)



Kuva 4: Itseohjautuva universalisti

Itseohjautuvat universalistit ovat nuorekkaita ja seuraavat trendejä ja muotia. Arvostamansa kulttuurin seuraamisen vuoksi ryhmän henkilöt esiintyvät muiden silmissä hienostuneina ja sivistyneinä (Muhonen & Ylinampa 2010, 32).

Itseohjautuva universalisti suosii värivalinnoissaan trendien lisäksi voimakkaita ja selkeitä värejä, kuten sinistä (Muhonen & Ylinampa 2010, 32). Itseohjautuvalle hedonistille sopivia värejä sinisen lisäksi ovat punainen, violetti ja sinivioletti. Punainen tarjoaa luovalle itseohjautuvalle universalistille hyvän ilmapiirin ideoiden syntymiseen (Puohiniemi 1997, 109). Myös violetilla on samansuuntainen ominaisuus, sillä sen sanotaan auttavan taiteilijoita innoitukseen (Rihlma 2000, 65). Väreistä sininen koetaan usein rauhoittavana ja sillä on tilaa avartava vaikutus (Rihlma 1997, 109), mikä antaa lisäsiijaa itseohjautuvan universalistin arvostamalle taiteelle. Sinivioletti taas sopii kulttuurisesti suuntautuneelle itseohjautuvalle universalistille, sillä se synnyttää syvällistä ajattelua ja yhteydentunnetta maailmankaikkeuteen (Rihlma 1997, 109), mikä on muutoinkin tyypillistä ryhmän henkilöille. Puhtautta edustava valkoinen taas tarjoaa taiteelle oivallisen tyhjyyttä edustavan taustan. Lisäksi se toimii hyvänä taustana, koska sillä on muihin väreihin voimakkaasti selkeyttävä ja kirkastava vaikutus. (Rihlma 2000, 65.)

Ryhmän tyyli edustaa yksinkertaista eleganttiutta (Muhonen & Ylinampa 2010, 32), jota voidaan korostaa tutuilla design klassikoilla, joiden tulee kuitenkin olla tarpeeksi yksinkertaisia muotokieleltään. Yksinkertaisuutta ei tule kuitenkaan viedä äärimmäiseen minimalismiin, jottei tila tunnu tylsältä tai askeettiselta (Kettunen 2001, 21). Itseoh-

jautuvalle universalistille suunnitellun tilan tulee myös tarjota käyttäjälleen jotakin uutta. Tämä voi olla uudenlainen ratkaisu fyysisessä tilassa tai sen käyttötarkoituksessa. Tila saa olla ilmeeltään ja ratkaisuiltaan hyvinkin moderni ja uusia kokeilevia trendejä noudattava, jotta se osoittautuisi mielenkiintoiseksi uusia ratkaisuja etsivän itseohjautuvan universalistin mielestä (Puohiniemi 2002, 52).

Itseohjautuvalle universalistille on tärkeää materiaalien hyvä laatu (Muhonen & Ylinampa 2010, 32). Tämän lisäksi materiaalit saavat olla elegantin hienostuneita, kuten marmori. Myös materiaaleissa uudenlaisilla ratkaisulla voidaan saavuttaa itseohjautuvaa universalistia kiinnostava ympäristö. Lisäksi heidän kiinnostuksestaan luonnonsuojeluun ja ympäristöasioihin voidaan päätellä ryhmän erityisesti arvostavan materiaaleja (Puohiniemi 2002, 52), joita on kierrätetty tai niiden tuottamisessa on mietitty tarkoin luonnon hyvinvointia. Metallinsävyistä itseohjautuva universalisti suosii viileää hopeaa ja muita saman sävyisiä metalleja (Korhonen & Korhonen, 24).

Ryhmää vahvasti profiloiva kulttuurinen suuntautuneisuus saa näkyä ryhmälle suunnitellussa tilassa laajasti erityisesti heidän läheiseksi kokemanaan taiteena (Puohiniemi 2002, 52). Kulttuurisesti suuntautunut itseohjautuva universalisti arvostaa taiteen lisäksi kulttuurin muitakin aloja, jolloin niitä on syytä hyödyntää tilakonseptissa kohteelle tarkoituksenmukaisin keinoin.



Kuva 5: Itseohjautuvan universalistin mielikuvakartta

3.2

ITSENÄINEN

3.2 Itsenäinen

Itsenäisten ryhmässä miesten osuus on selvästi korostunut. Jopa 69 prosenttia ryhmästä on miehiä. Keski-ikänsä ryhmä on 33,5 -vuotta ja he kuuluvat arvotyypeistä nuorimpiin. Alle 24-vuotiaita ryhmässä on 41 prosenttia. Ryhmän henkilöt ovat kouluttautuneempia kuin väestö keskimäärin. (Puohiniemi 2002, 53)

Tätä ryhmää voimakkaimmin ohjaavat arvot ovat itseohjautuvuus ja virikkeisyys, jotka ovat toisiaan täydentäviä arvoja. Siinä missä itseohjautuvuus on yksilön omiin päämääriin pyrkimistä, voi virikkeisyys toteutua myös toisten ehdoilla. (Puohiniemi 2002, 33; 53)

Itsenäiselle henkilölle on tärkeää valita itse omat päämääränsä ja kontrolloida omaa elämäänsä. Yksilönvapauksien vaaliminen on siis itsenäisille hyvin tärkeä ja he myös hyväksyvät muiden itsenäiset valinnat. He näkevät ajassamme paljon enemmän myönteistä kuin kielteistä. (Puohiniemi 2002, 53)

Itseohjautuvuuden lisäksi ryhmää ohjaava arvo virikkeisyys näkyy ryhmän henkilöissä vaihtelun ja jännityksen etsimisenä. Heille erittäin tyypillistä on halu kohdata uudenlaisia haasteita ja elämysten etsiminen. Keskimääräistä enemmän heitä kiinnostavat internet, uudet automallit ja tietotekniikan uutiset. (Puohiniemi 2002, 33; 53)

Harrastuksien suhteen itsenäiset ovat liikunnallisesti suuntautuneita. Ryhmän suosimat lajit ovat yleensä vauhdikkaita urheilulajeja.

Vauhdikkaiden urheilulajien lisäksi heitä kiinnostavat kulttuuri ja matkailu. Monipuolisten liikunta ja kulttuurisesti suuntautuneiden harrastusten lisäksi itsenäisten ryhmän harrastuksista löytyy itsensä kehittämiseen liittyviä asioita. Tietokoneet ja internet ovat ryhmää profiloivia kiinnostuksen kohteita. (Puohiniemi 2002, 152)



Kuva 6: Itsenäinen

Rento ja nuorekas tyyli on usein itsenäisten ryhmän henkilöille ominainen tyyli (Muhonen & Ylinampa 2010, 30). Vauhdikkaita lajeja suosivan itsenäisen mieleisessä tilassakin saa ilmetä vauhdikkuutta.

Itsenäiset käyttävät runsaasti voimakkaita värejä kuten heille kootussa mielikuvakartassakin esiintyy. Heidän suosimiensa värien skaala on hyvin laaja. Voimakkaiden värien lisäksi itsenäinen suosii vastavärejä, joilla henkilö luo värimaailmaan kaipaamaansa kontrastia. (Muhonen & Ylinampa 2010, 30-31) Runsaan värimaailman aiheuttamia riitasointuja voidaan välttää soinnutuksella, jolloin toinen väreistä on alistettuna (Rihlana 2000, 86). Liian kirjavaa vaikutelmaa saadaan torjuttua myös yhdistämällä värien kanssa vaaleanharmaata (Rihlana 2000, 65). Kun taas värejä tahdotaan korostaa, onnistuu se yhdistämällä värien kanssa mustaa tai harmaata. Molemmilla näistä väreistä on muita värejä korostava ja kirkastava vaikutus, joka näin elävöittää ympäristöä. (Rihlana 1997, 110; Rihlana 2000, 65.) Voimakkaiden vastavärien käytön lisäksi turkoosi on ryhmälle hyvä valinta, sillä sekä sini -että vihreätyyppinen ihminen voi kokea sen ystävällisenä (Rihlana 1997, 109).

Muotokielessä itsenäinen arvostaa yksinkertaisuutta. Sileät pinnat ovat itsenäisen suosiossa. Heille tärkeää on tuotteiden ulkomuodon lisäksi niiden käyttömukavuus. Kalusteiden valinnan sekä tilan suunnittelun kohdalla tulee siis panostaa ergonomiaan. Muotokieli ei saa olla lainkaan koristeltu tai runsas, vaan sen tulee olla viimeiseen asti pelkistetty. Mielenkiintoa muotokieleen voidaan tuoda yhdistelemällä geometristä ja orgaanista muotokieltä tasapainoisesti. Yhdistämällä pehmeänä koettuja orgaanisia muotoja ja kovana koettuja geometrisiä

muotoja sopivassa suhteessa saavutetaan itsenäiselle mieluisa muotokielimaailma. Itsenäiselle hauskuutta ja nuorekkuutta tilaan saadaan esimerkiksi kalusteiden poikkeavilla mittasuhteilla. Muodoilla ja väreillä luodaan itsenäistä eniten miellyttävät kontrastit. (Muhonen & Ylinampa 2010, 30 – 31)

Materiaalien suhteen itsenäinen pidättäytyy yksinkertaisuudessa, mutta pitää tässäkin kohtaa kontrasteista. Kontrastia luodaan yhdistämällä muodoltaan, väreiltään ja suunnaltaan erilaisia visuaalisia elementtejä (Kettunen 2001, 28).



Kuva 7: Itsenäisen mielikuvakartta

3.3

INDIVIDUALISTINEN HEDONISTI

3.3 Individualistinen hedonisti

Individualististen hedonistien ryhmässä miehiä ja naisia on yhtä paljon. Ryhmä on 33,4-vuoden keski-iällään joukon nuorin ja jopa 59 prosenttia heistä on alle 34-vuotiaita. (Puohiniemi 2002, 54)

Ryhmää ohjaavat individualistiset arvot paitsi itseohjautuvuus korostuvat heidän arvomaailmassaan. Tätä ryhmää voimakkaimmin ohjaava arvo on oma mielihyvä. Individualistinen hedonisti etsii nautintoja ja hemmottelee itseään mielellään. (Puohiniemi 2002, 33 – 34; 54)

Heidän kiinnostuksensa ovat henkilökohtaisissa asioissa ja viihteessä, josta individualistinen hedonisti etsii virikkeisyyttä. Internet, matkailu, muoti ja asunnonvaihto ovat esimerkkejä heidän kiinnostuksen kohteistaan. Individualistinen hedonisti saavuttaa mielihyvän tunteen pienillä arkisillakin asioilla. (Puohiniemi 2002, 54.) Ryhmälle on tyypillistä tehokkuusajattelun ja yksilön vapauden kunnioitus ja arvostus, kun taas kollektiiviseen vastuunottoon he suhtautuvat kielteisesti (Puohiniemi 2002, 54).

Individuaalisen hedonistin harrastukset ovat perheen ulkopuoliseen sosiaalisuuteen painottuvia. Suuri osa heidän harrastuksistaan löytyy viihdekategoriaan viittaavista harrastuksista. Heille parasta viihdettä ovat musiikki, vuokravideot ja ravintolat. Ryhmän liikunnalliset harrastukset ovat usein vauhdikkaita ja muodikkaita yksilölajeja, joita voidaan kutsua jopa tuotteistetuiksi harrastuksiksi niille tyypillisestä merkkitavaramarkkinoinnista johtuen. (Puohiniemi 2002, 153)



Kuva 8: Individualistinen hedonisti

Individualistinen hedonisti on nuori, trendikäs ja hyvin merkkietietoinen (Muhonen & Ylinampa 2010, 34). Merkkietietoisuus kantautuu heidän kiinnostuksestaan muodikkaisiin harrastuksiin. Brändi viestii heille laadusta ja saatavuudesta. Se voi olla myös symbolinen, tunteilla ja mielikuvilla ladattu näkemys siitä ketkä käyttävät tuotetta, sekä siitä missä ja miten tuotetta käytetään. (Kettunen 2001, 51.)

Kirkkaat värit ovat ryhmän henkilöiden suosiossa vallitsevien trendien lisäksi. Heidän suosimansa värit ovat voimakkaita ja selkeitä pää- ja välivärejä (Muhonen & Ylinampa 2010, 35). Pää- ja välivärejä yhdistelemällä luodaan individualistiselle hedonistille miellyttävä tila. Runsaan värien käytön tuomaa liiallista kirjavuutta voidaan rauhoittaa neutraalilla taustalla. Esimerkiksi vaaleanharmaa torjuu liian kirjavaa vaikutelmaa (Rihloma 2000, 65). Myös neutraali vaaleanruskea luo kiihottavasti korostavan taustan kaikenvärisille kalusteille (Rihloma 1997, 109). Metallinsävyistä heitä eniten miellyttää hopea ja sen yhdisteleminen erilaisten pintojen kanssa (Korhonen & Korhonen 2010, 37).

Individualistisen hedonistin suosima muotokieli on erityisen vauhdikasta ja lennokasta, mutta kuitenkin yksinkertaisen tyyliä ja sulavalinjaista (Muhonen & Ylinampa 2010, 34 – 35). Orgaaniset, pehmeät ja kaarevat linjat tuovat tilaan individualistiselle hedonistille ominaista vauhdikkuutta (Kettunen 2001, 25). Myös epäsymmetrisillä rakenteilla tai kalusteilla saadaan aikaan ryhmää miellyttävää dynamiikkaa sommitteluun (Kettunen 2001, 27).

Ryhmän henkilöt arvostavat laadukkaita ja aitoja materiaaleja (Muhonen & Ylinampa 2010, 35). Individualistisen hedonistin suosimi-

en tekstuurien suhteen pinnan ja materiaalin vaihtelu ovat vallitsevassa asemassa. He pitävät erityisesti erilaisten pintojen yhdistelemisestä. Materiaalit saavat olla erikoisia ja poiketa toisistaan radikaalistikin. (Korhonen & Korhonen 2010, 37) Heille ominaista on yhdistää ihmisen suosimaa sileää pintaa sekä luonnon suosimaa teksturoitua pintaa (Kettunen 2001, 25). Suotuisimpia materiaaleja individualististen hedonistien keskuudessa ovat puu, lasi, nahka ja nahka, sekä muovi tuomassa väriä ja luonnetta (Korhonen & Korhonen 2010, 37)

Yksilöllisyyttä arvostava individualistinen hedonisti suosii ominaistyyliä ja pitää asioista, joita ei ole jokaisella (Muhonen & Ylinampa 2010, 35). Valitsemalla uniikkeja ja erikoisempia huonekaluja saadaan aikaan yksilöllinen ja individualistisen hedonistin mieleinen tila. Tästä syystä esimerkiksi käsityöt ovat suosittuja niiden usein uniikin statuksen vuoksi. He pitävät niin kutsutusta empaattisesta muotoilusta, missä tuote tai tila vetoaa heidän tunteisiinsa. Tuotteella tai tilalla voi olla taustallaan jokin erikoisempi tarina tai sillä tuetaan jotain tarkoitusta. (Kettunen 2001, 36; Muhonen & Ylinampa 2010, 35)



Kuva 9: Individualistisen hedonistin mielikuvakartta

3.4

KOLLEKTIIVINEN HEDONISTI

3.4 Kollektiivinen hedonisti

Kollektiivistien hedonistien ryhmässä miehiä ja naisia on lähes yhtä paljon. Keski-ikänsä he ovat melko nuoria, 37,8 vuotta. Koulutustasoltaan he ovat lähellä väestön keskiarvoa. (Puohiniemi 2002, 55)

Kollektiivinen hedonisti on yksi typologian arvotyypeistä, jotka elävät arvoriidassa. Heille tyypillistä on oman mielihyvän arvostaminen individualistisen hedonistin tavoin, mutta heistä poiketen ryhmä on valmis asettamaan lähipiiriin edut omiensa edelle. Hyväntahtoisuus ilmenee erityisesti lähipiiriin ihmisten hyvinvoinnin edistämisenä, eikä ulotu välttämättä laajemmalle. (Puohiniemi 2002, 35; 55)

Ryhmän henkilöt haluavat elää perinteiden ja normien kanssa sopuinnassa. Perinteet ovat hyvin selkeästi kulttuurisidonnaisia. Kollektiivinen hedonisti sitoutuu perinteisiin kunnioittaen ja noudattaen niitä samalla pidättäytyen mieltymyksistä, jotka voivat häiritä muita tai poikkeavat normista. (Puohiniemi 2002, 35; 55)

Elämään he suhtautuvat kevyen viihteellisesti suhteessa ajan ilmiöihin. Omalla kohdallaan kollektiiviset hedonistit vastustavat sääntöjä, jotka rajoittavat yksilön vapautta, mutta ovat kuitenkin valmiita asettamaan muille rajoja (Puohiniemi 2002, 55).

Kiinnostuksen kohteina heillä yleisesti ovat huvi-ilmoitukset, julkkisten asiat, vapaat työpaikat ja internet. Heidän keskuudessaan television katselu korostuu harrastuksena erityisesti. Formuloiden seu-

raaminen sekä sukulaisten tapaaminen kuvaavat hyvin kollektiivisen hedonistin ajankäyttöä. Urheilulajien suhteen kollektiivinen hedonisti valitsee joukkuelajin. Ryhmän kollektiivisuus tulee hyvin esille myös yhdistys- ja hyväntekeväisyystoimintaan osallistumisessa. (Puohiniemi 2002, 55; 153)



Kuva 10: Kollektiivinen hedonisti

Kollektiivinen hedonisti nauttii individualistisen hedonistin tavoin yksilöllisistä asioista, mutta on tyyliiltään hyvin perinteinen ja varmuutta tavoitteleva. He ikään kuin elävät läheistensä kautta. (Puohiniemi 2002, 55)

Kollektiivisen hedonistin värimaailma on hyvin rauhallinen (Muhonen & Ylinampa 2010, 28). Ryhmälle ominainen väri on suosittu vaaleanruskea eli beige, joka on erittäin rauhoittava sävy (Rihlama 2000, 56). Kollektiivisen hedonistin perinteiseen tyyliin sopivat myös arkiset ruskea ja harmaa (Rihlama 1997, 110). Elämäänsä kevyen viihteellisesti suhtautuvalle kollektiiviselle hedonistille soveltuu lisäksi keltainen, jolla on keventävä vaikutus. Valkoisen ja viherkasvien kanssa yhdistettynä ne luovat elämänmyönteisen ympäristön. (Rihlama 2000, 56.) Myös vaalea turkoosi on ryhmälle suotuisa sovittelevan rauhallisen luonteensa vuoksi (Rihlama 1997, 109).

Ryhmän suosima muotokieli on pehmeää ja orgaanista (Muhonen & Ylinampa 2010, 28 – 29). Selkeät, yksinkertaisen orgaaniset linjat löytyvät moninaisina luonnosta, joka on ryhmälle ominainen aihe (Kettunen 2001, 25; Muhonen & Ylinampa 2010, 29).

Materiaalien tulee olla laadukkaita ja kestäviä (Muhonen & Ylinampa 2010, 28). Kollektiivinen suosii tuttuja ja hyviksi havaitsemiaan materiaaleja. Perinteiset materiaalit kuten koivu ovat ryhmän suosiossa. Koivun vaaleankeltainen väri on luo vapautunutta ongelmattomuutta ja kodikkuutta (Rihlama 1997, 108)

Perinteiset aiheet kuten luonto ovat kollektiivisen hedonistin

suosimia (Muhonen & Ylinampa 2010, 28). Tämä näkyy luonnonläheisessä ja rauhallisessa värimaailmassa, orgaanisessa muotokielessä, sekä materiaaleissa.

Empatia ja tarina ovat tärkeitä kollektiiviselle hedonistille (Muhonen & Ylinampa 2010, 29). Tähän voidaan vaikuttaa positiivisesti empatteisella muotoilulla, jolloin esine tai tila vetoaa ihmisten tunteisiin (Kettunen 2001, 36). Kollektiivisen hedonistin kohdalla kertomus tuotteen tai tilan taustalla on vahvempi kilpailuetu kuin teknologia. He maksavat tarinasta, joka kuvastaa sitä, miten he näkevät itsensä ja miten he tahtovat muiden näkevän heidät. (Kettunen 2001, 52.)



Kuva 11: Kollektiivisen hedonistin mielikuvakartta

3.5 EGOISTI

3.5 Egoisti

Miehet korostuvat egoistien ryhmässä enemmän kuin muissa ryhmissä. Jopa 73 % tästä ryhmästä on miehiä. Egoistit ovat nuoria ja ryhmän keski-ikä onkin vain 34,4 vuotta. (Puohiniemi 2002, 56)

Egoistia ohjaavat arvot suuntautuvat samaan perus motiiviin itsensä korostamiseen. Heille sosiaalisen aseman ja arvostuksen saavuttaminen on tärkeää. Suoriutumisen ja vallan kautta on tärkeää. Suoriutuminen, toinen egoisteja ohjaavista arvoista, on henkilökohtaisen menestyksen tavoittelua. Suoriutumalla haasteista egoisti tavoittelee valtaa ja tätä kautta yhteiskunnallista arvostusta sekä kunnioitusta. Riskin otto ja uuden luominen ei kuitenkaan välttämättä kuulu vallanhaluisten tapoihin, vaan he harrastavat tuttuja asioita, joita he pyrkivät tekemään entistä paremmin. (Puohiniemi 2002, 34; 56)

Yhteiskunnallinen järjestyksen vaaliminen, tehokkuusajattelu, taloudellinen sallivuus, uuden tekniikan arvostus ja konservatiivisuus ovat egoisteja kuvaavia piirteitä. Erilaisuuteen kuten vieraiden kulttuurien edustajiin he suhtautuvat kielteisesti. (Puohiniemi 2002, 56)

Teknistaloudelliset ja yhteiskunnalliset asiat, Hex, Nasdaq, talousuutiset ja autoilu ovat egoisteja kiinnostavia asioita. Egoistien harrastukset jakautuvat tasaisesti liikuntaan, matkailuun ja sosiaaliseen kanssakäymiseen. Liikunnalliset harrastukset ovat tyypillisesti laskettua, kuntosalilla käymistä tai tenniksen pelaamista. Perheen ulkopuolis-

ten ystävien ja sukulaisten tapaaminen korostuvat egoistien elämässä. Kulttuurinen kiinnostus egoistien kohdalla on melko viihdepainotteista. (Puohiniemi 2002, 56; 154)



Kuva 12: Egoisti

Egoisti on nuori ihminen, joka on hyvin tyyliään hyvin konservatiivinen, muttei kuitenkaan tylsä. Egoistin persoona on hyvin vahva ja hän tuo sitä esille myös viimeiseen asti viedyssä tyyliinsään. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Egoistin suosiossa ovat voimakkaat, tummat ja luonnonläheiset värit, jotka ovat myös usein vahvassa roolissa korostamassa ryhmän tyyliä. Väreistä vahva punainen on egoistien suosiossa. (Korhonen & Korhonen 2010, s. 33; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1.) Egoistin kaipaamaa arvokkuutta saadaan luotua tilaan purppuralla, joka on luonteeltaan ylhäinen (Rihlma 1997, 109). Myös esimerkiksi tummat ruskeat ovat oiva valinta osana egoistin värimaailmaa, sillä ne koetaan lujan tuntuksina (Rihlma 2000, 56). Ryhmää miellyttävin sävy metalleissa on viileä, jolloin heille suotuisimpia ovat hopea ja teräs (Korhonen & Korhonen 2010, 33).

Muotokieli on mahtipontisen maskuliinista ja yksinkertaistettua. Muodot voivat olla sekä orgaanisia että geometrisiä. Egoistia viehättävät erityisesti suuruus ja massiivisuus. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1.) Suuri koko esimerkiksi huonekalussa koetaan voimakkaana. (Kettunen 2001, 25). Lisäksi yhdistämällä egoistin suosima tumma väri suljettuun muotoon saadaan tilaan lisää voimakkaita elementtejä, sillä ihminen kokee sen painavana (Kettunen 2001, 26). Yksinkertaisuutta arvostavan egoistin tilan suunnittelussa tulee pyrkiä käyttämään symmetriaa, puhtaita linjoja ja yksinkertaisia geometrisiä muotoja (Kettunen 2001, 21). Egoistin kaipaama dynaaminen jännite saavutetaan tilaan epäsymmetrialla, jossa kappaleen puoliskot ovat erikokoisia tai muotoisia (Kettunen 2001, 27).

Arvokkuutta ja laadukkuutta edustavat materiaalit ovat ryhmän suosiossa (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1). Egoistia viehättävät sekä sileät, että vahvasti rosoiset ja reliefimäiset pinnat. Heille ominaista on paljon vaihtelevat materiaalit. Perinteisten materiaalien lisäksi egoistia kiehtovat hyvinkin erilaiset ja harvinaiset materiaalit. (Korhonen & Korhonen 2010, 33)



Kuva 13: Egoistin mielikuvakartta

3.6

TURVALLISUUSMIELINEN

3.6 Turvallisuusmielinen

Turvallisuusmielisten ryhmässä miehiä on hieman enemmän kuin naisia. Ryhmän keski-ikä 45,6 vuotta on keskimääräistä vanhempi ja heidän koulutustasonsa on matala. (Puohiniemi 2002, 57)

Turvallisuusmielistä ohjaava arvo on arvotyyppin nimenkin mukaisesti turvallisuus. He pyrkivät säilyttämään yhteiskunnan, lähipiirin ja oman elämänsä tasaisena ja harmonisesti jatkuvana. Turvallisuus voi kuitenkin tarkoittaa eri väestöryhmille hyvinkin erilaisia asioita. (Puohiniemi 2002, 35; 57)

He suhtautuvat korostuneen myönteisesti auktoriteetteihin ja luonnonvarojen hyödyntämiseen. Erilaisuuden suvaitsevaisuus, ja yksilön vapauksien vaaliminen ovat heille vieraita asioita. Tämän ryhmän kohdalla on huomioitavaa, että hei eivät ole muita kiinnostuneempia mistään erityisestä aihepiiristä, mutta taide kiinnostaa heitä vähemmän kuin muita arvotyyppejä. (Puohiniemi 2002, 57)

Turvallisuusmielisten harrastuksiin kuuluvat ruuanlaitto, sukulaisten tapaaminen ja Formula 1:n seuraaminen televisiosta. Ryhmää kiinnostavat liikuntalajit ovat käytännönläheisiä ja liittyvät usein ulkoiluun, kuten metsästykseen ja hiihtoon. Ryhmää profiloivia harrastuksia ovat kirkossa käyminen, matkailu ja jääkiekko-otteluissa käyminen. (Puohiniemi 2002, 154)



Kuva 14: Turvallisuusmielinen

Turvallisuusmielinen ei ole erityisen kiinnostunut trendeistä. Hän luottaa tuttuun ja turvalliseen tyyliin. He suosivat siistiä, perinteistä ja yllätyksetöntä. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1; Puohiniemi 2002, 57)

Ryhmän suosima värimaailma on hyvin rauhallinen ja vaalea. Heidän suosimiaan värejä ovat erityisesti beiget ja vaaleansininen. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1.) Sekä beige että sininen ovat luonteeltaan erittäin rauhoittavia (Rihlama 1997, 109; Rihlama 2000, 56). Myös vihreä on ryhmälle suotuisa väri sen rauhoittavan ominaisuuden vuoksi. Vihreän tummat sävyt luovat turvallista varmuutta ja vaaleat sävyt rauhaa. Erityisen suotuisa valinta turvallisuusmieliselle on tummanruskea lattia, joka koetaan poikkeuksellisen hyvänä, varmuutta ja pohjaa antavana. (Rihlama 1997, 109 – 110.)

Turvallisuusmielisen suosima muotokieli on rauhallista ja siroa. Kokonaisuuden suhteen heille on hyvin tärkeää harmonisuus ja tasapainoisuus. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite1.) Vaikutelma visuaalisesta harmoniasta saavutetaan yksinkertaisilla geometrisillä muodoilla ja symmetrialla. Suunnittelussa voidaan lisäksi hyödyntää vaakasuoria viivoja, jotka koetaan levollisina. (Kettunen 2001, 25.) Muodot voivat olla myös pehmeän orgaanisia (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite1). Pintojen suhteen turvallisuusmielinen suosii sileää ja välttelee koristeltua ja kuvioitua (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1).

Turvallisuusmielisen suhtautuminen luonnonvarojen hyödyntämiseen on myönteinen (Puohiniemi 2002, 57), joten kaikki luonnonmateriaalit ovat hyödynnettävissä heille suunniteltaessa. Ryhmä kuitenkin suosii vähäeleisiä perinteisiä ja neutraaleja luonnonmateriaaleja. Materiaalien tulee kestää ikää ja pysyä siisteinä.



Kuva 15: Turvallisuusmielisen mieltä kuvakartta

3.7

TURVALLISUUTTA ARVOSTAVA UNIVERSALISTI

3.7 Turvallisuutta arvostava universalisti

Tässä ryhmässä miehiä ja naisia on yhtä paljon. Keski-ikä ryhmässä on 51 vuotta. Koulutustasoltaan he ovat lähellä väestökeskiarvoa. (Puohiniemi 2002, 58)

Ryhmää ohjaavat arvot turvallisuus ja universalismi ovat keskenään ristiriidassa. Yllätyksetön ja tasainen elämä on heille tärkeää, mutta toisaalta he ovat valmiit asettamaan tuntemattomien ja myös luonnonhyvinvoinnin itsensä edelle. (Puohiniemi 2002, 58)

Universalismille tyypillisesti ryhmän henkilöt ovat suvaitsevaisia ja kulttuurisesti melko avoimia. Heillä on myönteinen suhtautumistapa teollisuutta ja yhteisesti sovittuja sääntöjä kohtaan. Muuta väestöä kiinnostuneempia he ovat politiikasta, puutarhan hoidosta sekä kirja-arvosteluista. (Puohiniemi 2002, 58)

Turvallisuutta arvostaville universalisteille perhekeskeinen harrastaminen on ominaisinta. Yhteiskunnallisista asioista kiinnostuminen on heille muita ryhmiä yleisempää. Kirjallisuus ja kävelyharrastus ovat ryhmälle tyypillisiä harrastuksia. Ryhmän suosimat liikuntaharrastukset ovat usein ulkoiluun liittyviä, kuten hiihto, pyöräily ja kävely. Turvallisuutta arvostavien universalistien harrastuksia yhdistää kulttuurinen avoimuus ja halu itsensä kehittämiseen. (Puohiniemi 2002, 154)



Kuva 16: Turvallisuutta arvostava universalisti

Turvallisuutta arvostava universalisti on keski-ikäinen ihminen, joka suosii yllätyksetöntä ja perinteistä tyyliä. He eivät ole kiinnostuneita trendeistä, vaan pitäytyvät vanhoissa hyviksi toteamissaan asioissa. He pitävät luonnollisesta ja hillityn huomaamattomasta tyylistä, joka ei ole yliampuva. Tärkeimpänä heille suunniteltaessa on saavuttaa rauhallinen lopputulos. (Korhonen & Korhonen 2010, 45; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Ryhmän suosima värimaailma on arkinen ja eri harmaan sävyjen lisäksi he suosivat lämpimiä maanläheisiä sävyjä (Korhonen & Korhonen 2010, 45). Värimaailma on hyvin pelkistetty ja hillitty. He suosivat enemmän yksiväristä kuin kuvioitua. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1) Väreistä harmaa on kaikista arkisin, kun taas keskiruskeilla saavutetaan ryhmälle suotuisan arkisuuden lisäksi neutraali ja maanläheinen ilme (Rihloma 1997, 110; Rihloma 2000, 65). Turvallisuutta arvostavat universalistit ovat muuta väestöä kiinnostuneempia puutarhanhoidosta, joten tilasta on hyvä löytyä vihreää, joka muodostaa rauhallisen miellyttävän ja tasapainoisen ympäristön (Rihloma 2000, 56). Luonnossa tapaamamme vihreänsävyt muodostavat sisätiloissakin luontoa parhaiten korvaavan värin, jota vastaan ryhmän suosimat lämminsävyiset värit nähdään elähdyttävänä (Rihloma 1997, 109). Metallinsävyissä turvallisuutta arvostava universalisti suosii turvallisia ja perinteisiä hopeaa ja kultaa (Korhonen & Korhonen 2010, 45).

Heidän suosimansa muotokieli on hyvin klassinen, pelkistetty ja rauhallinen. Yksinkertaisilla geometrisillä muodoilla, symmetrialla ja puhtailla linjoilla saavutetaan ryhmää miellyttävä harmonia sekä ta-

sapaino (Kettunen 2001, 25). Ryhmää viehättää myös kovasti luonnon suosima teksturoitu pinta, jota he yhdistävät selkeisiin muotoihin ja pintoihin. Teksturoiduin pinnan tulee olla luonnollinen ja siinä tulee esiintyä vaihtelua. (Korhonen & Korhonen 2010, 45; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Turvallisuutta arvostavat universalistit suosivat turvallisia ja perinteisiä materiaaleja (Korhonen & Korhonen 2010, 45). Materiaaleissa näkyy sekä sileää että teksturoitua pintaa.

Myös turvallisuutta arvostavat universalistit suosivat empaattis-tamuotoilua, joka vetoaa heidän tunteisiinsa tarinalla tai kertomuksella. Perinteisten teemojen ja vanhojen asioiden tarinat puhuttelevat turvallisuutta arvostavaa universalistia. (Kettunen 2001, 36; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1).



Kuva 17: Turvallisuutta arvostavan universalistin mielikuvakartta

3.8

HYVÄNTAHTOINEN KOLLEKTIIVINEN

3.8 Hyväntahtoinen kollektiivinen

Hyväntahtoinen kollektiivinen on arvokonfliktitypologian ryhmistä naisvaltaisim ja keski-ikältään korkein. Ryhmän keski-ikä on 51,6 vuotta ja ryhmästä 68 prosenttia on yli 45-vuotiaita. Koulutusta he ovat saaneet vähemmän kuin muut ryhmät. (Puohiniemi 2002, 59)

Ryhmää ohjaavat arvot ovat hyväntahtoisuus ja yhdenmukaisuus sekä perinteet. He kunnioittavat ja noudattavat perinteitä, sekä haluavat elää ympäristön asettamien normien mukaisesti. Ryhmän henkilöt pidättäytyvät teoista, jotka voivat häiritä muita tai ovat normeja vastaan. He elävät selvästikin muiden ehdoilla ja toisten kautta. Hyväntahtoiset kollektiiviset edistävät lähipiirin ihmisten hyvinvointia ja asettavat heidät etusijalle. Huolenpito ja kiltteys ulottuvat lähipiiriin, mutta eivät välttämättä sen laajemmalle. Heidän motiivinsa voivat olla myös toissijaisia, kuten toive parantaa omaa asemaa yhteisössä. (Puohiniemi 2002, 35; 59)

Hyväntahtoinen kollektiivinen kokee uskonnon hyvin myönteisenä asiana. He ovat muita kiinnostuneempia puutarhanhoidosta, maataloudesta ja terveydenhoitoalan uutisista. Yksilönvapauksien korostamiseen ja yhteiskunnallisen kontrollin vähentymiseen he suhtautuvat muita kielteisemmin. Muita ryhmiä vähemmän heitä kiinnostavat internet, elokuvien ensi-illat, tietotekniikan uutiset ja matkailu. (Puohiniemi 2002, 59)

Hyväntahtoisien kollektiivisen ajankäyttöä profiloiva piirre on kävely. Kävelyä he harrastavat sekä sauvoilla että ilman. Muita ryhmälle ominaisia liikuntalajeja ovat lenkkeily ja hiihto. Ryhmä ei siis ole kovinkaan urheilullinen. Uskontoon positiivisesti suhtautuvan ryhmän tapoihin kuuluu myös kirkossa käyminen muulloinkin kuin juhlapyhinä. Hyväntahtoisien kollektiivisen ajankäytössä korostuvat sukulaisten tapaaminen ja kiinnostus muiden auttamiseen. (Puohiniemi 2002, 155)



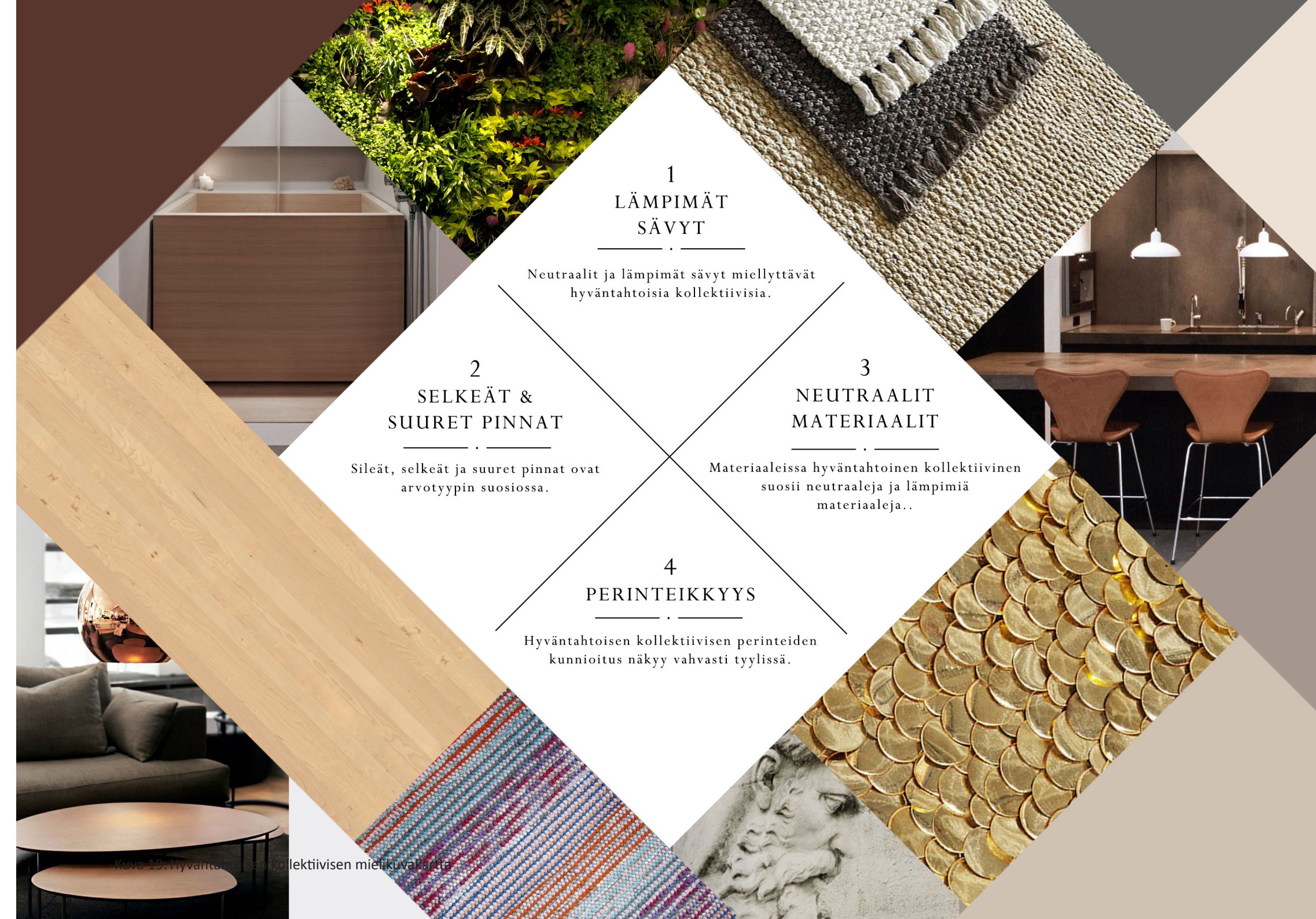
Kuva 18: Hyväntahtoinen kollektiivinen

Hyväntahtoinen kollektiivinen on keski-ikäinen ihminen, jonka tyyliissä korostuvat perinteiden kunnioittaminen ja hillitty ilme. Ryhmän tyyli on yksinkertainen ja pelkistetty, eikä se kiinnitä erityisemmin huomiota. (Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Ryhmälle ominaista värimaailmaa parhaiten kuvaa sen pelkistetty ilme. Heidän suosimansa värit ovat lämpimiä ja vaaleita, kuten beige ja luonnonvalkoinen (Korhonen & Korhonen 2010, 29; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite1). Sekä beige että luonnonvalkoinen luovat oivan taustan muille sävyille. Jos värejä kuitenkin käytetään, on uskonnolliselle hyväntahtoiselle kollektiiviselle oiva väri henkinen violetti, joka kannustaa palvelemaan lähimmäistä ja koko yhteiskuntaa. Myös keltainen valkoisella vaalennettuna on oiva valinta ryhmälle, sillä se luo vapautunutta ongelmattomuutta ja kodikkuutta tilaan. (Rihlama 1997, 108 – 110; Rihlama 2000, 65.)

Hyväntahtoisien kollektiivisten suosima muotokieli on hyvin klasista. Ryhmää miellyttävät sileät, selkeät ja suuret pinnat. (Korhonen & Korhonen 2010, 29; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Materiaalien laadukkuus on tärkeässä asemassa ryhmälle suunniteltaessa. Materiaalien tulee olla mukavan tuntuja, käytännöllisiä ja helposti puhdistettavissa. Tutut ja perinteiset materiaalit ovat turvallinen valinta hyväntahtoiselle kollektiiviselle. (Korhonen & Korhonen 2010, 29; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)



3.9

OPPORTUNISTI

3.9 Opportunisti

Opportunistien ryhmässä miesten määrä korostuu hieman. Ryhmän keski-ikä on 47, 6 vuotta eli suhteellisen korkea. Opportunistien ryhmään kuuluvien koulutustaso on keskimääräistä alhaisempi. (Puohiniemi 2002, 60)

Ryhmän arvomaailmassa ilmenee joko jännitteitä molempien pääakseleiden suhteen tai he ilmaisevat arvojaan hyvin vaisusti. Arvoista kuitenkin turvallisuus on heille hyvin tärkeää. Heille turvallisuus on oman elämän tasaisuutta. Arvot eivät juuri ohjaa opportunistien elämää vaan he käyttäytyvät tilannesidonnaisesti valiten itselleen turvallisimman vaihtoehdon. (Puohiniemi 2002, 35; 60)

Opportunisteja viehättää erityisesti voima, mikä näkyy heidän myönteisessä asenteessaan ydinvoimaa, yhteisvaluutta euroa, armeijaa ja varusmiespalvelua kohtaan. Heitä kiinnostavia aiheita ovat tietotekniikan uutiset, radion ohjelmatiedot ja urheilu-uutiset. Muita kielteisemmin he suhtautuvat ainoastaan siviilipalvelukseen. Heidän maailmansa muodostuu mahdollisuuksista, joita he katselevat hyvin varovaisesti. (Puohiniemi 2002, 60)

Kymmenen tärkeimmän ryhmän ajankäyttöä kuvaavan harrastuksen joukkoon mahtuvat formuloiden seuraaminen, ajanvietto perheenjäsenten kesken ja sukulaisten tapaaminen. Opportunisteista voidaan siis sanoa, että he ovat hyvin perhekeskeisiä. Tyypillisiä harrastuksia ryhmälle ovat tietokoneet ja internet. Lisäksi he harrastavat teatteria ja matkailua. Ryhmälle tyypillisin liikuntalaji on kävely. Muutoin

urheilu ei liiemmin korostu ryhmän harrastusprofiilissa. Ryhmän arvomaailma ei juurikaan paljastu heidän harrastusmaailmastaan. (Puohiniemi 2002, 155)



Kuva 20: Opportunisti

Opportunisti on keski-ikäinen ihminen, jonka tyyli on jonkin verran perinteinen. Hän valitsee turvallisimman vaihtoehdon ja saattaa vaihtaa tyyliään tilanteen mukaan. Tyyli ei kuitenkaan koskaan ole kovin räväkkä tai viimeisten trendien mukainen, sillä opportunisti tavoittelee ajattomuutta. (Korhonen & Korhonen 2010, 41; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Ryhmälle tyypillinen värimaailma on murrettu ja rauhallinen. Esimerkiksi neutraalit ruskeansävyt ovat opportunistille ominaisia. Värimaailman suhteen opportunisti tavoittelee ajattomuutta, eikä siis lähde kokeilemaan kirjavia trendejä. Ajaton mustavalkoinen tyyli ja neutraalit sävyt ovat varma valinta turvallisuutta arvostavalle opportunistille. (Korhonen & Korhonen 2010, 41; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1)

Opportunisteille ominainen muotokieli on yksinkertaista, rauhallista ja klassista. Heitä viehättää yksinkertainen kauneus, selkeät linjat ja ehjät pinnat. (Korhonen & Korhonen 2010, 41; Muhonen & Ylinampa 2010, Liite 1.) Suuri kokoiset elementit koetaan voimakkaana ja myös pieni piste voi olla siinä suhteessa tehokas (Kettunen 2001, 25). Voimasta viehättyneelle opportunistille nämä ovat hyviä tehokeinoja tuoda voimaa

Arvokkaat ja perinteiset materiaalit ovat opportunistin suosiossa. Heille ominaisia ovat ajattomat ratkaisut, jotka ovat aina tyylikkäitä. (Korhonen & Korhonen 2010, 41)



4 SUUNNITTELU

4.1 Tilakonsepti

Ilkka Kettunen määrittelee kirjassaan Muodon palapeli konseptin luonnokseksi ja hahmotelmaksi. Konsepti on siis tässä tapauksessa likimääräinen kuvaus tilasta. Visualisoinnista näkyvät ratkaisun pääkohdat, jotka ovat toiminta, materiaali, muoto ja värit. Pienemmät yksityiskohdat tilan kannalta ovat vielä konseptivaiheessa ratkaisematta. (Kettunen 2001, 59) Tämän konseptin kohdalla olennaisimmassa asemassa ovat värit, muotokieli ja materiaalit.

Tilakonseptin kohteeksi valitsin kahvilan sen monipuolisuuden vuoksi. Lisäksi halusin sovelluskohteen olevan julkitila, jolloin useamman olisi helpompi samaistua konseptin tuottaman ilmapiirin kanssa.

4.2 Tilajako

Konsepteissa käytetty tila on suunniteltu tilan käyttötarpeiden ja kapasiteetin määrittelemisen jälkeen. Tilakonseptin käyttötarpeita pohdittaessa on hyödynnetty Puohiniemen kuvauksia arvotyyppien harrastusvalinnoista. Kummankin konseptin kohdalla tilasuunnitelma on kohdistettu erityisesti arvotyyppien tarpeita vastaavaksi. Konsepteja luodessa päädyin käyttämään molempien kohdalla samaa pohjaratkaisua pienillä muutoksilla suhteessa toisiinsa. Samaa pohjaratkaisua käyttämällä pyrin helpottamaan tilojen keskinäistä vertailua ja korostamaan eroavaisuuksien esille tuomista suunnitelmissa.

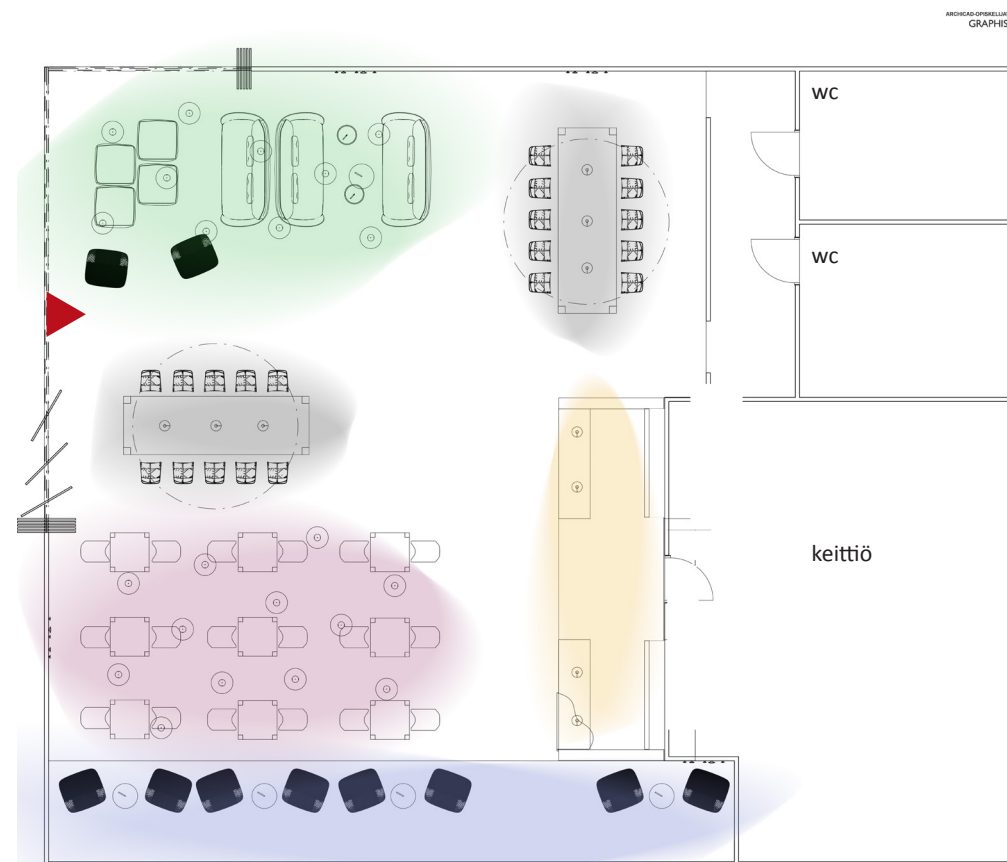
Kummassakin konseptissa toistuu sama tilajako siten, että sisäänkäynti tilaan on selkeästi kahteen erilaiseen käyttötarkoitukseen suunnitellun alueen välistä. Vasemmalle puolelle sisäänkäyntiä jää rennompi oleskelu alue, kun taas oikealla puolella on ryhdikkäämpi ja selkeästi asiallisempi alue. Tämän alueen taakse jää vielä näiden välimuoto. Konsepteissa sinisellä merkitty alue on askelman alempana, mikä mahdollistaa näkyvyyden ikkunaseinälle harmaan alueen baaripöydältä asti.

Kuvissa 22 ja 23 esitetään konseptien pohjaratkaisut (s. 53). Samanväriset alueet konsepteissa ovat toisiaan vastaavia. Punaisen kolmion kohdalla on sisäänkäynti tilaan. Sisäänkäynti nurkkauksen siirrettävät lasiovet avartavat tilaa. Sisäänkäynnin vasemmalle puolelle jäävä vihreällä merkitty alue on konsepteissa suurimpana erona. Individualistiselle hedonistille suunnitellussa konseptissa tämä alue on hieman suurempi ja se on tarkoitettu rennompaan oleskeluun (kuva 22, s. 53), kun taas itseohjautuvalle universalistille suunnitellun konseptin kohdalla vihreällä merkitty alue on rauhallisempi ja suljetumpi lukunurkkaus (kuva 23, s. 53).

Harmaalla merkittyjen alueiden kohdalla on korkeammat baaripöydät. Nämä alueet ovat konseptien sisällä keskenään symmetriset. Symmetrisyys selkeyttää ja tasapainottaa tilanjakoa, sillä symmetriset alueet nähdään kokonaisuutena (Kettunen 2001, 22). Yhtä baaripöytää kohden on kymmenen istumapaikkaa. Saniteettitilat sijoittuvat konsepteissa rennommalla alueella olevan baaripöydän taakse. Sisäänkäynnit saniteettitiloihin on rajattu väliseinällä, mikä rauhoittaa ja luo yksityisyyttä.

Punaisella merkityllä alueella on ryhdikkäämpi ruokailuun tarkoitettua alue, jossa on 18:sta istumapaikkaa. Pöydät on aseteltu symmetrisesti siten, että ne ovat keskenään suorissa linjoissa. Symmetrinen asettelu tuo tilaan toistuvuutta ja harmoniaa.

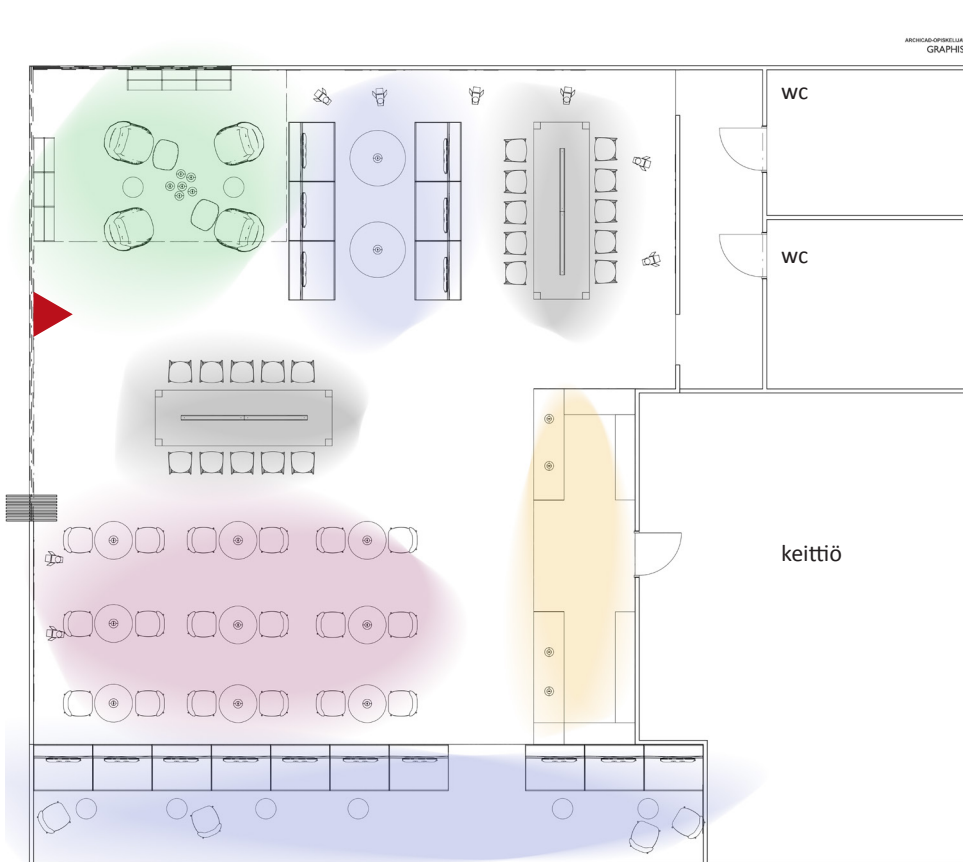
Siniset alueet punaisen alapuolella ovat konsepteissa kooltaan vastaavat. Kuitenkin individualistisen hedonistin konseptin kohdalla alue on hieman yksityisempi sillä sen istumapaikat rajoittuvat kahdeksaan (kuva 22). Itseohjautuvalle universalistille suunnitellussa tilakonseptissa istumapaikkoja vastaavalta alueelta löytyy 14:sta. Lisäksi it-



Kuva 22: Pohjakuva individualistiselle hedonistille suunniteltuun konseptiin

seohjautuvalle universalistille suunnitellussa konseptista löytyy samoja huonekaluratkaisuja käyttävä alue myös lukunurkkauksen vierestä.

Pohjakuissa keltaisella merkitty alue vastaa palvelutiskiä. Palvelutiskin taakse jäävä tila on varattu keittiölle. Keltaisella, punaisella ja harmaalla merkityt alueet ovat samankokoisia konseptien kesken. Siniset alueet punaisen alapuolella ovat kooltaan vastaavat.



Kuva 23: Pohjakuva itseohjautuvalle universalistille suunniteltuun konseptiin



4.3 Konsepti individualistiselle hedonistille

Individualistinen hedonisti valikoitui toiseksi arvotyyppiksi konseptia varten sillä koin sen olevan mielenkiintoinen ja sopivan vastakohtainen tyyliiltään itseohjautuvaan universalistiin nähden. Tälle arvotyyppille sopivan tilan suunnittelu houkutteli myös, koska koin itselleni haasteena suunnitella omaa tyyliäni vastakohtaa edustavalle käyttäjäryhmälle.

Konseptin suunnitteluvaiheessa olen tavoitellut ryhmälle tyyppistä nuorekasta ja trendikästä ilmettä tilaan. Lisäksi konseptin ilmeeseen olen hakenut vauhdikkuutta ja persoonallisuutta kalustevalinnoilla ja materiaaleilla.

Konseptin värimaailmassa on käytetty runsaasti individualistiselle hedonistille tyyppillisiä voimakkaita pää- ja välivärejä (Muhonen & Ylinampa 2010, 35). Värit ovat konseptissa sekä suurina pintoina, että pienemmissä yksityiskohdissa. Tilassa vallitsevana värinä on kirkas keltainen, joka on lämmin ja keventävä (Rihlama 2000, 56). Tämän hetken sisustusalanjulkaisusta voidaan myös päätellä keltaisen suuri suosio trendinä. Keltaista on käytetty suurena pintana kahvilakonseptin kassa-alueen visuaalisessa rajaamisessa ja huomion kiinnittäjänä. Kassan etupaneeleihin sekä sen takana oleviin säilytyskaappeihin valitsin toisen tämän hetken trendin, vanerin, neutralisoimaan muutoin niin voimakkaan kirkasta keltaista. Kassan yhteydessä olevien valaisimien väriksi valitsin violetin luomaan kontrastia vastavärinä keltaiselle. Violetia on käytetty kuitenkin niin, että se on alistettuna, jotta värimaailman harmonia säilyisi.

Liian kirjavaa vaikutelmaa on torjuttu tummanharmaalla lattialla. Harmaa toimii tilassa sävyllisten värien kanssa hyvänä rytmittäjänä ja torjuu liian kirjavaa

vaikutelmaa (Rihlama 2000, 65). Lattian sävyksi valikoitui hyvin tumma harmaa, jotta se olisi lähempänä mustaa ja näin korostaisi ja kirkastaisi muita värejä (Rihlama 1997, 110).

Baaripöydissä toistuva vaneri ja keltaiset tuolit sekä valaisimet sitovat alueet yhtenäiseksi kokonaisuudeksi. Lisäksi baaripöytien alueet ovat keskenään symmetriset, jolloin ne nähdään kokonaisuutena (Kettunen 2001, 22). Pöytien yläpuolelle ripustetut keltaiset valaisimet (kuva 25) on ripustettu siten, että keskimäinen on hieman kahta muuta korkeammalla. Asettelen rytmi luo liikkeen tuntua (Kettunen 2001, 29), jota katse seuraa. Samaa tehokeinoa on käytetty seinäkiinnitteisten naulakoiden asettelussa (kuva 25). Lisää vauhdikkuutta tilaan on tuotu valitsemalla huonekaluja, joiden muotokieli on orgaaninen. Kalusteiden

kaarevat linjat nähdään eloisina ja liikettä aiheuttavina (Kettunen 2001, 25). Kaikki tilaan valitut tuolit ovat muodoiltaan orgaanisia ja niissä on erityisen runsaasti kaarevia linjoja. Pöytien geometrinen muoto on valittu tasapainottamaan muutoin orgaanista muotokieltä.

Liikettä ja rentoutta tilaan on tuotu myös toisella valaisinmallilla, joita on ripustettuna sohva-alueen sekä kahdenhengen ruokapöytien yläpuolelle (kuva 27, s. 57). Valaisimet roikkuvat vaijerissa hieman satunnaisessa järjestyksessä eri korkeuksilla. Lisää vaihtelevuutta on luotu valaisinmallin värin satunnaisella vaihtelulla.

Arvotyypille ominaista yksilöllisyyttä ja persoonallisuutta on tuotu tilaan kahdella värikkäällä seinämaalauksella (kuvat 25; 27, s. 57). Seinämaalaukset luovat myös viitteitä muodikkaisiin elämäntapa-

harrastuksiin. Maalausten värit ovat vahvoja pää- ja välivärejä. Lisäksi ne edustavat keskenään vastavärejä. Maalauksissa käytettyjen värien vastavärejä löytyy myös niiden läheisyyteen sijoitetuista kalusteista. Esimerkiksi punavoittoisessa maalauksessa alistettuna olevan violetin vastaväriä keltaista löytyy baaripöydän tuoleista ja valaisimista (kuva 25, s. 56). Suhteessa keltaista on enemmän kuin violettia jolloin ei synny riitasointuja. Maalauksissa tuodaan esille myös individualistisen hedonistin kiinnostusta musiikkiin (Puohiniemi 2002, 153).

Sohva-alueen rentoa tunnelmaa jatkavat valaisimien lisäksi pehmeät neulostynnyt istuimina, sohvut ja nojatuolit (kuva 26, s. 56). Rennompi istuma alue palvelee individualistista hedonistia, joka osaa nauttia myös laiskottelusta (Puohiniemi 2002, 153). Istuintyyntynjen neu-

los tuo tilaan käsityöhenkisyttä ja tätä kautta yksilöllisyyttä. Tyynyjä voidaan käyttää laskualustana tai istuimina jolloin tilaa on useammalle henkilölle.

Nojatuolirivistön kanssa käytettyä tarjotin pöytää on helppo siirrellä sen kantokahvan avulla. Tämä omalta osaltaan lisää tilaan liikettä ja muokattavuutta käyttäjälähtöisesti.

Kuva 25: Individualistinen hedonisti visualisointi 2



Kuva 26: Individualistinen hedonisti visualisointi 3



Kuva 27: Individualistinen hedonisti visualisointi 4



Kuva 28: Individualistinen hedonisti visualisointi 5





Kuva 29: Itseohjautuva universalisti visualisointi 1

4.4 Konsepti itseohjautuvalle universalistille

Itseohjautuvan universalistin valitsin konseptiin sovellus kohteeksi, koska koin sen itselleni läheisimmäksi yhdeksästä arvotyypistä. Omia piirteitä vastaavia ominaisuuksia löysin myös muista arvotyypeistä, mutta itseohjautuvan universalistin kohdalla ristiriitaisuuksia ilmeni vähiten. Tyyliiltään itseohjautuva universalisti on melko vastakohtainen hillityllä tyyllillään individualistiseen hedonistiin verrattuna. Tälle arvotyypille suunnittelussa koin mielenkiintoisena sen, kuinka hyvin pystyisin toteuttamaan ryhmälle ominaisen tilan tukeutumatta liikaa omiin mieltymyksiini, jotka vievät tilan tunnelmaa ryhmälle vastakkaiseen suuntaan.

Tässä tilakonseptissa olen tavoitellut itseohjautuvalle universalistille ominaista kulttuurista painottuneisuutta, nuorekkuutta, hienostuneisuutta ja yksinkertaista muotokieltä. Lähtökohtana konseptille oli, että arvotyypin henkilöt löytävät tilasta arvostamaansa taidetta ja voivat käyttää tilaa paremmin tavallisen kahvilakäyttäjymisen ohella ajankäytössään korostuneeseen lukemiseen (Puohiniemi 2002, 152).

Konseptin värimaailmassa on hyödynnetty sinistä, jonka itseohjautuva universalisti kokee itselleen ominaiseksi väriksi (Muhonen & Ylinampa, 32). Valkeat seinäpinnat avartavat ja valaisevat tilaa, sekä luovat oivan kirkastavan ja selkeyttävän taustan seinille asetellulle taiteelle (Rihlama 1997, 110). Tilassa on käytetty myös pienissä määrin mustaa, joka elähdyttää ympäristöään vastakohtaisuudellaan ja saa sävylliset värit loistamaan rinnallaan (Rihlama 1997, s. 110). Metallinsävyissä tilassa on turvauduttu arvotyypille suotuisiin viileänsävyisiin metalleihin kuten alumiini ja kromattu teräs (Korhonen & Korhonen, 24), jotka tulevat esille erityisesti tilan valaisimissa (kuva 29, s. 58). Sohvakankaan värinä käytetyn harmaan valinta perustuu sen sekä vaaleille että tummille väreille oikeutta tekevään ominaisuuteen (Rihlama 1997, 110). Harmaan arkisuutta on kuitenkin piristetty hauskoilla nappityynyillä, joissa napit ovat raikkaan taivaansiniset. Valkeutta ja rauhallisuutta lämmittämään tilaan on valittu puiset baaripöydät ja puinen lattia. Kassan mustavalkoinen väritys on ajattoman klassinen ja antaa

tilaa ympärillä oleville väreille, sekä korostaa ja kirkastaa niitä.

Muotokielessä on pysytelty yksinkertaisissa geometrisissä ja orgaanisissa linjoissa, joita myös nuorekkaat arvotyypit suosivat. Itseohjautuvalle universalistille suotuisat muodot ovat kuitenkin hieman pelkistetympiä. Yksinkertaisuutta ei ole kuitenkaan viety äärimmäiseen minimalismiin, jotta tila ei tuntuisi askeettiselta tai liian tylsältä (Ket-tunen 2001, 21). Itseohjautuvan universalistin eleganttia tyyliä on ko-rostettu valitsemalla tilaan tunnistettavia design klassikoita, kuten Eero Saarisen Tulppaani-pöydät ja Artekin Kultakello-valaisimet. Klassikoiden edustaessa tilassa hienostuneisuutta edustavat ne samalla yksinkertais-ta muotokieltä. Lattiassa ja kassan laatoituksessa käytetty kalanruoto-ladonta antaa hienostuneen vaikutelman, joka kuitenkin pysyy suhteel-lisen yksinkertaisena sen toistuvuuden vuoksi. Samaa muotokieltä on

käytetty tilan lukunurkkauksessa olevissa kirjahyllyissä ja muotokieli jat-kuu vielä baaripöytien yläpuolella olevien valaisimien metalliverkossa (kuva 30; 32, s. 61).

Hienostuneisuutta tilaan on tuotu klassikko kalusteiden lisäksi arvotyyppille tärkeillä laadukkailla ja eleganteilla materiaaleilla (Muho-nen & Ylinampa 2010, 32), kuten pöytätasojen marmorilla. Marmorin arvokkuutta ja ylellisyyttä on pyritty tasapainottamaan perinteisemmäl-lä, mutta laadukkaalla puumateriaalilla, jota löytyy tilakonseptin lattias-ta sekä baaripöydistä. Materiaalivalinnoissa olennaista on, että ne on tehty huolella siten, että ne täyttävät itseohjautuvan universalistin kri-teerit ympäristöystävällisestä materiaalista.

Kulttuurinen suuntautuneisuus tilassa painottuu sen rennom-man oleskelualueen puolelle (kuvat 30, 31, s. 60). Uudenlaisia ratkaisuja

etsivälle itseohjautuvalle universalistille konsepti tarjoaa mahdollisuu-den viettää aikaa arvostamansa taiteen ympäröimänä sekä oman kir-jastomaisen lukunurkan (kuva 30, s. 60). Lukunurkkauksella on pyritty luomaan arvotyyppiä miellyttävä tila, missä he voivat harrastaa ajan-käytössään korostunutta lukemista (Puohiniemi 2002, 152). Tällä pyri-tään lisäksi luomaan perinteiseen kahvilakäyttäytymiseen uudenlaista itseohjautuvalle universalistille myönteistä käyttäytymismallia. Tilakon-septin seinille on aseteltu taidemaalauksia ja tarkoituksena on, että ti-lassa voidaan pitää esimerkiksi vaihtelevia taidenäyttelyitä. Erityisesti taiteelle varatuille seinille on suunniteltu taidetta korostava valaistus.

Mielenkiintoa, nuorekkuutta ja uutuusarvoa tilaan on pyritty tuomaan teollisuushenkisyydellä, joka on yksi tämän hetken suosituim-

mista trendeistä. Teollisuushenkisyys näkyy erityisesti verkkorakentei-nessa valaisimessa, sekä kassan ja sen takaseinän kattoon ulottuvassa laatoituksessa (kuva 32).

Kuva 30: Itseohjautuva universalisti visualisointi 2



Kuva 31: Itseohjautuva universalisti visualisointi 3



Kuva 32: Itseohjautuva universalisti visualisointi 4



Kuva 33: Itseohjautuva universalisti visualisointi 5



5 KYSELY

Kysely toteutettiin internetkyselynä, jotta kyselyyn saataisiin mahdollisimman paljon vastauksia erityyppisiltä ihmisiltä. Lisäksi kyselylomakkeella suoritetussa tutkimuksessa tutkijan läsnäolo ei vaikuta tuloksiin, jolloin ne ovat luotettavampia (Aaltola & Valli 2001, 101). Kyselyn luomiseen käytettiin Googlen Drive -ohjelmaa, joka luo valmiit tilastot vastauksista. Kyselyä testattiin viidellä henkilöllä, jotka saivat kommentoida kyselyn rakennetta, kuvia, sanavalintoja ja -muotoja. Kyselyn testauksella varmistin kysymysten yksiselitteisyyden, jolloin vältytään väärinymmärtämisen mahdollisuudelta tilanteessa, jossa vastaajalla ei ole mahdollisuutta saada tarkentavaa informaatiota (Aaltola & Valli 2001, 100; 102).

Kysely koostuu kahdeksasta sivusta, jolloin kysymyssivuja on neljä kumpaakin konseptia kohden. Ensimmäisessä kolmessa kysymyksessä selvitetään millaisia mielikuvia individualistiselle hedonistille suunnitellusta konseptista tehdyt havainnekuvat herättävät vastaajassa. Mielikuvia kysytään värimaailman, kalustevalintojen ja materiaalien suhteen. Kysyttäessä materiaaleista on vastaajalle annettu mahdollisuus katsoa lista käytetyistä materiaaleista viemällä kursori kysymystä edeltävän kuvan päälle. Näin varmistan, että valitsemani materiaalit tulevat vastaajan tietoon, mikäli ne eivät käy selkeästi ilmi visualisoinneista. Vastaajalle on laadittu 13 – 15 vastausvaihtoehtoa, jotka on valittu eri arvotyyppien tyyliä kuvaavista mielikuvakartoista. Vastausvaihtoehtoja toistetaan kolmen ensimmäisen kysymyksen kohdalla, jolloin voidaan vertailla vastausten yhtäpitävyyttä (Aaltola & Valli 2001, 100 – 101). Jotta vastaajalle olisi aina sopiva vastausvaihtoehto, on valmiiden vaihtoehtojen lisäksi mahdollista vastata ”muu” -vaihtoehtoon, jonka kohdalle voi täyttää oman vastauksensa (Aaltonen & Valli 2001, 110). Tällä kerätään vastausten joukosta hyviä ideoita (Aaltonen & Valli 2001, 111).

Neljännän kysymyksen kohdalla vastaaja arvioi kuinka hyvin tietyt suunnitteluvaiheessa tavoitellut ominaisuudet toteutuvat ensimmäisen konseptin kohdalla. Arviointi asteikko on yhdestä viiteen, missä yksi tarkoittaa huonoa ja viisi erittäin hyvää. Muut asteikon numerot kuvaavat ominaisuuksien onnistumista asteittain siltä väliltä. Näiden neljän kysymyksen jälkeen samat kysymykset toistuvat itseohjautuvalle universalistille suunnitellun konseptin kohdalla.

Kyselyn jokainen kohta on merkitty pakolliseksi, jotta kysymyksen kohdalta ei pääse etenemään seuraavalle sivulle tai seuraavaan kysymykseen ensin vastaamatta. Tällä vältetään kyselyn yksi heikkous, kun vastaaja ei pääse tutustumaan ennakolta muihin kysymyksiin ja vastaa näin kysymyksiin halutussa järjestyksessä (Aaltola & Valli 2001, 102). Näin vastaaja ei pääse näkemään kysymys sivuilta neljä ja kahdeksan konsepteissa haettuja ominaisuuksia, jolloin nämä seikat eivät vaikuta vastaajan aiempiin valintoihin.

Kyselyyn vastanneiden määrä oli 54. Kyselyyn osallistuneet henkilöt valikoituivat satunnaisesti. Vastausaikaa kyselyyn oli viikko, jonka jälkeen kysely suljettiin.

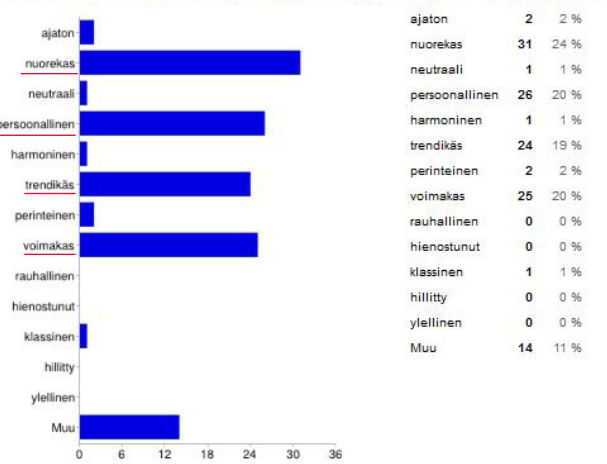
5.1 Kyselyn tulokset individualistisen hedonistin konseptiin

Kyselyn tulokset individualistiselle hedonistille suunnitellun konseptin kohdalla vastasivat pitkälti tavoitteita ja odotuksia. Kysymyskohdassa neljä (kuva 35, s. 64) esiintyvät tavoitellut ominaisuudet nuorekkuus, vauhdikkuus, trendikkyys ja persoonallisuus nousivat vahvimmin esille myös aiempien kysymysten kohdalla (kuva 34). Tavoitellut ominaisuudet on alleviivattu punaisella kuvassa 34. Kuvan ylimmästä pylväsdiagrammista voidaan todeta, että nuorekkuus, persoonallisuus, trendikkyys ja voimakkuus olivat värimaailmaa parhaiten vastaavat vaihtoehdot ja tällaisia mielikuvia heräsi vastaajissa melko tasaisesti suhteessa toisiinsa. Muita valmiiksi annettuja vaihtoehtoja on tässä kohtaa valittu huomattavan vähän. Kuitenkin muu -kohtaan on vastattu jopa 14 kertaa. Vastauksen joukossa yleisimmin esiintyi sana retro.

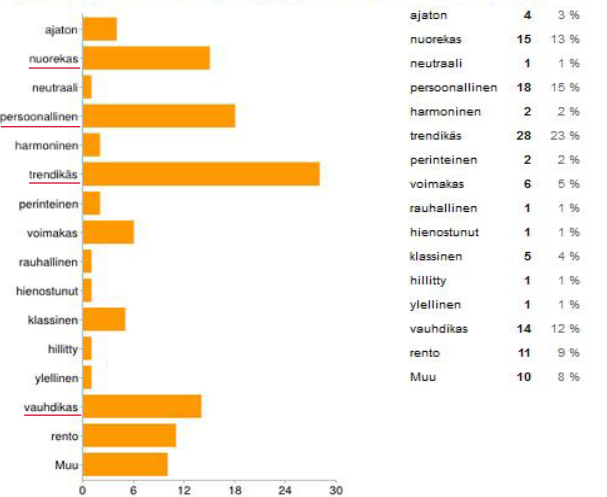
Kalustevalintoja koskeva kysymys on herättänyt jo hieman enemmän mielikuvia, mikä käy ilmi keskimmäisestä pylväsdiagrammista (kuva 34). Kuitenkin selkeästi eniten mielikuvia on herännyt trendikyyden suuntaan. Jopa 52 % vastaajista on sitä mieltä, että konseptissa käytetyt kalusteet ovat trendikkäitä. Muut eniten mielikuvia herättäneet vaihtoehdot ovat nuorekas, persoonallinen ja vauhdikas.

Kysymys konseptissa käytetyistä materiaaleista on saanut lähes vastaavanlaiset mielipiteet kuin värimaailma. Selkeästi eniten mielipiteitä on siis nuorekkuuden, persoonallisuuden, trendikyyden ja voimakkuuden puolesta. Tässä kohtaa vastaajilla on herännyt myös mielikuvia klassisuuden puolesta.

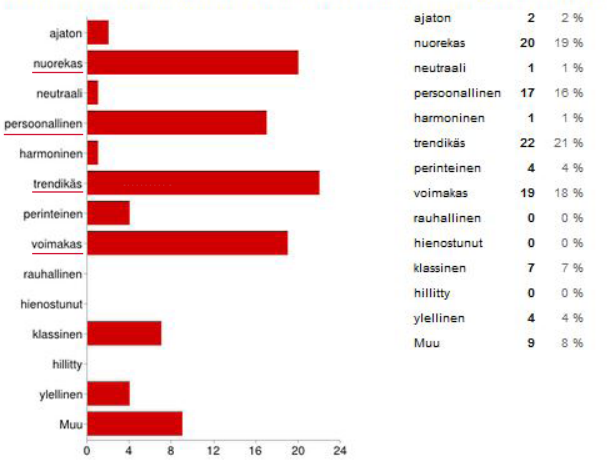
Tarkastele kuvissa olevan kahvikalusekonseptin ilmettä. Miten kuvailisit sen värimaailmaa?



Tarkastele konseptissa käytettyjä kalusteita. Miten kuvailisit kalustevalintoja?



Tarkastele tilassa käytettyjä materiaaleja. Millaisia ovat mielestäsi konseptissa käytetyt materiaalit?



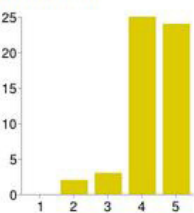
Kuva 34: Kaavio individualistisen hedonistin konseptin herättämistä mielikuvista

Neljännessä individualistiselle hedonistille suunniteltua konseptia koskevassa kysymyksessä (kuva 35) pyritään selvittämään kuinka hyvin tavoitellut ominaisuudet täyttyvät lopputuloksessa. Tavoitellut ominaisuudet ovat nuorekkuus, vauhdikkuus, trendikkyys ja persoonallisuus. Tulosten perusteella näistä ominaisuuksista parhaiten on onnistunut nuorekkuuden tavoittelu, jonka kohdalla yksikään vastaajista ei ole ollut sitä mieltä, että ominaisuus täyttyisi konseptissa huonosti. Muiden ominaisuuksien kohdalla kaikkia asteikon vaihtoehtoja on käytetty. Eniten mielipiteet ovat jakautuneet trendikyyden kohdalla, joka aiem-

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi toteutuvat konseptissa?

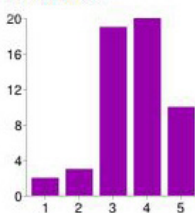
[Kuva]

Nuorekkuus



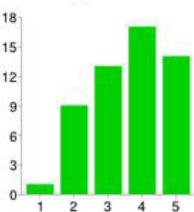
1	0	0 %
2	2	4 %
3	3	6 %
4	25	46 %
5	24	44 %

Vauhdikkuus



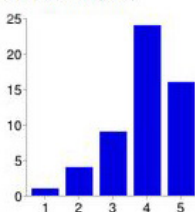
1	2	4 %
2	3	6 %
3	19	35 %
4	20	37 %
5	10	19 %

Trendikkyys



1	1	2 %
2	9	17 %
3	13	24 %
4	17	31 %
5	14	26 %

Persoonallisuus



1	1	2 %
2	4	7 %
3	9	17 %
4	24	44 %
5	16	30 %

Kuva 35: Kaavio individualistisen hedonistin konseptin tavoittelemien ominaisuuksien onnistumisesta

missä kysymyksissä on kuitenkin vahvimmilla. Tulokset vauhdikkuuden osalta osoittavat, että ominaisuus on konseptissa täytynyt suhteellisen hyvin. Myös persoonallisuus ilmenee vastaajien mielipiteiden mukaan konseptissa hyvin. Vauhdikkuuden ja persoonallisuuden kohdalla tulisi kuitenkin vielä tavoitella parempaa tulosta. Kyselyn vastauksista tämän konseptin osalta voidaan kuitenkin sanoa sen onnistuneen varsin hyvin.

5.2 Kyselyn tulokset itseohjautuvan universalistin konseptiin

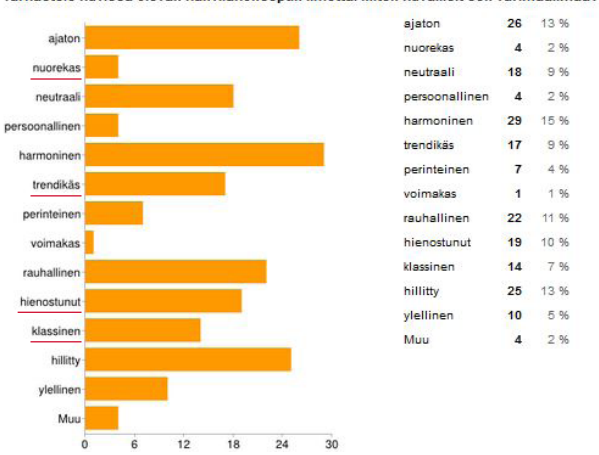
Pylväsdiagrammeista kuvassa 36 voidaan päätellä, että tämän konseptin kohdalla mielikuvat konseptia vastaavista ominaisuuksista ovat moninaisia. Vaihtelevat mielikuvat konseptin ominaisuuksista viittaavat sen osittaiseen epäonnistumiseen. Tämän konseptin kohdalla muu -vaihtoehtoa on käytetty huomattavasti vähemmän.

Värimaailmaa koskien eniten mielikuvia puolestaan ovat herättäneet vaihtoehdot ajaton, harmoninen, rauhallinen ja hillitty. Nämä ominaisuudet ovat herättäneet mielikuvia puolestaan 11 % tai enemmän. Muut vaihtoehdot kuten, neutraali ja trendikäs ovat saaneet paljon kannatusta. Myös tavoitteena ollut hienostuneisuus on ollut tässä konseptissa useamman mielestä toteutunut ominaisuus. Vaihtoehtois- ta ainoastaan voimakas esiintyy vastauksissa vain kerran.

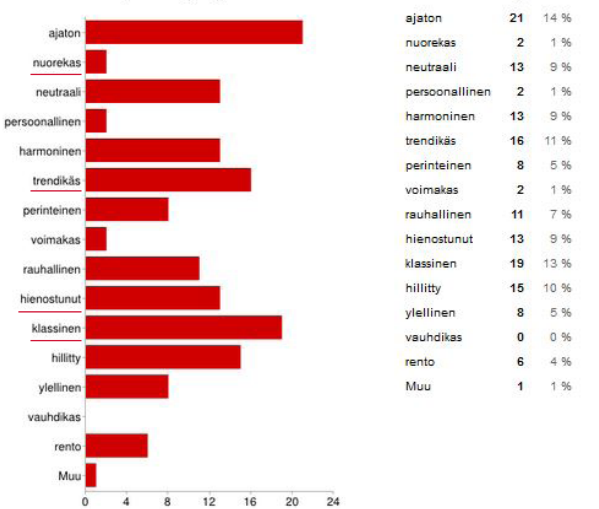
Kalustevalintojen ominaisuuksia esittävä diagrammi kuvan keskimmäisenä osoittaa saman hajonnan vastauksissa jatkuvan. Ajattomuus, klassisuus ja trendikkyys nousevat kalustevalintojen kohdalla kolmeksi eniten vastauksia saaneeksi vaihtoehdoksi. Vastaajista 39 % on sitä mieltä, että kalusteet ovat ajattomia. Vaihtoehdoista ainoastaan vauhdikkuus ei ole ilmennyt konseptissa yhdenkään vastaajan mielestä.

Kuvan 36 alin diagrammi kertoo konseptissa käytettyjen materiaalien olevan valtaosan vastaajien mielestä ja klassisia. mutta vastauksia ovat saaneet. Kuitenkin myös muita vaihtoehtoja vastaavia mielikuvia on herännyt vastaajien joukossa enemmän kuin aiempien kysymysten kohdalla.

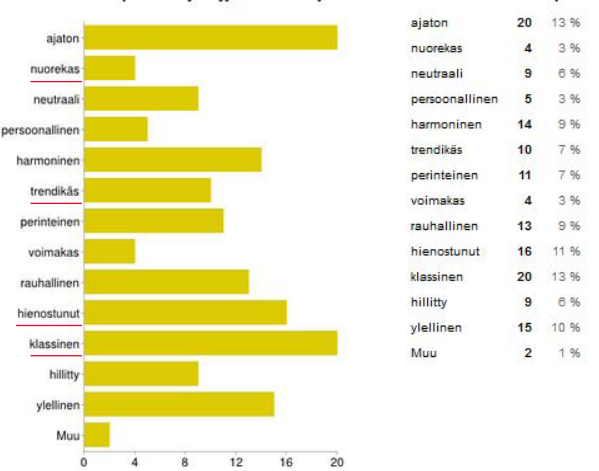
Tarkastele kuvissa olevan kahvilakonseptin ilmettä. Miten kuvailisit sen värimaailmaa?



Tarkastele konseptissa käytettyjä kalusteita. Miten kuvailisit kalustevalintoja?



Tarkastele konseptissa käytettyjä materiaaleja. Millaisia ovat mielestäsi konseptissa käytetyt materiaalit?



Kuva 36: Kaavio itseohjautuvan universalistin konseptin herättämistä mielikuvista

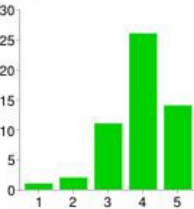
Tavoiteltuja ominaisuuksia selvittävän kysymyksen vastauksista käy ilmi, että kaikki näistä ominaisuuksista ovat täyttyneet hyvin tai vähintään kohtalaisen hyvin. Ominaisuuksista parhaiten konseptissa on tulosten mukaan toteutunut yksinkertainen muotokieli, jonka kohdalla 59 % vastaajista on ollut sitä mieltä, että se toteutuu vain astetta huonommin, kuin numeroa viisi vastaava määre “erittäin hyvin”. Tämän ominaisuuden kohdalla yksikään ei ole ollut sitä mieltä, että se toteutuisi huonosti. Konseptissa tavoiteltu hienostuneisuus on myös ilmennyt konseptista vastaajille suhteellisen hyvin. Enemmistö on ollut hienostuneisuuden

kohdalla sitä mieltä, että se on onnistunut vähintään hyvin. Nuorekkuuden ja kulttuurisen painottuneisuuden suhteen kaaviot näyttävät, että enemmistön mielestä näiden toteutuminen konseptissa jää huonon ja erittäin hyvän keski-vaiheelle. Konseptissa nuorekkuus on kuitenkin ilmennyt hieman paremmin kuin kulttuurinen painottuneisuus. Kummankin ominaisuuden tulisi siis olla näkyvämpiä konseptissa, jotta lopputulos ylttäisi lähemmäs tavoitetta.

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi toteutuvat konseptissa?

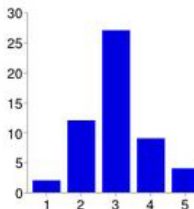
[Kuva]

Hienostuneisuus



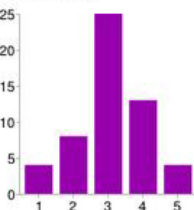
1	1	2 %
2	2	4 %
3	11	20 %
4	26	48 %
5	14	26 %

Kulttuurinen painottuneisuus



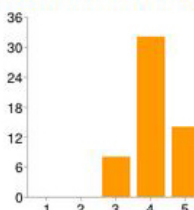
1	2	4 %
2	12	22 %
3	27	50 %
4	9	17 %
5	4	7 %

Nuorekkuus



1	4	7 %
2	8	15 %
3	25	48 %
4	13	24 %
5	4	7 %

Yksinkertainen muotokieli



1	0	0 %
2	0	0 %
3	8	15 %
4	32	59 %
5	14	26 %

Kuva 37: Kaavio itseohjautuvan universalistin konseptin tavoittelemien ominaisuuksien onnistumisesta

6 PÄÄTÄNTÄ

Opinnäytetyöni alkoi tammikuun alussa ja prosessi kesti kokonaisuudessaan kolme kuukautta. Tiukka aikataulu oli haastava, mutta se opetti kurinalaisuutta ja täsmällisyyttä työskentelyssä, sillä aikatauluun ei ollut varattu paljoa ylimääraistä aikaa mahdollisille työvaiheiden pitkittymisille. Työskentely tiukalla aikataululla opetti työskentelyn hallintaa paineen alla. Joidenkin prosessin työvaiheiden viemä aika realisoitui vasta työn aikana, mutta tavoitteeni työvaiheiden tuloksista täyttyivät. Osa työvaiheista vei oletettua vähemmän aikaa ja osa enemmän, jolloin aikataulu pääpiirteissään kuitenkin pysyi kasassa.

Aihevalinta osoittautui todella mielenkiintoiseksi ja innostus aihetta kohtaan näkyi myös työskentely tahdissa. Oli virkistävää työskennellä vaihteeksi itsenäisesti tavanomaisen ryhmätyöskentelyn jälkeen. Itsenäinen työskentely vapautti aikataulullisesti ja opetti vastuun ottamista.

Työn aihe osoittautui kuitenkin todella laajaksi ja sen rajaaminen olikin yksi haastavimmista asioista. Alkuperäisestä suunnitelmasta työn ulkopuolelle jäi design management näkökulman tuominen työhön. Mahdollisen jatkokehittelyn kohdalla tahtoisin kuitenkin ottaa sen osaksi suunnitteluprosessia ja tuoda sen näkökulmaa näin esille. Vaikka työ painottuu rakennetun ympäristön tarkasteluun ja kehittämiseen on sen mielikuvakartat rakennettu siten, että ne ovat hyödynnettävissä myös monialaisesti.

Lopputuloksena syntyneet mielikuvakartat ovat juuri sellaisia työkaluja joihin tavoitteissani tähtäsin. Mielikuvakarttojen pohjalta suunnitteleminen käyttäjille onnistui varsin hyvin ja mutkattomasti. Konsepti individualistiselle hedonistille onnistui tavoitteiden mukaisesti kun taas itseohjautuvalle universalistille suunnitellussa konseptissa olisi jonkin verran parannettavaa, jotta sen herättämät mielikuvat olisivat selkeämpiä. Parempaa tulosta tavoitellessa



Kuva 38: Itseohjautuva universalisti visualisointi 6



olisi mielikuvakarttoja hyvä jatkokehittää siten, että mielikuvakartassa kuvan koko ilmaisee sen tärkeyttä arvotyypille. Tätä varten voisi suorittaa erillisen kyselyn, joka selvittää mielikuvia arvotyypeille ominaisista väreistä, muodoista ja materiaaleista. Myös muiden mielikuvakarttojen pohjalta suunnittelua olisi hyvä testata.

Työn aikana teettämäni kysely oli onnistunut ja siihen vastanneiden määrä ylitti odotukseni. Erityisesti kyselyä tehdessäni opin tarkastelemaan kuvaavien sanojen hienoisia eroja ja pohtimaan niiden tarkempaa merkitystä suhteessa toiseen aiemmin samankaltaiseksi mieltämäni sanaan. Kuvaavien sanojen joukosta opin poimimaan ne sanat, joiden merkityksessä uskon olevan vähiten eroja eri ihmisille. Kyselyä voisi vielä parantaa siten, että muu-kohtaan vastattaessa vastaustaan saisi vielä tarkentaa, jotta tällaisen vastauksen todellinen merkitys aukeaisi paremmin.

Työn tulevaisuutta ajatellen olisi hienoa kehittää työtä siten, että se olisi länsimaisesti pätevä ja sisältäisi myös muiden kulttuuristen arvo-orientaatioiden mukaiset mielikuvakartat, joista kävisi ilmi kansallisten erojen luonne. Työn jatkoksi voisi kehittää kyselyn, johon vastaamalla saataisiin selville kyselyn täyttäjän arvotyyppi. Tällaisen lisätyökalun myötä suunniteltavan kokonaisuuden pääpiirteet hahmottuisivat heti suunnittelun alkuvaiheessa, mikä nopeuttaisi projektin kulkua ja aikaa yksityiskohtaisempiin seikkoihin olisi enemmän.

KUVALUETTELO

Kuva 1: Prosessikaavio.[digikuva]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 2: Schwartzin teoriaa havainnollistava arvokehä.[kuva]. Kuva: Puohiniemi, M. 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva s. 28

Kuva 3: Puohiniemen arvokonfliktitytologia arvokehällä.[kuva]. Kuva: Puohiniemi, M. 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva s. 44

Kuva 4: Itseohjautuva universalisti.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphoto-raphy/8432640986/>

Kuva 5: Itseohjautuvan universalistin mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 6: Itsenäinen.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphoto-raphy/7029682815/>

Kuva 7: Itsenäisen mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 8: Individualistinen hedonisti.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphoto-raphy/7029655155>

Kuva 9: Individualistisen hedonistin mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 10: Kollektiivinen hedonisti.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphoto-raphy/6280500986/>

Kuva 11: Kollektiivisen hedonistin mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 12: Egoisti.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphoto-raphy/7064092555/>

Kuva 13: Egoistin mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 14: Turvallisuusmielinen.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphoto-raphy/6409110487/>

Kuva 15: Turvallisuusmielisen mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 16: Turvallisuutta arvostava universalisti.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/eva-rinaldiphotography/6248822775/>

Kuva 17: Turvallisuutta arvostavan universalistin mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 18: Hyväntahtoinen kollektiivinen.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphotography/6280505184/>

Kuva 19: Hyväntahtoisien kollektiivisen mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 20: Opportunisti.[digikuva]. Kuva: Eva Rinaldi Photography [viitattu 2014-3-18] <http://www.flickr.com/photos/evarinaldiphotography/6883578028/>

Kuva 21: Opportunistin mielikuvakartta.[kuvakooste]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 22: Pohjakuva individualistiselle hedonistille suunniteltuun konseptiin.[pohjakuva]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 23: Pohjakuva itseohjautuvalle universalistille suunniteltuun konseptiin.[pohjakuva]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 24: Individualistinen hedonisti visualisointi 1.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 25: Individualistinen hedonisti visualisointi 2.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 26: Individualistinen hedonisti visualisointi 3.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 27: Individualistinen hedonisti visualisointi 4.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 28: Individualistinen hedonisti visualisointi 5.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 29: Itseohjautuva universalisti visualisointi 1.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 30: Itseohjautuva universalisti visualisointi 2.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 31: Itseohjautuva universalisti visualisointi 3.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 32: Itseohjautuva universalisti visualisointi 4.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 33: Itseohjautuva universalisti visualisointi 5.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 34: Kaavio individualistisen hedonistin konseptin herättämistä mielikuvista.[kaavio]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 35: Kaavio individualistisen hedonistin konseptin tavoittelemien ominaisuuksien onnistumisesta.[kaavio]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 36: Kaavio itseohjautuvan universalistin konseptin herättämistä mielikuvista.[kaavio]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 37: Kaavio itseohjautuvan universalistin konseptin tavoittelemien ominaisuuksien onnistumisesta.[kaavio]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 38: Itseohjautuva universalisti visualisointi 6.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

Kuva 39: Individualistinen hedonisti visualisointi 6.[3D-visualisointi]. Kuva: Sofia Fagerlund. 2014. Sijainti: tekijän hallussa

LÄHDELUETTELO

- AALTOLA, Juhani ja VALLI, Raine 2001. Ikkunoita tutkimusmetodeihin I. Jyväskylä: PS-kustannus.
- KETTUNEN, Ilkka 2001. Muodon palapeli. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- KORHONEN, Hanna ja KORHONEN, Pauliina 2010. Duuo korudesign: käyttäjälähtöinen mallistosuunnitteluprosessi. Savonia-ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. Sijainti: Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulu. Kuopion muotoiluakatemia. Kirjasto.
- MUHONEN, Virpi ja YLINAMPA, Saana 2010. Arvoista koruiksi: käyttäjälähtöistä suunnittelua messuille. Savonia-ammattikorkeakoulu. Muotoilun koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattu 2014-00-00.] Saatavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2010120216719>
- PUOHINIEMI, Martti 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva. Espoo: Limor kustannus.
- RIHLAMA, Seppo 1997. Värioppi. 6. painos. Helsinki: Rakennustieto Oy.
- RIHLAMA, Seppo 2000. Valaistus ja värit sisustussuunnittelussa. Helsinki: Rakennustieto Oy.

Mielikuvakysely

Kyselyssä kartoitetaan kahden erilaisen kahvilakonseptin herättämiä mielikuvia. Vastaathan kysymyksiin mahdollisimman intuitiivisesti. Kysely suoritetaan osana AMK-opinnäytetyön tutkimusta.

*Pakollinen

Konsepti 1



Tarkastele kuvissa olevan kahvilakonseptin ilmettä. Miten kuvailisit sen värimaailmaa? *

Valitse tilan värimaailmaa parhaiten kuvaavat sanat (voit valita useita). Voit myös ehdottaa itse jotakin vaihtoehtoa näiden lisäksi.

- ☐ ajaton
- ☐ nuorekas
- ☐ neutraali
- ☐ persoonallinen
- ☐ harmoninen
- ☐ trendikäs
- ☐ perinteinen
- ☐ voimakas
- ☐ rauhallinen
- ☐ hienostunut
- ☐ klassinen
- ☐ hillitty
- ☐ ylellinen
- ☐ Muu:

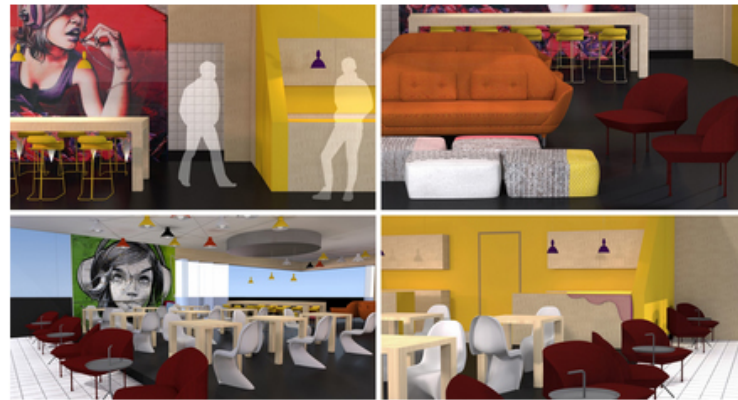
Jatka »

Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
[Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Lisäehdot](#)

Mielikuvakysely

*Pakollinen



Tarkastele konseptissa käytettyjä kalusteita. Miten kuvailisit kalustevalintoja? *

Valitse tilan kalusteita parhaiten kuvaavat sanat (voit valita useita). Voit myös ehdottaa itse jotakin vaihtoehtoa näiden lisäksi.

- ☐ ajaton
- ☐ nuorekas
- ☐ neutraali
- ☐ persoonallinen
- ☐ harmoninen
- ☐ trendikäs
- ☐ perinteinen
- ☐ voimakas
- ☐ rauhallinen
- ☐ hienostunut
- ☐ klassinen
- ☐ hillitty
- ☐ yllellinen
- ☐ vauhdikas
- ☐ rento
- ☐ Muu:

« Takaisin Jatka »

Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
[Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Lisäehdot](#)

Mielikuvakysely

*Pakollinen



Tarkastele tilassa käytettyjä materiaaleja. Millaisia ovat mielestäsi konseptissa käytetyt materiaalit? *

Viemällä hiiren kuvan päälle saat esiin listan konseptissa käytetyistä materiaaleista. Valitse tilan materiaaleja parhaiten kuvaavat sanat (voit valita useita). Voit myös ehdottaa itse jotakin vaihtoehtoa näiden lisäksi.

- ☐ ajaton
- ☐ nuorekas
- ☐ neutraali
- ☐ persoonallinen
- ☐ harmoninen
- ☐ trendikäs
- ☐ perinteinen
- ☐ voimakas
- ☐ rauhallinen
- ☐ hienostunut
- ☐ klassinen
- ☐ hillitty
- ☐ yllellinen
- ☐ Muu:

« Takaisin Jatka »

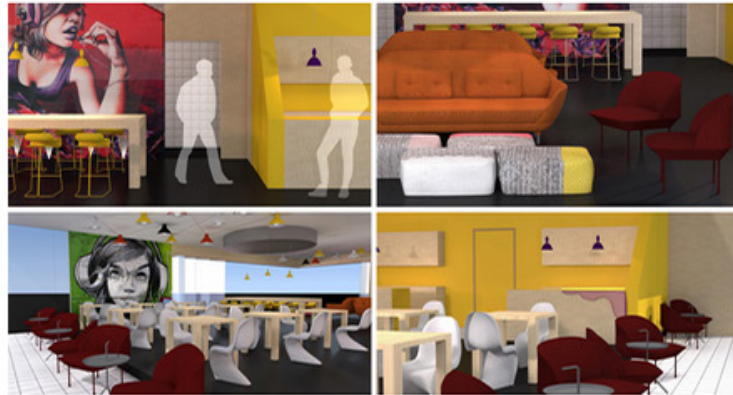
Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
[Ilmoita väärinkäytöstä](#) - [Palveluehdot](#) - [Lisäehdot](#)

Mielikuvakysely

*Pakollinen

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi toteutuvat konseptissa?



Nuorekkuus *

1 2 3 4 5

Huonosti ○ ○ ○ ○ ○ Erittäin hyvin

Trendikkyys *

1 2 3 4 5

Huonosti ○ ○ ○ ○ ○ Erittäin hyvin

Vauhdikkuus *

1 2 3 4 5

Huonosti ○ ○ ○ ○ ○ Erittäin hyvin

Persoonallisuus *

1 2 3 4 5

Huonosti ○ ○ ○ ○ ○ Erittäin hyvin

« Takaisin Jatka »

Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
Ilmoita väärinkäytöstä - Palveluehdot - Lisäehdot

Mielikuvakysely

*Pakollinen

Konsepti 2



Tarkastele kuvissa olevan kahvilakonseptin ilmettä. Miten kuvailisit sen värimaailmaa? *

Valitse tilan värimaailmaa parhaiten kuvaavat sanat (voit valita useita). Voit myös ehdottaa itse jotakin vaihtoehtoa näiden lisäksi.

- ☐ ajaton
- ☐ nuorekas
- ☐ neutraali
- ☐ persoonallinen
- ☐ harmoninen
- ☐ trendikäs
- ☐ perinteinen
- ☐ voimakas
- ☐ rauhallinen
- ☐ hienostunut
- ☐ klassinen
- ☐ hillitty
- ☐ yllellinen
- ☐ Muu:

« Takaisin Jatka »

Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
Ilmoita väärinkäytöstä - Palveluehdot - Lisäehdot

Mielikuvakysely

*Pakollinen



Tarkastele konseptissa käytettyjä kalusteita. Miten kuvailisit kalustevalintoja? *

Valitse tilan kalusteita parhaiten kuvaavat sanat (voit valita useita). Voit myös ehdottaa itse jotakin vaihtoehtoa näiden lisäksi.

- ☐ ajaton
- ☐ nuorekas
- ☐ neutraali
- ☐ persoonallinen
- ☐ harmoninen
- ☐ trendikäs
- ☐ perinteinen
- ☐ voimakas
- ☐ rauhallinen
- ☐ hienostunut
- ☐ klassinen
- ☐ hillitty
- ☐ yllellinen
- ☐ vauhdikas
- ☐ rento
- ☐ Muu:

« Takaisin Jatka »

Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
Ilmoita väärinkäytöstä - Palveluehdot - Lisäehdot

Mielikuvakysely

*Pakollinen



Tarkastele konseptissa käytettyjä materiaaleja. Millaisia ovat mielestäsi konseptissa käytetyt materiaalit? *

Viemällä hiiren kuvan päälle saat esiin listan konseptissa käytetyistä materiaaleista. Valitse tilan materiaaleja parhaiten kuvaavat sanat (voit valita useita). Voit myös ehdottaa itse jotakin vaihtoehtoa näiden lisäksi.

- ☐ ajaton
- ☐ nuorekas
- ☐ neutraali
- ☐ persoonallinen
- ☐ harmoninen
- ☐ trendikäs
- ☐ perinteinen
- ☐ voimakas
- ☐ rauhallinen
- ☐ hienostunut
- ☐ klassinen
- ☐ hillitty
- ☐ yllellinen
- ☐ Muu:

« Takaisin Jatka »

Palvelun tarjoaa
Google Drive

Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.
Ilmoita väärinkäytöstä - Palveluehdot - Lisäehdot

Mielikuvakysely

* Pakollinen

Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet mielestäsi toteutuvat konseptissa?



Hienostuneisuus *

1 2 3 4 5

Huonosti Erittäin hyvin

Nuorekkuus *

1 2 3 4 5

Huonosti Erittäin hyvin

Kulttuurinen painottuneisuus *

1 2 3 4 5

Huonosti Erittäin hyvin

Yksinkertainen muotokieli *

1 2 3 4 5

Huonosti Erittäin hyvin

« Takaisin Lähetä

Älä koskaan lähetä salasanaa Google Formsin kautta.

Testi (vastaukset) - Lomakevastaukset

LIITE 2

Aikaleima	Tarkastele kuvissa olevan kahvikkonseptin ilmettä. Miten kuvalliset sen värmaailmaa?	Tarkastele konseptissa käytettyä kalustusta. Miten kuvalliset kalustevaihtoja?	Tarkastele tilassa käytettyjä materiaaleja. Mitälaia ovat mielestesi käytetyt materiaalit?	Nuorekkuus	Trendikkyys	Vauhdikkuus	Persoonaalisuus	Tarkastele kuvissa olevan kahvikkonseptin ilmettä. Miten kuvalliset sen värmaailmaa?	Tarkastele konseptissa käytettyä kalustusta. Miten kuvalliset kalustevaihtoja?	Tarkastele konseptissa käytettyjä materiaaleja. Mitälaia ovat mielestesi käytetyt materiaalit?	Hienostuneisuus	Nuorekkuus	Kulttuurinen painottuneisuus	Yksinkertainen muotokieli
5.3.2014 klo 13.17.24	nuorekas, persoonallinen, rento, trendikäs, voimakas	nuorekas, persoonallinen, rento, trendikäs, voimakas	nuorekas, persoonallinen, rento, trendikäs, voimakas	5	4	3	5	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, voimakas, hienostunut	ajaton, nuorekas, neutraali, harmoninen, perinteinen, hienostunut	ajaton, neutraali, harmoninen, perinteinen, hienostunut, rauhallinen	4	4	3	5
5.3.2014 klo 13.34.11	nuorekas, persoonallinen, trendikäs	nuorekas, trendikäs, klassinen	trendikäs, voimakas	3	4	4	4	ajaton, rauhallinen, hillitty	neutraali, rauhallinen, rento	ajaton, neutraali, harmoninen, perinteinen, rauhallinen	4	2	3	4
5.3.2014 klo 13.42.34	nuorekas, voimakas, klassinen	persoonallinen, klassinen, retro	persoonallinen, voimakas, klassinen	3	2	1	5	ajaton, neutraali, trendikäs, rauhallinen, hienostunut, hillitty, ylellinen	ajaton, trendikäs, rauhallinen, hienostunut, hillitty, rento	trendikäs, klassinen	4	3	3	4
5.3.2014 klo 13.44.10	nuorekas, persoonallinen, trendikäs, voimakas	nuorekas, harmoninen, trendikäs, vauhdikas	nuorekas, persoonallinen, trendikäs, voimakas	5	4	4	4	ajaton, harmoninen, trendikäs, hienostunut, klassinen	ajaton, persoonallinen, rauhallinen, hienostunut	ajaton, persoonallinen, rauhallinen, hienostunut, klassinen	2	3	2	4
5.3.2014 klo 13.51.47	persoonallinen, nuorekas, trendikäs, voimakas	persoonallinen, trendikäs	nuorekas, persoonallinen	4	3	4	5	ajaton, neutraali, trendikäs, hillitty	trendikäs	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, rauhallinen, klassinen	4	4	3	5
5.3.2014 klo 13.58.17	nuorekas, voimakas, trendikäs, voimakas	persoonallinen, voimakas, hienostunut, ylellinen, vauhdikas	nuorekas, trendikäs	5	4	4	4	ajaton, neutraali, hienostunut, klassinen	ajaton, neutraali, trendikäs, klassinen, hillitty	ajaton, neutraali, trendikäs, rauhallinen, klassinen	4	3	3	4
5.3.2014 klo 14.01.26	nuorekas, trendikäs, voimakas	persoonallinen, trendikäs	nuorekas, trendikäs	4	3	4	3	ajaton, neutraali, harmoninen	ajaton, neutraali, perinteinen, klassinen	ajaton, voimakas, ylellinen	5	2	3	4
5.3.2014 klo 14.05.22	nuorekas, persoonallinen	ajaton, trendikäs	nuorekas, trendikäs	4	5	4	4	ajaton, neutraali, harmoninen	ajaton, klassinen, hillitty	ajaton, klassinen, hienostunut, ylellinen	4	3	2	3
5.3.2014 klo 14.30.49	nuorekas, persoonallinen, trendikäs	vauhdikas	nuorekas, vaihtuva	5	3	5	3	hienostunut	neutraali	hienostunut, ylellinen	4	3	2	4
5.3.2014 klo 14.43.12	persoonallinen, nuorekas, trendikäs	trendikäs, rento	persoonallinen, trendikäs	5	5	4	4	ajaton, harmoninen, rauhallinen	trendikäs, klassinen, hillitty	harmoninen, klassinen, ylellinen	4	4	3	5
5.3.2014 klo 15.15.14	persoonallinen, voimakas	trendikäs, vauhdikas	neutraali	4	3	3	5	ajaton, neutraali, harmoninen, hienostunut, klassinen	ajaton, trendikäs, perinteinen, hienostunut, klassinen, hillitty	harmoninen, perinteinen, harmoninen, trendikäs	5	3	3	4
5.3.2014 klo 15.45.29	trendikäs	trendikäs	trendikäs	5	5	5	4	ajaton	trendikäs	hienostunut, klassinen, hillitty	3	4	3	4
5.3.2014 klo 15.58.44	persoonallinen, voimakas	trendikäs	persoonallinen	5	5	4	5	klassinen, ylellinen	ajaton, klassinen	hillitty	3	4	4	4
5.3.2014 klo 16.15.53	persoonallinen	nuorekas	ajaton	4	3	3	4	neutraali, harmoninen, rauhallinen, hienostunut, klassinen	trendikäs	klassinen, harmoninen, rauhallinen, hienostunut, klassinen, ylellinen	3	3	3	4
5.3.2014 klo 16.51.11	persoonallinen, trendikäs, "rumatuolin"	tylsä	nuorekas, persoonallinen, trendikäs	4	4	3	4	neutraali, harmoninen, rauhallinen, hienostunut, klassinen	harmoninen, hienostunut, hillitty	ajaton, klassinen, ylellinen	5	1	3	4
5.3.2014 klo 17.15.24	nuorekas, trendikäs, voimakas, pirteä	nuorekas, harmoninen, rento	nuorekas, persoonallinen, trendikäs, ylellinen	5	5	4	4	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, rauhallinen, hienostunut, klassinen, hillitty, ylellinen	ajaton, trendikäs, rauhallinen, hienostunut, klassinen, ylellinen	ajaton, nuorekas, harmoninen, trendikäs, hienostunut, ylellinen	4	2	3	3
5.3.2014 klo 17.23.19	nuorekas, persoonallinen, voimakas	nuorekas, persoonallinen, trendikäs, vauhdikas, rento	nuorekas, persoonallinen, trendikäs, voimakas	4	3	4	4	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, rauhallinen, hienostunut, klassinen, hillitty	ajaton, trendikäs, klassinen, hillitty	ajaton, nuorekas, harmoninen, trendikäs, hienostunut, ylellinen	4	4	4	4
5.3.2014 klo 17.25.27	persoonallinen	nuorekas, rento	nuorekas, voimakas	5	4	5	5	hillitty, tyylikäs	hienostunut, rento	hotelimainen	4	2	4	5

Testi (vastaukset) - Lomakevastaukset

		Tarkastele kuvissa olevan kahvikonseptin linettä. Miten kuvalliset sen värmaailmaa?	Tarkastele konseptissa käytettyä kalustusta. Miten kuvalliset kalustevalintoja?	Tarkastele tiessä käytettyjä materiaaleja. Mitälaia ovat mielestöl konseptissa käytetyt materiaalit?		Nuorekaus	Trendikkyys	Vauhdikkaus	Persoonallisuus	Tarkastele kuvissa olevan kahvikonseptin linettä. Miten kuvalliset sen värmaailmaa?	Tarkastele konseptissa käytettyä kalustusta. Miten kuvalliset kalustevalintoja?	Tarkastele konseptissa käytettyjä materiaaleja. Mitälaia ovat mielestöl konseptissa käytetyt materiaalit?		Hienostuneisuus	Nuorekaus	Kulttuurinen painotuneisuus	Yksinkertainen muutokiel
	5.3.2014 klo 17.36.00	nuorekas, persoonallinen	trendikäs, sekalainen	persoonallinen, klassinen, monipuolinen		5	4	3	4	ajaton, neutraali, perinteinen, hienostunut, klassinen, hillitty, skandinaavinen hienostunut,	ajaton, harmoninen, klassinen, hillitty	ajaton, harmoninen, perinteinen, klassinen, ylellinen		5	3	5	5
	5.3.2014 klo 17.37.20	nuorekas, voimakas	nuorekas, vauhdikas	voimakas		5	2	5	4	klassinen, harmoninen, trendikäs, klassinen, hillitty	ajaton, harmoninen, klassinen, ylellinen	hienostunut nuorekas, trendikäs, klassinen		5	1	5	4
	5.3.2014 klo 17.39.11	persoonallinen, voimakas, Funkkis	persoonallinen, vauhdikas	Keinotekoinen		4	3	4	4	ajaton, harmoninen, trendikäs, klassinen, hillitty	ajaton, klassinen	ajaton, ylellinen		5	5	3	4
	5.3.2014 klo 17.45.09	persoonallinen, trendikäs	trendikäs, vauhdikas	trendikäs, voimakas		4	5	2	5	ajaton, rauhallinen, hillitty	ajaton, klassinen	ajaton, ylellinen		4	2	3	4
	5.3.2014 klo 18.16.20	Ahdistava	Ghostbusters	Rikkonaisia		4	2	3	5	Finnair	harmoninen	hillitty		4	2	2	4
	5.3.2014 klo 19.29.36	harmoninen, trendikäs, Raikas	voimakas, Sekava	nuorekas, rento		4	4	3	3	harmoninen, trendikäs, klassinen	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, klassinen, hillitty	ajaton, perinteinen, hienostunut, ylellinen		4	4	3	4
	5.3.2014 klo 19.01.08	persoonallinen, trendikäs, voimakas	persoonallinen, trendikäs	ajaton		5	3	4	5	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, klassinen, hillitty	trendikäs	ajaton, klassinen		5	3	3	4
	5.3.2014 klo 19.39.57	nuorekas, trendikäs, voimakas	nuorekas, persoonallinen, vauhdikas	trendikäs		4	3	3	2	harmoninen, rauhallinen, hienostunut, klassinen, hillitty, ylellinen	trendikäs, hienostunut, rento	trendikäs, hienostunut		4	3	4	4
	5.3.2014 klo 20.17.20	nuorekas, persoonallinen, voimakas	nuorekas, persoonallinen, vauhdikas	nuorekas, persoonallinen		4	3	4	4	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, rauhallinen, ylellinen	harmoninen, rauhallinen, ylellinen	ajaton, harmoninen, klassinen, hillitty		4	3	3	4
	5.3.2014 klo 20.19.15	nuorekas, persoonallinen, voimakas	nuorekas, trendikäs, voimakas, vauhdikas	nuorekas, voimakas		5	5	5	5	harmoninen, trendikäs	ajaton, hienostunut, hillitty	ajaton, neutraali		5	4	5	5
	5.3.2014 klo 20.21.39	persoonallinen, voimakas	vauhdikas, retro	persoonallinen		4	2	5	4	ajaton, harmoninen, trendikäs, hillitty	klassinen	ajaton, harmoninen, perinteinen, hienostunut, klassinen		4	3	2	4
	5.3.2014 klo 20.24.16	persoonallinen, sekava, ahdas	voimakas, Ryhdikas	persoonallinen		4	2	4	4	harmoninen, klassinen, hillitty	perinteinen, klassinen, hillitty	perinteinen, hienostunut, klassinen		3	2	4	4
	5.3.2014 klo 20.34.47	nuorekas, persoonallinen, trendikäs, voimakas	persoonallinen, trendikäs, voimakas, rento	perinteinen, voimakas, klassinen		4		3	5	rauhallinen, hienostunut, ylellinen	trendikäs, rauhallinen, ylellinen, rento	trendikäs, rauhallinen, ylellinen		5	4	4	5
	5.3.2014 klo 20.39.52	persoonallinen, trendikäs, voimakas	persoonallinen, vauhdikas	trendikäs, voimakas, sekalainen		4	5	5	4	perinteinen, hienostunut, hillitty	harmoninen, trendikäs, ylellinen	ajaton, neutraali, hienostunut, hillitty		4	3	3	4
	5.3.2014 klo 20.46.14	nuorekas, moderni	trendikäs, vauhdikas	persoonallinen, voimakas		5	4	3	3	perinteinen, rauhallinen, hillitty, ylellinen	ajaton, hienostunut, hillitty	perinteinen, rauhallinen, klassinen, hillitty		4	3	3	4
	5.3.2014 klo 20.52.29	nuorekas, trendikäs	nuorekas, trendikäs	trendikäs		5	5	4	3	nuorekas, neutraali, persoonallinen, trendikäs, rauhallinen, ylellinen	persoonallinen, trendikäs	persoonallinen, trendikäs		3	5	3	3
	5.3.2014 klo 20.53.41	nuorekas	trendikäs	trendikäs		4	4	2	5	hillitty	perinteinen	perinteinen		1	1	1	5
	5.3.2014 klo 21.10.54	nuorekas, trendikäs	persoonallinen, trendikäs	nuorekas, trendikäs		5	5	3	4	ajaton, harmoninen, rauhallinen	ajaton, hillitty	ajaton, neutraali		3	3	3	3
	5.3.2014 klo 21.23.30	voimakas, retro	klassinen, rento	klassinen, ylellinen		2	2	4	1	ajaton, nuorekas, ylellinen	neutraali	ajaton, rauhallinen		4	5	3	5
	5.3.2014 klo 21.26.25	sekava	sekava	voimakas, kitsch		4	2	5	5	ajaton, neutraali, kylmä	ajaton, neutraali, ruokala	ajaton, neutraali, kylmä		3	3	2	4

Testi (vastaukset) - Lomakevastaukset

		Tarkastele kuvissa olevan kahvikonseptin linettä. Miten kuvalliset sen värmaailmaa?	Tarkastele konseptissa käytettyä kalustusta. Miten kuvalliset kalustevalintoja?	Tarkastele tiessä käytettyjä materiaaleja. Mitälaia ovat mielestöl konseptissa käytetyt materiaalit?		Nuorekaus	Trendikkyys	Vauhdikkaus	Persoonallisuus	Tarkastele kuvissa olevan kahvikonseptin linettä. Miten kuvalliset sen värmaailmaa?	Tarkastele konseptissa käytettyä kalustusta. Miten kuvalliset kalustevalintoja?	Tarkastele konseptissa käytettyjä materiaaleja. Mitälaia ovat mielestöl konseptissa käytetyt materiaalit?		Hienostuneisuus	Nuorekaus	Kulttuurinen painotuneisuus	Yksinkertainen muutokiel
	5.3.2014 klo 21.39.15	nuorekas, voimakas	nuorekas	nuorekas, voimakas		4	2	3	2	neutraali, perinteinen, rauhallinen, hillitty	nuorekas	neutraali, harmoninen, klassinen, hillitty, ylellinen		3	4	2	3
	6.3.2014 klo 3.11.54	trendikäs, perinteinen, retro,	persoonallinen, trendikäs, perinteinen, hillitty	ajaton, neutraali, harmoninen, perinteinen, hienostunut, hillitty		5	4	4	4	ajaton, neutraali, perinteinen, hienostunut, hillitty	ajaton, neutraali, perinteinen, klassinen	perinteinen, voimakas, rauhallinen, hienostunut, ylellinen		3	2	2	5
	5.3.2014 klo 21.58.15	trendikäs	nuorekas	nuorekas		5	5	4	3	ajaton, nuorekas, harmoninen, trendikäs	ajaton, neutraali	neutraali		2	3	2	5
	5.3.2014 klo 22.13.44	ajaton, neutraali	trendikäs, rento	persoonallinen, voimakas		4	4	3	3	ajaton, nuorekas, harmoninen, trendikäs	rauhallinen, hienostunut	persoonallinen, trendikäs, hienostunut		5	5	1	4
	6.3.2014 klo 10.04.29	nuorekas, trendikäs	persoonallinen, trendikäs	persoonallinen, voimakas, ylellinen		5	5	3	4	neutraali, harmoninen, rauhallinen, hienostunut, hillitty	rauhallinen, hienostunut, klassinen	neutraali, harmoninen, hienostunut, hillitty		4	1	3	4
	6.3.2014 klo 14.07.43	nuorekas, retro	persoonallinen, rauhallinen	nuorekas, trendikäs		4	3	3	4	ajaton, trendikäs, rauhallinen	ajaton, neutraali, hillitty	trendikäs, rauhallinen		4	4	3	4
	6.3.2014 klo 18.12.13	voimakas	trendikäs	trendikäs		4	3	2	4	nuorekas, trendikäs, hienostunut, hillitty	trendikäs, rauhallinen, hillitty	ajaton, neutraali		4	3	3	3
	6.3.2014 klo 21.29.44	voimakas	trendikäs, rento	klassinen		5	5	3	4	nuorekas, trendikäs, hienostunut, hillitty	klassinen	nuorekas, persoonallinen		3	4	5	4
	6.3.2014 klo 22.35.57	nuorekas, trendikäs	persoonallinen, trendikäs, rento	nuorekas, ylellinen		5	5	5	5	ajaton, nuorekas, harmoninen, trendikäs, perinteinen, hillitty	ajaton, neutraali, klassinen	ajaton, harmoninen, hienostunut, klassinen		5	3	4	5
	7.3.2014 klo 10.43.59	sekava vaikutelma	ajaton	monipuolinen		3	2	3	3	harmoninen	harmoninen	hillitty		4	4	3	4
	7.3.2014 klo 12.36.52	nuorekas, voimakas, retro	nuorekas, trendikäs	nuorekas, trendikäs, voimakas		5	4	3	2	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, rauhallinen	ajaton, neutraali, harmoninen, trendikäs, rauhallinen	ajaton, rauhallinen, klassinen		4	3	2	5
	7.3.2014 klo 12.11.12	voimakas, retro, vanhanaikainen	neutraali, halpa, IKEA tyylinen, vanhanaikainen	halpa		2	1	1	2	ajaton, persoonallinen, harmoninen, trendikäs, rauhallinen	voimakas, ylellinen, rento	perinteinen, voimakas		3	3	2	3
	7.3.2014 klo 16.23.40	persoonallinen, trendikäs, voimakas	persoonallinen, klassinen, rento	nuorekas		5	4	5	5	persoonallinen, rauhallinen, hienostunut, hillitty	ajaton, perinteinen	klassinen, hillitty, ylellinen		4	3	4	4
	7.3.2014 klo 23.46.36	persoonallinen	hassu	trendikäs		5	3	4	5	persoonallinen, rauhallinen, hienostunut	harmoninen, rauhallinen	klassinen		5	3	4	3
	8.3.2014 klo 17.40.57	ajaton, trendikäs	ajaton, trendikäs, perinteinen	persoonallinen		4	4	3	4	neutraali, hillitty, ylellinen	ajaton, hienostunut, ylellinen	perinteinen, ylellinen		5	3	2	4
	10.3.2014 klo 10.32.53	nuorekas, trendikäs	ajaton, klassinen	trendikäs		4	4	4	3	ajaton, klassinen	voimakas, ylellinen	hienostunut, ylellinen		5	3	3	5