

OPINNÄYTETYÖ

Digitaalisen muodin harrastamisen mahdollisuudet yhdistystoiminnassa

Kohteena Muotijuttu ry

Mervi Autio

Kulttuurituottaja YAMK
(60 op)

Arvioitavaksi jättämisaika
(5/2022)

TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu
Kulttuurituottaja Ylempi AMK

Tekijät: Mervi Autio

Opinnäytetyön nimi: Digitaalisen muodin harrastamisen mahdollisuudet yhdistystoiminnassa. Kohteena Muotijuttu ry.

Sivumäärä: 52 ja 2 liitesivua

Työn ohjaaja: Pekka Vartiainen, FT

Työn tilaaja: Muotijuttu ry.

Tämän työn tavoitteena oli selvittää digitaalisen muodin harrastamisen mahdollisuuksia yhdistystoiminnassa. Työn tilaaja Muotijuttu ry halusi kehittää uudenlaista digitaalista toimintaa, jossa muoti ja nuorisotyö kohtaavat.

Kehittämistyö tehtiin ideoimalla muotia harrastavien nuorten kanssa digitaalisen muodin harrastamista ja kokeilemalla, miten nuorilta saadut ideat toimisivat. Lisäksi vertailtiin, miten muut toimijat järjestivät muodin harrastamista koronaviruspandemian rajoitusten aikana vuonna 2021. Asiantuntijahaastatteluista saatiin työhön lisätietoa digitaalisesta nuorisotyöstä ja digitaalisesta muodista sekä asiantuntijoiden visioita tulevasta.

Kehittämistyö on tuonut tilaajalle tietoa digitaalisen muodin tämän hetkisestä tilanteesta ja siitä, miten digitaalisen muodin harrastaminen näyttäytyy nuorten elämässä. Työ on selkeyttänyt yhdistyksen resursseja, muodin harrastustoimintaa ja digitaalisen muodin käsitteitä.

Työn tavoitteet täyttyivät digitaalisen muodin harrastamisen kokeiluiden ja mahdollisuuksien selvittämisen kannalta. Toimintaa järjestettiin yhdistyksen resurssit huomioiden. Työn avulla selvisi että digitaaliseen muodin harrastaminen on mahdollista usealla eri tavalla. Yhdistys tarvitsee toimintaan lisäresursseja, joita on mahdollista hankkia toimimalla yhteistyössä eri tekijöiden kanssa. Muodin lisääminen digitaaliseen tekemiseen muuallakin kuin verkon alustoilla olisi uudenlaista niin yhdistykselle kuin alan muille toimijoille. Metaversumin merkityksen lisääntyessä vapaa-ajan tilana työn avulla yhdistyksellä on tilaisuus olla luomassa uudenlaista kohtaamista nuorten kanssa.

Asiasanat: digitaalinen nuorisotyö, digitaalinen muoti, nuoret, metaversumi

ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences
Master of Arts and Culture

Author: Mervi Autio

Title: Possibilities for Digital Fashion in Youth and Community work. Case Muotijuttu ry.

Number of Pages: 54 and 2 attachment pages

Supervisor: Pekka Vartiainen,

Commissioned by: Muotijuttu ry

During the Covid-19 -pandemic, a registered association Muotijuttu ry needed to discover new ways to organize fashion workshops for young people. This thesis is a closer look in to digital fashion, digital youth work and fashion workshops and how to combine those during the pandemic restrictions in Finland in 2021.

The research was carried out by looking at what digital fashion today is, how youth today navigate the on- and offline environments and how digital youth work approaches the young people on different platforms.

The results show that it is possible to run fashion related groups and fashion themed activities online using different social media applications and platforms. The results also demonstrate the importance of understanding how youth today see their digital selves and the meaning of the metaverse for the young people.

Keywords: digital youth work, digital fashion, youth, metaverse

SISÄLTÖ

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	6
	1.1 Muodin vaikutus	7
	1.2 Nuoret verkon uusissa tiloissa	9
	1.3 Työn tavoitteet ja kysymyksen asettelu	10
2	MUOTIJUTTU RY.....	12
3	MUOTI, HARRASTAMINEN JA DIGITAALISUUS	14
	3.1 Kädentaidot	14
	3.2 Kuluttaminen ja sosiaalinen media muodin harrastamisessa.....	15
	3.3 Digitaalinen muoti	17
	3.4 Digitaalinen nuorisotyö.....	20
4	TYÖN LÄHESTYMISTAPA JA MENETELMÄT	22
	4.1 Aivoriihi.....	23
	4.2 Havainnointi.....	25
	4.3 Kysely nuorille.....	26
	4.4 Asiantuntijahaastattelut.....	27
5	AINEISTOANALYYSI.....	28
	5.1 Aivoriihi: Nuorten ideat digitaaliseen muodin harrastamiseen	28
	5.2 Verkossa hengailu nuorten kanssa	30
	5.3 Nuorten antama palaute	34
	5.4 Muiden verkkotapahtumiin osallistuminen	34
	5.5 Asiantuntijahaastattelut.....	36
6	KEHITTÄMISEHDOTUKSET	38

6.1 Digitaaliset alustat yhdistyksen toiminnassa	38
6.2 Yhteistyössä tehty digitaalinen muoti.....	39
6.3 Kurssitoimintaan lisättävä digitaalinen tekeminen	41
6.4 Nuoret ja hiljaiset signaalit	41
7 YHTEENVETO	43
LÄHTEET	45
LIITTEET	52

1 JOHDANTO

Nuorten harrastustoiminta, oli se omaehtoista tai ohjattua, perustuu nuoren hyvinvointiin, osallisuuteen ja syrjäytymisen ehkäisyyn (Salasuo 2021, 9). Nuorisotyö, ja sen eri muodot ovat pääsääntöisesti nuoren vapaa-ajalla tapahtuvaa vapaaehtoista toimintaa. Nuoriso-ohjaajina toimii eri taustoista peräisin olevia henkilöitä, jotka voivat olla kasvatusalan ammatti- tai ammattikorkeakoulututkinnon suorittaneita mutta myös taide- ja kulttuurikentän ammattilaisia kulttuurituottajista muotisuunnittelijoihin ja keraamikkoihin.

Keväällä 2020 Suomen, ja muun maailman, pysäytti Covid-19 -pandemia. Peruutuksista tuli arkipäivää ja etäyhteyksillä hoidettiin niin opinnot, työt, harrastukset kuin sosiaaliset kontaktit. Kun pandemiarajoitukset sulki ihmiset koteihinsa, verkon eri alustoista tuli uusia tiloja, joissa viettää aikaa. Verkon alustat tarjosivat myös paikan, missä pukeutua (Amed 2021, 2:20-2:30).

Nuoret ovat usein mukautuvaisia, ja tämä heijastuu myös heidän poikkeusajan sietokykyynsä (Lahtinen & Salasuo 2020). Silti nuorten tyytyväisyys vapaa-aikaan laski korona-aikana, kun harrastamisen mahdollisuudet vähenivät (Lahtinen & Salasuo 2021). Vaikka osa nuorista oli kokenut positiivisia vaikutuksia esimerkiksi vapaa-ajan lisääntymisellä, ovat yksinäisyys ja mielenterveyden ongelmat vastaajien keskuudessa lisääntyneet merkittävästi (MDI, Juvenia & Xamk 2021). Suomessa korona-ajan vaikutusta nuoriin tutkineiden Nuorisotutkimusverkoston ja Terveysten- ja hyvinvoinnin laitoksen tutkimustulokset ovat tyyliä luettavaa: nuorten mielenterveyden ongelmat, ahdistuneisuus ja yksinäisyys ovat lisääntyneet ja tyytyväisyys elämän laatuun on laskenut (Färm 2021). Nuorten harrastaminen on vähentynyt merkittävästi yli puolella vastaajista (62%) ja ennustus on, että nuorten saaminen takaisin osaksi palveluita ja toimintoja tulee olemaan hankalaa (MDI, Juvenia & Xamk 2021).

Työn tilaaja Muotijuttu ry sopeutti toimintansa pandemiarajoitusten mukaisiksi. Nuorille suunnattuja muodin harrastamisen työpajoja järjestettiin rajoitusten salliessa, ja yhdistys alkoi pohtimaan verkkopohjaisen toiminnan kehittämistä. Suomessa jo käynnissä oleva yhteiskunnan digitalisaatio loi hyvät mahdollisuudet kehittää uudenlaisia verkkopohjaisia harrastusmahdollisuuksia myös silloin, kun fyysisesti osallistuminen ei ollut mahdollista. Perehtymällä siihen, miten muoti vaikuttaa nuorten elämässä verkon eri alustoilla, voidaan yhdistyksen vapaa-ajan harrastustoimintaa kehittää nuorten tarpeiden, mielenkiinnon ja alan muutosten mukaisesti.

Oma asiantuntijuuteni tässä työssä nousee esiin muodin ja nuorisotyön yhdistämisenä. Vuosina 2009–2019 työskentelin muotialalla freelancerina Iso-Britanniassa, Lontoossa eri työtehtävissä. Lisäksi kehitin ja toteutin yrityksille, kouluille ja kolmannen sektorin toimijoille muotiin liittyviä työpajoja eri ikäryhmille. Nykyään työni on nuoriso-ohjaajana kunnallisessa nuorisotyössä Helsingissä kulttuurisen nuorisotyön parissa. Koulutukseltani olen muotisuunnittelija, muotikaavoittaja ja nuoriso-ohjaaja. Tätä opinnäytetyötä aloittaessani huomasin muotiin, muodin harrastamiseen ja nuorisotyöhön liittyvän ennakoasenteita tai tietämättömyyttä.

Vaikka nuoren itseilmaisu ja identiteettityö ovat nuorisotyössä pysyvästi läsnä (Hoikkala & Sell 2007, 10), oma kokemukseni nuorisotyöstä ja nuorten harrastustoiminnasta Suomessa on, että muotia ja muotiin liittyviä ilmiöitä käytetään harvoin välineenä, jolla kohdata nuoria. Tästä syystä työssäni avaan niin fyysisen kuin digitaalisen muodin ja nuorisotyön käsitteitä. Opinnäytetyöni sijoittuu vuosien 2020 ja 2021 aikaan, jolloin digitaalisen toiminnan eri alustat kehittyivät vauhdilla. Tavoitteenani on tutkia työn tilaajalle Muotijuttu ry:lle digitaalisia toiminnan mahdollisuuksia. Samalla tavoitteenani on selvittää muodin harrastamisen mahdollisuuksia muille alan toimijoille ja asiasta kiinnostuneille.

1.1 Muodin vaikutus

Sanan muoti määrittely voi olla moniulotteista ja hankalaa. Muoti saa aikaan keskustelua ristiriitaisuutensa vuoksi, sillä muoti nähdään usein tyhjänpäiväisenä ja turhana ilmiönä, joka vaikuttaa kuitenkin perusolemuksellemme (de Kuyper 2006, 93). Termit muoti, tyyli, vaatteet, vaatetus ja pukeutuminen tuntuvat tutuilta, mutta voivat olla merkityksiltään eri tavoin ymmärrettyjä. Kotimaisten kielten keskuksen kielitoimiston sanakirjan määritelmän mukaan muoti on ”jonakin ajankohtana vallitseva makusuunta, suosiossa oleva tyyli, kuosi, yleinen tapa” (Kotimaisten kielten keskus 2020). Väitöskirjassaan nuorten pukeutumisesta vaatetusalan opettaja Sinikka Ruohonen määrittelee tyylin olevan laajempi kokonaisuus, joka sisältää ilmaisuja, ja johon kuuluvat vaatteiden lisäksi myös “ilmeet, eleet, vartalon asennot, tapa liikkua, puhua ja yleensä käyttäytyä.” Pukeutuminen muodostuu yksittäisistä vaatteista, ja se on henkilökohtaista ja sosiaalista yksilön omaa toimintaa. Vaatetuksen puolestaan suorittaa joku ulkopuolinen. (Ruohonen 2001, 13.)

Vaatteet ja vaatetus ovat yksi tavallisimmista visuaalisen kommunikaation tavoista ja voivat paljastaa hetkessä asenteemme ja arvomme (McDowell 2013, 147, 161). Tällä vuosisadalla muoti on tullut merkittäväksi osaksi kulttuurin, taiteen ja viihteen kenttää (Design Museo

2022). Aikaisemmin sukupuoli ja yhteiskuntaluokka määrittivät, miten pukeutua ja pukeutumiseen liittyi tiukkoja sääntöjä, joita ei ollut helppo rikkoa (Smelik 2006, 156). Pukeutumiseen liittyvät normit alkoivat särkyä länsimaisen yhteiskunnan kaupungistumisen, teollistumisen, muuttoliikehännän ja median synnyn myötä. Nykyään pukeutuminen nähdään osana yksilön minäkuva (Lönnqvist 2008, 24, 81.) Pukeudumme muokataksemme sitä, miten meidät nähdään, vahvistaaksemme miten näemme itsemme, tai lisätäksemme kuuluvuuden tai erottautumisen merkitystä (McDowell 2013, 9).

Aalto-yliopiston muodintutkimuksen professori Annamari Vänskän mukaan muodilla on huono maine (Karhunen 2015), ja mielikuva muodin pinnallisuudesta, ja sen kaupallisuudesta, heijastuvat asenteissa. Suomessa muotia ei ole arvostettu, eikä muodin merkitystä yhteiskunnassa ole ymmärretty (Sorjamaa 2016). Muodin maineeseen voidaan nähdä vaikuttavan turhamaisen maineen lisäksi muodin massatuotannon aiheuttamat ekologiset haitat ympäristölle ja tuotantoketjujen eettisyyteen liittyvät kysymykset. Muotiteollisuus on yksi eniten maapalloa saastuttavista teollisuuden aloista (Asikainen 2018; McFall-Johnsen 2020; European Parliament 2021). Toimittaja Jaro Asikainen (2018) kuvaa muotiteollisuuden ekologisten ongelmien syntyvän lyhytkestoisesta pikamuodin, kuluttajien tietämättömyyden ja valmistajien piittaamattomuuden yhdistelmästä. Uutiskynnyksen ylittävät useimmiten muotiin liittyvät haitat tai menestystarinat, ja keskustelu muodin merkityksestä yksilön identiteetin rakennuksessa jää taka-alalle.

Annamari Vänskän mukaan muodin avulla on mahdollista tutkia, millainen ihminen on, tai millaiseksi hänen olisi tultava. Vänskä näkee muodin viestinä, jossa identiteettiä muovataan vaateen avulla, ja samalla kuin muoti luo yksilöitä, se liittyy osaksi ryhmään. (Uusitorppa, 2020.) Muodin olemusta tarkasteltaessa yhteenkuuluvuuden tarve ja halu erottua muista kulkevat käsi kädessä (Lönnqvist 2008, 91).

Nuorille vaatteet ovat tapa sopia yhteisöön ja tietyillä vaatteilla saa oikeuden kuulua ryhmään. Nuorten keskuudessa valikoitu tyyli voidaan nähdä yhteisenä kielenä, joka sitoo samankaltaisia ihmisiä yhteen, mutta samanaikaisesti tyylivalinnat eivät rajoita ryhmään kuulumista ja erilaisuus ryhmän sisällä on hyväksyttyä. (Salasuo 2006, 35, 151–152.) Aikaisempina vuosikymmeninä valittu tyyli satoi henkilön tiettyyn heimoon tai alakulttuuriin, joka oli iso ja pysyvä osa elämää. Nykyään vaatevalinnoissa on enemmän väljyyttä ja liikkuvuutta. Ryhmien ja heimojen yhteenkuuluvuutta merkitsevät signaalit ovat nykyään helpommin saatavilla ja niiden merkitys ei ole yhtä voimakas. (Highsnobiety 2021, 30–31.)

1.2 Nuoret verkon uusissa tiloissa

Nuoret löytävät ryhmiä verkon keskustelualustojen ja sosiaalisen median kautta (Schrey 2008, 37). Kiinnittyminen yhteisöihin verkon avulla voi olla globaalia, mahdollistaen nuorelle tilaisuuden löytää yhteisöjä oman asumisympäristönsä ulkopuolelta (Verke 2019, 69). Verkkoon luoduissa tiloissa nuoren on mahdollista kokeilla, esittää ja muokata eri identiteettejä (Lehtikangas 2014b, 21-22; Lauha 2015, 14). Eri sovellusten avulla myös niille nuorille, jotka isossa ryhmässä saattavat olla hiljaisempia, aukeaa mahdollisuus tuoda itseään esiin haluamallaan tavalla (Uski 2014, 82-83).

Moni nuori kokee verkon mahdollistavan yhteydenpidon ja yhteenkuuluvuuden tunteen (Lauha 2015, 14). Nykyään nuoret eivät näe eroa tai painoarvoa verkon online-persoonan ja verkon ulkopuolella olevan offline-persoonan välillä, ja kasvokkain tai verkossa tapahtuvat kohtaamiset eivät eroa toisistaan (Lehtikangas 2014a, 25). Internetiin *meneminen* kuulostaa nuorelle samalta kuin aikaisemmille sukupolville sähköverkkoon liittyminen (Verke 2019, 23).

Verkkoon muodostuneita tiloja on useita eri nimisiä ja ne ovat osa metaversumia, joka muodostuu digitaali-, virtuaali- ja reaali- maailmoista. Metaversumi on arkisempaa kuin miltä se kuulostaa, ja siihen voidaan lukea kuuluvan myös Zoom-palaverit, Instagram Live -lähettykset tai TikTokin filtit (The Business of Fashion 2021, 6:00-7:40). Verkon ympäristöt mahdollistavat esiintymisen erilaisena kuin on, tai sellaisena kuin haluaisi olla (Vainikka 2014, 37). Anonyymissä ympäristössä on mahdollista kokeilla erilaisia identiteettejä (Lehtikangas 2014a, 25; Vainikka 2014, 37).

Nuorilla identiteetin rakentaminen ja muovaaminen on jatkuvaa (Salasuo, Gräsbeck & Gallar 2006, 48), ja sosiaalisesta mediasta on tullut identiteetin muokkaamisen kannalta tärkeä väline (Määttä & Tolonen 2011, 6). Sosiaalisen median tarjoamat verkostot tukevat nuoren identiteettityötä ja ne voidaan nähdä uudenaikaisina tiloina, joissa vapaa-aikaa vietetään (Laine, Gretschel, Siivonen, Hirsjärvi & Myllyniemi 2011, 103-104). Sosiaalisen median luomat tilat ovat usein menestys- ja ulkonäkökeskeisiä, jossa tykkäykset ja suosittuna oleminen ovat valuttavaa. Verkossa voidaan pyrkiä esittämään kiillotetumpaa tai halutumpaa elämää, ja verkon muille näytetty minäkuva voi olla pitkälle tuotettu kuva, joka kertoo vain sen, mitä halutaan kertoa (Vainikka 2014, 36-37).

Harrastamisen ympärille tai virtuaalisiin ympäristöihin muodostetaan nykyään uudenaikaisia yhteisöjä perinteisten yhteisöjen muodostumisen rinnalle (Schrey 2008, 21). Tietyn tuotteen

tai tuotemerkin kuluttamisen ympärille voi muodostua omia, brändiheimoiksi kutsuttuja yhteisöjä, jotka voivat samalla toimia myös yritysten markkinointikanavana (Värtinen 2019).

Eri tuotemerkit liittyvät nuorilla sosiaalisuuteen ja kulttuurisuuteen, ja brändien merkitys voi olla nuorelle merkittävä osa identiteettityötä (Sintonen 2008, 136). Vaatemerkit ovat joillekin nuorille osa heidän käsitystään itsestään ja osa heidän elämäntyylään (Schrey 2008, 34; (Placentini & Mailer 2004)). Nuorten voidaan nähdä hakevan yksilöllisen tyylin lisäksi pukeutumisellaan sosiaalista hyväksyntää (Schrey 2008, 3). Yksilöllisyyden korostaminen ei välttämättä ole mahdollista kaikille nuorille esimerkiksi taloudellisista syistä (Aaltonen, Kivijärvi, Peltola & Tolonen 2011, 56), ja se saattaa synnyttää uudenlaista eriarvoisuutta.

Nuoren käytössä olevat resurssit määrittävät osallistumisen verkon eri yhteisöihin ja keskusteluun (Sumiala & Suurpää 2014, 18). Nuorilta odotetaan digitaalista osaamista automaationa, vaikka kaikilla nuorilla ei ole samanlaisia lähtökohtia tai resursseja digitaaliseen tekemiseen (Eriksson & Tuuva-Hongisto 2019, 9-10). Useilla nuorilla on jokin mobiililaitte käytössään, mutta ei voida olettaa, että laitteet olisivat tasa-arvoisia tai vapaasti nuoren käytettävissä. Suuret erot digitaidoissa ja digitaalisen tekemisen resursseissa ovat syventäneet eriytyvyyttä nuorten keskuudessa (Verke 2019, 9, 37-38; Malm 2021, 52).

Nuorisotyön asiantuntijat näkevät digitaalisissa työkaluissa ja tiloissa paljon mahdollisuuksia uudenlaiseen kohtaamiseen (Eriksson & Tuuva-Hongisto 2019, 27). Nuorisotyön tekijöiden keskuudessa digitalisaation nähdään tuovan muutosta tiloihin, missä työtä tehdään, ja digitaalisten ympäristöjen merkityksen nähdään kasvavan (Eriksson & Tuuva-Hongisto 2019, 24-25; Malm 2021, 52).

1.3 Työn tavoitteet ja kysymyksen asettelu

Digitaalinen muodin harrastaminen voidaan nähdä kahdella eri tavalla: joko digitaalisten vaatteiden tekemisenä tai vaatteisiin (fyysisiin ja digitaalisiin) pohjaavan muodin harrastamisena digitaalisten yhteisöjen ja alustojen avulla. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää Muotijuttu ry:n toimintaa ja selvittää digitaalisen muodin harrastamisen mahdollisuuksia kolmannen sektorin nuorisoyhdistyksen toiminnassa.

Mahdollisuuksien selvittämiseksi tutkitaan:

1. Mitä tulisi huomioida, kun nuoria kohdataan digitaalisissa ympäristöissä?
2. Mitä digitaalinen muoti on ja miten sitä voisi tehdä?

3. Miten työpajamuotoinen muodin harrastaminen voisi toteutua digitaalisesti?

Lisäksi työn tavoitteena on avata digitaalisen muodin harrastamisen mahdollisuuksia nuorisolan ja kulttuurikentän toimijoille ja muille asiasta kiinnostuneille.

2 MUOTIJUTTU RY

Opinnäytetyön tilaaja Muotijuttu ry on vuonna 2019 perustettu helsinkiläinen nuorisoyhdistys. Yhdistyksen tavoitteena on järjestää maksutonta muodin harrastustoimintaa 15–25-vuotiaille nuorille. Yhdistys perustettiin muodin harrastamisen mahdollistamiseksi nuorille ja nuorille aikuisille, joille ei ollut tarjolla tämäntyypistä maksutonta toimintaa. Toiminnan tavoitteena on antaa osallistujille lisää tietoa muodista ja auttaa osallistujia löytämään oma tapansa muodin harrastamiseen. Toiminta Muotijuttu ry:ssä perustuu muodin käyttämiseen nuorisotyöllisenä välineenä työpajamuotoisessa kurssitoiminnassa. Yhdistyksen toimintaa ohjaa nuorisotyöllisen otteen lisäksi kestävä kehityksen näkökulma muodissa ja muodin harrastamisessa. Muotijutun toiminnassa osallistujilla on mahdollisuus pohtia omaa suhdettaan muotiin ja käsitellä muotiin liittyviä ekologisia ja eettisiä kysymyksiä yhdessä muiden muodista kiinnostuneiden kanssa. (Muotijuttu ry 2020a)

Yhdistyksen perustamisen jälkeen toiminta saatiin käyntiin vuonna 2020 Helsingin kaupungin Nuorisopalveluiden Starttiavustuksella. Pandemiarajoitusten vuoksi kurssisuunnitelmat lykääntyivät ja ensimmäinen virallinen Muotijutun muotikurssi järjestettiin syksyllä 2020. Vuonna 2021 toiminta oli tähän opinnäytetyöhön liittyviä digitaalisen toiminnan kokeiluja.

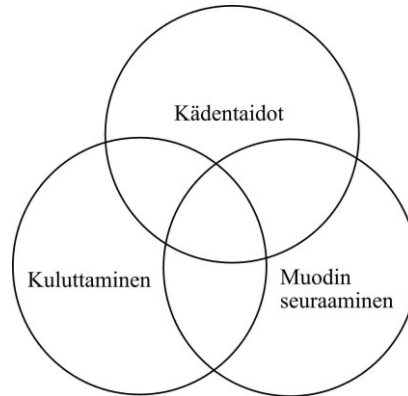
Muotijutun toiminta on perustunut työpajamuotoiseen toimintaan, joka on tarkkaan suunniteltu kurssikokonaisuus. Suurin osa kurssista on työpajatyöskentelyä, jossa materiaalit ja välineet tarjotaan osallistujille maksutta. Kurssin sisältö muodostuu ompelusta, vaatteiden käsitteystä, ryhmätyöskentelystä, muotialan ammattilaisten vierailuista ja alan eri alueisiin tutustumisesta. Muotijutun toiminnassa ovat käytössä turvallisen tilan periaatteet ja osallistujien moninaisuutta huomioidaan eri tavoin. Sukupuolineutraali toiminta on yhdistyksessä tarkoituksellista ja sukupuolen moninaisuus otetaan huomioon toimintaa suunniteltaessa ja sen aikana.

Muotijuttu ry:n hallitus muodostuu tällä hetkellä yhdistyksen perustajajäsenistä, jotka ovat itseni ohella Julia Jämiä ja Ville Jämiä. Hallituksen jäsenet ovat kulttuurisen nuorisotyön ja muotialan ammattilaisia. Meillä on vuosien kokemus erilaisten muoti-, kädentaito- ja nuorisoryhmien vapaa-ajan ohjaamisesta sekä nuorten harrastusten ja tapahtumien tuottamisesta. Tietämyksemme digitaalisesta nuorisotyöstä oli työtä tilattaessa vähäistä. Tämän opinnäytetyön toivottiin lisäävän osaamista ja ymmärrystä digitaalisista mahdollisuuksista muodin harrastamisen parissa. Muotijuttu ry:n säännöissä määritellään yhdistyksen tavoitteeksi maksuttoman muotiharrastamisen järjestäminen matalalla kynnyksellä (Muotijuttu ry 2019). Jotta yhdistyk-

sen tarkoitus toteutuisi myös aikana, jolloin ei voida järjestää harrastustoimintaa kasvokkain, oli digitaalisen toiminnan kehittäminen ajankohtaista. Uudenlainen toiminta, joka mahdollistaisi nuorten kohtaamisen poikkeusaikana nähtiin yhdistyksen toimintaperiaatteiden mukaisena. Hallitus on pysynyt samana vuodesta 2019. Yhdistyksen toimintaa järjestetään saaduilla toiminta-avustuksilla, apurahoilla ja kannatusjäsenmaksuilla. Muotijuttu ry on nuorisoalan toimija, mutta se ei kuulu alan kattojärjestöihin.

3 MUOTI, HARRASTAMINEN JA DIGITAALISUUS

Tässä luvussa käsittelen muotia harrastuksena ja avaan digitaalisen muodin ja digitaalisen nuorisotyön käsitteitä. Olen jakanut muodin harrastamisen kolmeen osa-alueeseen: kädentaidot, kuluttaminen ja muotiin liittyvien asioiden seuraaminen. Jokaiseen osa-alueeseen voidaan nähdä kuuluvan sekä digitaalinen että fyysinen tekeminen.



Kuvio 1: Venn-kaavio muodin harrastamisen osa-alueista, joita ovat kädentaidot, kuluttaminen ja muodin seuraaminen.

3.1 Kädentaidot

Muodin harrastamisen yksi osa-alue on kädentaitoihin, käsityöhön ja ompeluun perustuvaa vaatteiden ompelua ja muokkaamista, josta usein käytetään lyhennettä *diy*, englanninkielisen termin ”do-it-yourselfin” mukaisesti. Tämä harrastamisen tapa vaatii usein työskentelytiloja ja välineitä, kuten ompelukonetta ja sovituskukkaa, mutta sitä on mahdollista toteuttaa myös ilman erikoisvälineitä tai -tilaa. Diy-tekemisessä on monesti esillä kestävän kehityksen näkökulma, johon kuuluu muotialan ympäristövaikutusten lisäksi muodin tuotannon eettisyys ja ihmisoikeuksien toteutuminen tuotantoketjun eri vaiheissa.

Keväällä 2021 muotiin tai käsityöhön perustuvaa toimintaa verkossa järjestivät esimerkiksi SeamsHelsinki ja Verstas24/7. SeamsHelsinki on muodin moninaisuutta edistävä yhteisö, joka järjesti keväällä 2021 Google Meet -alustalla yhteisölleen ja yhteisöstä kiinnostuneille verkkohengailua satunnaisesti (SeamsHelsinki 2021). Verstas24/7 on yli 18-vuotiaille käsityötiloja maksua vastaan tarjoava yritys, joka pandemiarajoitusten aikana kannusti kävijöitään tekemään käsityöitä kotona. Verstas24/7:n järjestämässä maksuttomassa Korjausmaraton-tapahtumassa korjattiin kotona jotakin rikki olevaa. Yhteisöllisyys tekemiseen saatiin jakamalla kuvia korjatuista asioista sosiaalisessa mediassa tapahtuman omalla tunnisteella #kor-

jausmaraton (Verstas24/7 2020). Monet verkkoon viedyt kädentaitojen ja taiteen kurssit oletavat osallistujalla olevan omia kädentaitojen välineitä ja maksullisten kurssien kohderyhmä on eri kuin Muotijutun toimintaan osallistuvien.

Käsityöharrastamisen tilat ovat samantyyllisiä kuin muodin oppilaitoksien opiskelijoilleen tarjoamat tilat. Pandemian vaikutuksesta myös muodin opiskeleminen yliopistoissa siirtyi verkkopohjaisille alustoille, pilvipalvelimiin ja ajastettuihin työskentelytilavarauksiin (Esch, 2020; Söderberg 2020; Roberts-Islam 2020). Muodin oppilaitokset kehittivät lisäksi uusia tapoja tuoda esiin opiskelijoiden töitä verkon alustoilla digitaalisten portfolioiden ja videopeilien muodossa (Roberts-Islam 2020).

Nuorten arvostus kädentaitoja kohtaan on useiden lähteiden mukaan nousussa, ja käytettyä tai itse tehtyä uskalletaan käyttää (Matinlauri 2008, 116). Käsillä tekemiseen liittyvät kuluttajatrendit, kuten itse tekeminen, perinteisten kädentaitojen ja paikallisesti tuotettujen tuotteiden arvostus ja ympäristötietoisuus, ovat nostaneet käsityön kiinnostusta myös nuorten keskuudessa (Karppinen 2019, 22). Vaikka 15–19-vuotiaiden kädentaitojen harrastuneisuuden kerrotaan vähentyneen vuosien 2002–2017 välillä puoleen (Pasanen 2020), käsityöläisammattien suosio on kasvanut jo jonkin aikaa nuorten parissa (Berg, Hildén & Lahti 2014, 17). Nuorten halun työskennellä jonkin käsin kosketeltavan kanssa on pohdittu johtuvan vapaa-ajan digitalisoitumisesta (Salasuo 2006, 60).

Erilaiset kädentaidot, ei vain käsityö, ovat aktiivisesti käytössä myös nuorisotyössä. Kädentaidot asettuvat kulttuurisen nuorisotyön laaja-alaisen käsitteen alle. Sen tavoitteena on kohdata nuori taiteen, median ja kulttuurin avulla. Kulttuurinen nuorisotyö voidaan määrittää olevan nuoren kasvun tukemista aktiiviseksi kansalaiseksi ja nuoren oman minäkuvan rakentamisen mahdollistamista. (Ruotsalainen 2007, 175). Käsityö, ja taideaineet yleensä, opettavat keskittymistä, elämänhallinnan taitoja ja lisäävät hyvinvointia mielekkään tekemisen myötä (Karppinen, Ruokonen & Uusikylä 2008, 7).

3.2 Kuluttaminen ja sosiaalinen media muodin harrastamisessa

Tämän hetken nuoret ovat olleet koko elämänsä ajan kuluttajan roolissa, ja heillä on enemmän varallisuutta kuluttaa kuin aiemmilla sukupolvilla (Salasuo, Gräsbeck & Gallar 2006, 38 (Autio 2006)). Muodin harrastaminen kuluttamisen kautta voi nuoresta tuntua luonnolliselta osalta omaa minäkuvaa. Kulutusyhteiskunta ja kulutuskeskeisyys näkyvät nuorten elämässä vah-

vasti, ja oman aseman määrittely yhteisössä sekä erottautuminen ja kiinnittyminen ryhmään voidaan tehdä omistettavilla ja ostettavilla tavaroilla (Kestiä, Määttä & Peltola 2011, 136).

Yksi esimerkkitapa kuluttamiseen perustuvan muodin harrastamisesta ovat haul-videot. Englannin kielen sana ”haul” tarkoittaa suomeksi saalista, joka kuvaa hyvin videoiden sisältöä. Haul-videoilla esitellään juuri saatuja saaliita, usein verkkokaupasta tilattuja tuotteita. Haul-ilmion voidaan nähdä korostavan muotialan huonoimpia puolia; massatuotettujen vaatteiden esittelyä, jotka videon teon jälkeen palautetaan myyjälle (Hall 2018). Haul-videot ovat nykyään osa tuotemerkkien markkinointikampanjoita eri sosiaalisen median alustoilla.

Sosiaalisen median eri sovellukset ovat mahdollistaneet muodin harrastamisen uusilla tavoilla. Videoiden jakoalusta TikTokissa on erilaisia tyylimuokkaushaasteita, joiden toteuttaminen vaatii luovuutta, aikaa ja teknistä näppäryyttä. Videoalusta YouTube tarjoaa muodin harrastajalle videoita laidasta laitaan: muodin ammattilaisten haastatteluita, muotinäytöksiä, ohjevideoita tai tietoa muodin ympäristövaikutuksista. Nuoret tuottavat kuluttamiseen liittyvää muoti-aiheista sisältöä sosiaalisen median alustoilla myös itse. Esimerkiksi suomalaisella kahden nuoren perustamalla YouTube-kanava MolyBrosilla on yli 100 000 seuraajaa. MolyBros on tehnyt videosarjan, jossa he kysyvät kadulla nuorilta paljonko heidän päällään olevat vaatteet maksavat (MolyBros 2022). ”Paljon sun outfit maksaa” on osa laajempaa, globaalia, sosiaalisen median ilmiötä, jossa vaatteiden arvo nähdään osana identiteettiä.

Sosiaalisen median alustoilla toimii myös digitaalisesti luotuja 3D-hahmoja, virtuaalisia muotimalleja ja -vaikuttajia, joille on luotu taustatarinoita inhimillisillä piirteillä. Virtuaalisten hahmojen sosiaalisen median tilejä seurataan samalla tavalla kuin fyysisen maailman henkilöitä ja useat muotibrändit ja tuotemerkit käyttävät virtuaalisia hahmoja mainoskampanjoissaan. Virtual Humans -verkkosivu listaa tämän hetken vaikuttavimmat virtuaaliset hahmot ja sivustolta löytyy kattava rekisteri myös jo lopettaneista hahmoista.

Suvi Schreyn (2008) tekemässä tutkimuksessa nuorten luksuspukeutumisesta ostoksilla käyminen mielletään harrastukseksi. Nuoret tuntuvat kiinnostuvan vaatteista ja pukeutumisesta ja muodin harrastaminen kehittyi oman kiinnostuksen mukaisesti useiden eri vaikuttavien tekijöiden myötä. Luksusmuodista kiinnostuneille nuorille unelmointi vaatteesta ja ostamisen suunnittelu olivat jopa tärkeämpiä kuin itse vaateen kuluttaminen. Luksuspukeutumisen taustalla on tuotteen tuoma lisä käyttäjänsä statukseen. (Schrey 2008, 6, 63, 88, 90.)

Statuspukeutuminen on mahdollista myös vaatteiden vuokrausyritysten kautta. Niiden avulla statusta voidaan kohottaa yhden illan ajaksi. Tietyn asusteen tai asun kanssa näyttäytymisen voidaan ajatella olevan tärkeämpää kuin sen omistamisen (Schrey 2008, 33). Vaatteiden vuokraus ei aina ole statuspukeutumishakuista vaan se voi olla myös osa ekologisemman ja eettisemmän muodin aaltoa, jossa pyritään vähentämään omaa kulutusta. Osa nuorista kokee kulutuskriittisyyden osaksi omaa identiteettiään. Kriittisyyden taustalla voivat olla ekologiset tai eettiset periaatteet, mutta myös taloudellisten syiden sanelemaa kuluttamisen vähentämistä (Kestilä, Määttä & Peltola 2011, 136).

Kuluttaminen voi olla myös sosiaalisessa mediassa esitettävään minäkuvaan liittyvää. Britanniassa toimivan Hubbub-ympäristöjärjestön tekemän kyselyn mukaan joka kuudes vastanneista ei voinut käyttää uudestaan vaatetta, joka päällä he olivat esiintyneet sosiaalisessa mediassa (Restorick 2017; Ball 2021). Vastapainoksi massakuluttamisella on syntynyt kampanjoita, joilla pyritään normalisoimaan vaatteiden toistuva käyttö myös verkon alustoilla.

Schrey huomioi, että muodista kiinnostuneet nuoret haluavat puhua omasta tyylistään ja sen merkityksistä (Schrey 2008, 53). Oman työni kautta ja myös Muotijutun toiminnassa olen huomannut saman ilmiön: nuoret haluavat puhua omista muotiin liittyvistä valinnoistaan. Vertaisryhmillä on vaikutus siihen, miten nuori näkee ja uskaltaa osallistua eri ympäristöissä (Gretschel, Laine, Siivonen, Peltola & Myllyniemi 2011, 115). Ryhmätoiminta vertaisten kanssa auttaa nuorta identiteettityössä (Sinisalo-Juha 2011, 77) ja muodista kiinnostuneiden vertaisryhmä voi toimia vähemmän arvostelevana paikkana, jossa voi keskustella avoimesti muotiin liittyvistä asioista.

3.3 Digitaalinen muoti

”Miksi käyttää hupparia kun voit tehdä päästäsi tulipallon?” (Highsnobiety 2022, 99)

Digitaalisesti tehty vaate voi näyttää olevan tulesta tai vedestä tehty, tuoden muotisuunniteluun ja muodin käyttäjille kokonaan uuden kokemuksen (Amed 2021, 12:44-13:10). Digitaalinen muoti mahdollistaa aikaisemmin mahdottomina pidettyjen vaatteiden luomisen ja sitä tehdään 3D-suunnitteluun tarkoitetuilla ohjelmistoilla. Digitaalinen muoti on osa digitaalisen teknologian myötä alkanutta tavaroiden aineettomuuden aaltoa (The Business of Fashion 2021, 3:39-4:42). Digitaalista muotia voi löytää verkkokauppojen sovituskopeista, videopeleistä, verkossa katsottavista virtuaalisista muotinäytöksistä tai digitaalisen muodin muotivii-

koilta metaversumissa. Digitaalisuus voi olla myös osa muotia puettavan teknologian muodossa, jossa vaatteet ja asusteet sisältävät erilaisia seuranta- ja mittauslaitteita (Design Museo 2022).

Digitaalista muotia voi käyttää kahdella tavalla. Verkosta ostetut vaatteet editoidaan ostajan kuvan tai videon päälle käyttäen vaihtoehtoisen todellisuuden mahdollistavaa teknologiaa tai digitaalinen muoti on tehty digitaalisten hahmojen, avatarien ja videopelihahmojen, käyttöön. Pelimaailmassa digitaalisia vaatteita kutsutaan usein *skineiksi* (engl.kielen sanasta skin, iho), ja termiä ei tule sekoittaa skinhead-kulttuuriin. Peleissä käytettävien skinien voidaan nähdä ilmentävän pelaajan arvomaailmaa digitaalisesti (Highsbobiety 2021, 54). Digitaaliset vaatteet ovat usein suunniteltuja toimimaan vain yhdellä alustalla tai yhdessä pelissä (Williams 2022, 63).

Ensimmäisen digitaalisen vaatemalliston lanseerasi vuonna 2018 Carlings-niminen jälleennyjä. Ostaja sai ostamansa vaatteen valokuvaansa 3D-suunnittelijoiden editoimana. Carlings julkaisi myös ensimmäisen lisättyä todellisuutta, AR:ää, käyttävän t-paidan vuonna 2019, jossa paidan graafista ilmettä pystyi vaihtamaan sosiaalisen median sovelluksessa (Kuva1). (Baron 2019.)



Kuva 1: Carlings-vaatemerkin AR-teknologiaa hyödyntävä digitaalinen t-paidan grafiikka Instagram-sovelluksessa. Kuvakaappaus. (Baron, 2019)

Digitaalisten vaatteiden hinnat voivat olla huomattavasti edullisempia fyysisiin vaatteisiin verrattuna. Kuluttajan on mahdollista hankkia virtuaalinen vaatekaappi täynnä huippusuunnittelijoiden vaatteita, joihin ei muuten olisi varaa. Kaikki digitaaliset vaatteet eivät kuitenkaan ole halpoja. Digitaalinen muotitalo The Fabricantin ensimmäinen couture-vaate, Iridecencemekko (Kuva2), maksoi noin 9000 euroa (The Fabricant 2021).



Kuva 2: The Fabricantin ensimmäinen digitaalinen couture-vaate Iridesence. (The Fabricant 2021)

Muodin parissa työskentelevät näkevät metaversumin eri tilat ja virtuaalisen muodin mahdollisuutena luoda uutta, rakentaa yhteisöjä ja tehdä kauppaa (McKinsey 2022, 57). Teknologia kehittyy jatkuvasti ja kehittäjien tavoitteena on yksinkertaistaa tarvittavia prosesseja käyttäjäystävällisemmiksi. Digitaalista muotia voi myös keräillä NFT:iden, non-fungible-tokenien, muodossa. NFT:t perustuvat lohkoketjuteknologiaan, joka sisältää digitaalisen asian aitoustodistuksen. Aitoustodistus auttaa arvioimaan digitaalisen keräilykohteen arvokkuuden.

Videopelien maailmoista on tullut jatke fyysiselle maailmalle. Muotibrändit etsivät tällä hetkellä paikkaansa tekemällä jo olemassa olevien pelien kanssa yhteistyötä tai luomalla kokonaan uusia pelimaailmoja. Pelit voivat olla muotiaiheisia, uuden malliston ympärille kehiteltäviä uusia pelejä tai olemassa oleviin peleihin muotibrändien kehittelemiä elementtejä, jotka tuovat jonkinlaista lisäarvoa pelaajalle. Videopelien hahmoille voi ostaa muotitalojen suunnittelema vaatteita, skinejä: Nintendon Animal Crossing -pelissä muotisuunnittelijoiden Marc Jacobsin ja Valentinon vaatteita tai Louis Vuittonin vaatteet League of Legends -pelissä (Reyes 2021). Muotitalo ja lifestyle-tuotemerkki Balenciaga taas lanseerasi syksyn 2021 mallistonsa (kuva 3) omalla Afterworld: Age of Tomorrow -nimisellä videopelillä.



Kuva 3: Balenciagan syksyn 2021 mallisto Afterworld: Age Of Tomorrow. (Re-Edition 2022)

Muotiaiheisissa peleissä, joissa suuret muotibrändit eivät ole mukana, tavoitteena on usein olla kaikista muodikkain ja tavoitteeseen pyritään kuluttamalla, hankkimalla virtuaalisia vaatteita ja muokkaamalla pelihahmon ulkonäköä. Muodin suunnittelu peleissä perustuu perinteisen fyysiseen muotiin ja pelin sisältö on pitkälti etukäteen määriteltyä.

Ennen muotialan heräämistä pelimaailman mahdollisuuksiin, pelaajat tekivät itse pelihahmoilleen haluamansa brändin vaatteita. Nyt muotibrändien luomat skinnit jakavat mielipiteitä pelaajien keskuudessa; osa näkee muotimerkit mauttomana yrityksenä ja toiset pohtivat, mitkä merkit sopisivat mihinkin peliin parhaiten, toivoen tietynlaisia asuja (Highsnobiety 2021, 51). Muotibrändien läsnäolo pelimaailmassa tuo heille näkyvyyttä ja voi lisätä kiinnostusta myös niiden pelaajien keskuudessa, jotka eivät aikaisemmin olleet muodista kiinnostuneita. Pelimaailman digitaaliset vaatteet ovat tämän hetken yksi muodin eniten kasvavia markkinoita ja videopelien digitaalisen muodin markkinoiden arvioidaan kasvavan 50 miljardiin Yhdysvaltojen dollariin (42 miljardiin euroon) vuoteen 2026 mennessä (Ball 2021).

3.4 Digitaalinen nuorisotyö

Digitaalinen nuorisotyö voi olla eri alustoilla verkossa nuoren kohtaamista tai teknologiakasvatusta. Valtakunnallinen digitaalisen nuorisotyön keskus Verke määrittää digitaalisen nuorisotyön olevan teknologian ja digitaalisen median käyttämistä nuorisotoiminnassa (Lauha & Heikkinen 2016, 9). Digitaalisen nuorisotyön tavoitteisiin kuuluvat nuorten kohtaamisen lisäksi nuorten yhteiskunnalliseen toimintaan osallistuminen ja vaikuttaminen sekä verkostoituminen digitaalisia resursseja hyödyntäen (Verke 2019, 28). Suomessa digitaalista nuorisotyötä on vahvistettu varmistamalla tarvittavaa koulutusta ja resursseja (Verke 2019, 10). Vuosien 2020 ja 2021 vallinneiden pandemiarajoitusten aikana verkkonuorisotyön määrä kasvoi

(MDI, Juvenia & Xamk 2021) ja verkossa tehtävästä nuorisotyöstä tuli tärkein nuorten kohtaamiskanava (Lauha 2021).

Digitaalisuus nuorisotyössä yhdistetään usein tietokoneilla, konsoleilla ja puhelimilla pelaamiseen (Eriksson & Tuuva-Hongisto 2019, 10). Digitaalisuus nuorten elämässä ja nuorisotyössä on nykyään paljon muutakin kuin pelailua eri alustoilla. Käsitteenä digitaalinen nuorisotyö on hyvin laaja ja se näkyy monessa muodossa nuorisotyön eri toiminnoissa (Malm 2021, 51).

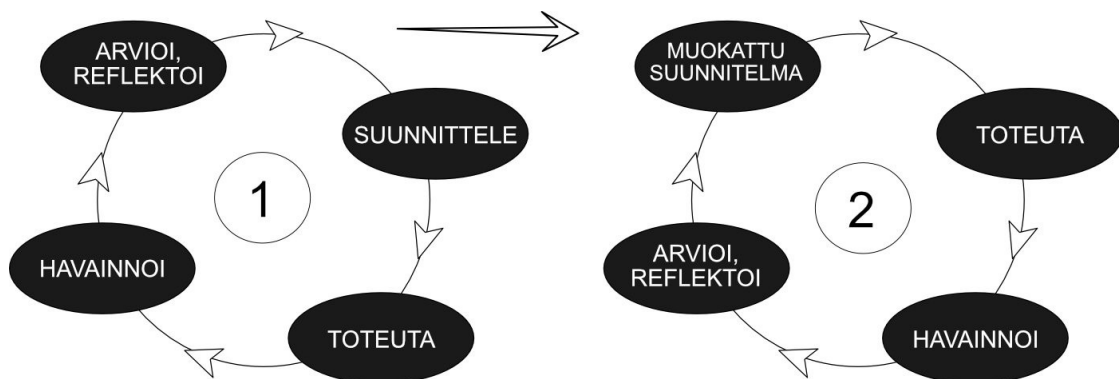
Digi- ja väestötietoviraston kartoituksesta käy ilmi, että digitaalisten toimintojen kehittämisen esteenä ovat pienillä toimijoilla usein puutteelliset resurssit, kuten ajan tai varojen puute (Digi- ja väestötietovirasto 2020, 5). Verkon välityksellä järjestettävään toimintaan on parin vuoden aikana tullut useita ohjeita, ja kaikkea ei tarvitse keksiä itse. Digitaaliseen nuorisotyöhön vasta tutustuvalla hyviä paikkoja aloittaa ovat Verken verkkosivut ja YouTube-kanava. Verken sivuilta löytyy muun muassa viiden kohdan muistilista verkossa pidettävään nuorten työpajaan (Saariketo 2021). Eurooppalaisista yhteistyöverkostoista ja tutkimuksesta kiinnostuneelle SALTO Youth -verkosto mahdollistaa eri maiden digitaaliseen nuorisotyöhön tutustumisen. Lisäksi yhteisöpalvelu Facebookissa olevat ryhmät, kuten Digitaalinen nuorisotyö ja Nuorisualan tapahtumatuottajien verkosto, tarjoavat vertaistukea. Yhteisöpalveluita käytettäessä on lisäksi hyvä olla tietoinen EU:n tietosuojasetuksen asettamista rajoituksista toimintaan (General Data Protection Regulation 2018) ja eri alustojen ikärajoista.

4 TYÖN LÄHESTYMISTAPA JA MENETELMÄT

Tämä kehittämistyö toteutettiin keräämällä tietoa, kokeilemalla ja dokumentoimalla nuorten ideoihin pohjautuvaa toimintaa sekä haastatteleamalla digitaalisen muodin ja digitaalisen nuorisotyön asiantuntijoita.

Kehittämistyöni lähtökohta on toimintatutkimuksellinen. Toimintatutkimusta ohjaa tarve löytää tapa toimia nykyistä paremmin, ja yksi toimintatutkimuksen lähtökohdista on reflektiivisen ajattelun kautta ymmärryksen lisääminen ja uuden kehittäminen (Heikkinen 2018, 215). Laadullinen toimintatutkimuksen lähestymistapa sopii tähän kehittämistyöhön, sillä olen aktiivisesti mukana työn tilaajan, Muotijuttu ry:n, toiminnassa ja kehittämisessä.

Tämä kehittämistyö toteuttaa toimintatutkimuksen lähestymistapaa, mutta ei täytä kaikkia toimintatutkimuksen kriteereitä. Tutkimusprosessissa on vain yksi sykli, joten toimintatutkimuksen spiraali ei toteudu tämän työn aikana.



Kuvio 2: Toimintatutkimuksen sykli, jossa toistuvat vaiheet suunnittele, toteuta, havainnoi, arvioi/reflektoi Ojasalo, Moilanen & Ritalahti (2014, 21) pohjalta.

Syy spiraalin puuttumiseen on työn aikana saatu tieto kehittämisen kohteesta, pandemian asettamat rajoitukset ja kehittämistyön tilaajan puutteelliset resurssit. Työn tilaaja ei ollut valmistunut suuriin investointeihin kehittämistyön aikana ja tämä näkyi muun muassa rahoituksen ja ajan puutteena. Lisäksi osallistuneilta saatu palaute, jossa digitaalisen harrastustoiminnan jatkamista ei toivottu, vaikutti kehittämistyöhön. Toimintatutkimus on aina sidottu tutkittavaan tilanteeseen, ja tutkittu tai tavoiteltu muutos voi jäädä tapahtumatta (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 21). Työni avaa muodin harrastamisen mahdollisuuksia kolmannella sektorilla ja kartoittaa siihen tarvittavia resursseja.

Aineistonhankintamenetelmät tässä laadullisessa tutkimuksessa ovat aivoriihi, havainnointi, kysely ja asiantuntijahaastattelut. Aineistonhankintamenetelmät valitsin toimintatutkimukseen

sopiviksi. Pysin käyttämään useita eri menetelmiä, sillä moninaisten menetelmien käytöllä kehittämistyöhön saadaan erilaista tietoa ja näkökulmia (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 40). Myös nuorten kanssa työskentely vaikutti menetelmien valintaan. Tavoitteena oli käyttää menetelmiä, jotka olisivat mielenkiintoisia nuorille, ja valintaa ohjasi oma hiljainen tietoni nuorten kanssa toimimisesta. Työssäni nuoriso-ohjaajana olen ohjannut useita tiedonkeruuta- pahtumia nuorille ja kerännyt projekti- tai kurssitoiminnan jälkeen nuorilta palautetta. Koke- muksesta tiedän, että aivoriihityöskentelyllä ja lyhyillä, selkeillä kyselyillä nuorilta saadaan varmemmin tietoa halutusta asiasta. Menetelmien valintaan vaikutti lisäksi nuorisotyöllinen ote; nuorisotyössä on tärkeää nuorten kuuleminen ja nuorten mahdollisuus vaikuttaa heille suunnattuun toimintaan. Aivoriihimenetelmä on osallistava aineistonhankintamenetelmä ja yhdessä kehitetty ratkaisu on usein toimivampi kuin ulkopuolisen kehittämä (Ojasalo, Moila- nen & Ritalahti 2014, 60). Nuorilla on paljon hiljaista tietoa, jonka toivoin tulevan esiin aivo- riihityöskentelyn avulla. Kriittisesti tarkasteltuna hiljainen tieto on keskeinen kehittämistoi- minnan tiedonlähde (Toikko & Rantanen 2009, 40). Omaa hiljaista tietoaani olen pyrkinyt avaamaan pitämäni työpäiväkirjan kautta.

Laadullisessa tutkimuksessa tulee tutkimustuloksien käyttökelpoisuutta pohtia vastaavissa tilanteissa ja ympäristöissä (Hakala 2018, 22). Olen pyrkinyt parantamaan tämän kehittämis- työn validiteettia selkeällä kuvauksella kehittämistyön jokaisesta vaiheesta. Kehittämistyö olisi mahdollista toistaa, tosin osa menetelmistä saadusta aineistosta todennäköisesti vaihtelisi eri osallistujien mukaisesti. Tämän kehittämistyön aiheesta ei löytynyt selkeitä aiempia tutki- muksia. Selkein puute kehittämistyössäni on aineistonkeruu hyvin pieneltä otokselta. Osallis- tujien määrään vaikutti eniten vallitseva pandemiatilanne, mutta ilman pandemiaa ei tätä työtä olisi myöskään tilattu. Käytetyt menetelmät on esitelty kronologisessa tapahtumajärjestykses- sä.

Toni Auvinen ja Minna Jaakkola (2018) ovat osoittaneet, että nuorten kanssa toimittaessa nopea reagointi on tarpeen. Uudenlaisen toiminnan kokeiluissa kannattaa suosia lyhyitä suun- nitteluprosesseja, toiminnan käynnistämistä nopeasti, muovaamista kokeilun aikana ja uskal- lusta kokeilun keskeyttämiseen, jos idea ei toimikaan (Verke 2019, 107).

4.1 Aivoriihi

Aivoriihi on yksi luovan ongelmanratkaisun vakiintuneista menetelmistä, jonka avulla tuote- taan ideoita ryhmässä. Perussääntöihin kuuluu kannustaa liioiteltujen ja villien ideoiden esiin

tuomista ja kaikkien ideoiden mukaan ottamista. Tavoitteena on saada paljon ideoita riippumatta niiden laadusta, ja kehittää myös muita kuin omia ideoita. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 145-146).

Tässä kehittämistyössä järjestin kaksi aivoriihtä, joihin osallistui yhteensä yhdeksän nuorta. Molempien aivoriihien alussa keskustelin nuorten kanssa siitä, miksi aivoriihi järjestettiin ja mitä sen aikana tapahtuisi. Kerroin nuorille, että ensin puhuisimme eri sosiaalisen median sovelluksista, verkkoalustoista ja digitaalisesta muodista, minkä jälkeen he saisivat tilaisuuden pohtia tulevaisuuden visioita yhdistyksen toiminnalle digitaalisen muodin parissa.

Aivoriihi järjestettiin syksyllä pidetyn muotikurssin viimeisen päivän aikana. Nuoret olivat toisilleen tuttuja viikon kestäneeltä kurssilta, ja keskinäinen kommunikointi oli luontevaa. Luova ongelmanratkaisu vaatii ryhmältä ryhmätyötaitoja ja luovaa toimintaa (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 143). Osallistujilla oli selkeä käsitys siitä, mitä kurssimuotoinen, kuusi päivää kestänyt muotiharrastustoiminta on, ja he pystyivät käyttämään omaa ja ryhmän kokemusta uusien toimintojen ideoinnissa.

On tutkimuseettisesti olennaista, että tutkimukseen osallistujat ovat vapaaehtoisesti mukana (Vilka 2018, 166). Aivoriiehen osallistujat olivat saaneet etukäteen kirjallisen suostumuslapun, jossa kerrottiin aivoriiehen tarkoituksesta ja vapaaehtoisuudesta. Osa osallistujista oli alle 18-vuotiaita ja lupalapun tuli olla osallistujan huoltajan allekirjoittama. Yli 15-vuotiaan huoltajalta ei tarvitse pyytää lupaa (Pekkarinen 2018; Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019), mutta halusimme kuitenkin ilmoittaa kehittämistyöstä huoltajille. Mikäli huoltaja olisi halunnut lisätietoja, yhteystietoni löytyivät suostumuslapusta.

Aivoriiehen aikana muistiinpanot tehtiin isolle paperille, joka oli ryhmän keskellä olevalla pöydällä. Kaikki osallistujat näkivät tehtävät muistiinpanot ja pystyivät lisäämään tai korjaamaan, mikäli jokin ajatus ei tullut kirjattua oikein. Avoimella kirjaamisella pyrittiin huomioimaan osallistujien erilaisia tapoja kommunikoida ja mahdollistamaan kaikkien osallistuminen.

Aivoriihityöskentelyssä vapaan ideoinnin hyvä puoli oli, että osallistujat saivat kuvitella mahdollisimman mahdolliseksi. Hankalaa oli päättää etukäteen, kuinka paljon digitaalisesta muodista nuorille kannattaisi kertoa ennen aivoriihityöskentelyä. Liika tieto olisi voinut ohjata nuoria tietynlaiseen suuntaan.

4.2 Havainnointi

Havainnointi tässä työssä perustuu omaan päiväkirjaani Muotijuttu ry:n kevään 2021 verkkohengailu-kokeiluista, osallistujille lähetetyistä sähköposteista ja omista kokemuksistani muiden järjestäjien toiminnoissa. Havainnoinnin avulla pyrin saamaan uutta tietoa. Havaintoja tehdessä on hyvä pitää mielessä tutkimuksen tavoitteet (Vilka 2018, 161). Olin määritellyt etukäteen, mihin havainnoinnissa tulisi kiinnittää huomiota ja milloin kirjoittaisin päiväkirjaa. Havainnoidut asiat muodostavat johtolankoja, joiden avulla saadaan uutta tietoa (Vilka 2018, 157 (Alasuutari 1994, 34-35)).

Havainnointi verkkohengailuissa oli osallistuvaa havainnointia, joka on yksi monista toimintatutkimukseen sopivista havainnoinnin tavoista (Vilka 2018, 163). Päiväkirjassa on merkintöjä neljästä verkkohengailusta, nuorille lähetetyistä sähköpostiviesteistä verkkohengailuun liittyen ja omasta osallistumisestani muiden järjestämiin muotiin liittyviin verkkotapahtumiin. Päiväkirja on käsin kirjoitettuja muistiinpanoja, jotka olen siirtänyt digitaaliseen muotoon tekstinkäsittelyohjelmalla.

Verkkohengailun havainnoissa on yhdistettynä kahden ohjaajan huomioita toiminnasta. Omassa havainnoinnissa ja tutussa tutkimuskohteessa havainnointi voi keskittyä vain tuttuihin tai johdonmukaisiin asioihin ja oikean havainnon tunnistaminen voi olla hankalaa (Vilka 2018, 161). Itsereflektiivisyys on paikallaan osallistuvaa havainnointia tehdessä. Havainnointitilanteen muodostumiseen voivat vaikuttaa havainnoijan persoonan lisäksi ulkoiset ärsykkeet, joista on oltava tietoinen (Määttä & Tolonen 2011, 17). Muoti- ja nuorisoalan ammattilaisina meidän ohjaajien huomio todennäköisesti kiinnittyi automaattisesti tuttuihin asioihin ja oletuksiin tapahtumien kulusta, ja tämä tulee huomioida aineistoa analysoidessa.

Oma osallistumiseni erilaisiin muotiin liittyviin verkkotapahtumiin tapahtui Fashion Revolution -viikolla huhtikuussa 2021. Vuosittain järjestettävää muotialan kestävän kehityksen teemaviikkoa koordinoi voittoa tavoittelematon muodin aktivistiorganisaatio Fashion Revolution (2022a), jonka Suomen osasto tunnetaan nimellä Vaatevallankumous. Viikon aikana järjestetään teemaan liittyviä tapahtumia, ja vuonna 2021 kaikki tapahtumat olivat verkossa. Osallistuin erilaisiin tapahtumiin tutkiakseni, miten verkko-osallistuminen oli mahdollistettu muotiin liittyvässä toiminnassa.

4.3 Kysely nuorille

Kevään 2021 verkkohengailuista tehtiin osallistujille palautekysely verkkopohjaisella lomake-työkalu Google Formsilla (Liite 2). Internetpohjainen kysely soveltuu useimmiten nuorille vastaajille paremmin (Valli 2018, 102). Kyselylomakkeella aineistoa kerätessä tulee kysymysten asetteluun ja muotoiluun kiinnittää erityistä huomiota. Kysymysten tulee olla selkeitä ja suoraviivaisia sekä puolueettomia, ja käytettävässä kielessä on tärkeää muistaa vastaajien kohderyhmä (Valli 2018, 93-95). Verkkohengailun palautekysely oli suunnattu nuorille ja kysymykset oli muotoiltu vastaajien ikään sopiviksi.

Sähköinen kyselylomake on mahdollista muokata visuaalisesti vastaajille sopivaksi tai kyselyn laatijan visuaalisen ilmeen mukaiseksi. Muotijutun kyselyssä käytettiin yhdistyksen mainonnasta tuttua ulkoasua, ja kyselyn ainoa kuvituskuva oli kyselyn alussa. On tärkeää ottaa huomioon, miltä kysely näyttää eri vastaamislaitteilla. Nuoret käyttävät paljon älypuhelimiaan ja kyselyä suunniteltaessa on tärkeää huomioida kyselyn toimivuus älypuhelimilla (Valli & Perkkilä 2018, 118). Muotijutun palautelomake testattiin kahdella eri merkkisellä puhelimella ennen sen lähettämistä vastaajille.

Palautekyselyssä oli yhdeksän kysymystä, joista kuusi oli avoimia vastauksia, yksi Likert-asteikollinen ja kahdessa oli mahdollista valita useita vaihtoehtoja. Kysymykset olivat kaikki yhdellä sivulla ja niitä pystyi selaamaan vapaasti. Sähköisessä palautekyselyssä hyvä ominaisuus on vain yhden vastausvaihtoehdon mahdollistaminen (Valli & Perkkilä 2018, 121). Palautekyselyn kysymyksissä, joissa käytössä oli Likert-asteikko, vastausvaihtoehtoja oli vain yksi.

Kyselyn alussa kerrottiin, miksi kysely tehtiin, ja että siihen vastaaminen oli vapaaehtoista. Kyselyssä oli mahdollista jättää vastaamatta kysymyksiin. Pakkovastaaminen saattaa ärsyttää joitakin vastaajia, ja he saattavat jättää kyselyn kesken (Valli 2018, 102).

Palautekysely lähetettiin vastaajille sähköpostitse. Sähköpostiosoitteet oli saatu nuorilta kursitoiminnan yhteydessä. Vastaajat eivät nähneet kenelle muille kysely oli lähetetty, tai kuinka moni muu oli vastannut kyselyyn. Palautetta haluttiin saada osallistuneiden lisäksi myös niiltä nuorilta, jotka eivät olleet osallistuneet verkkopohjaiseen toimintaan. Osallistujille lähetettiin muistutusviestejä palautekyselyyn vastaamisesta sähköpostitse ja pikaviestisovellus WhatsAppilla.

4.4 Asiantuntijahaastattelut

Haastattelin kahta asiantuntijaa kehittämistyötäni varten. Haastateltavat valikoituivat kehittämistyön kysymyksiin aineistoa etsiessäni digitaalisen muodin ja digitaalisen nuorten kohtaamisen asiantuntijoiksi. Digitaalisen nuorisotyön osaamiskeskus Verkestä haastattelin suunnittelija Juha Kiviniemeä. Digitaalisesta muodista haastattelin Aalto-yliopiston muotoilun laitokselta tohtorikoulutettava Natalia Särmäkaria. Molemmat haastattelut tehtiin elokuussa vuonna 2021.

Haastattelut olivat vapaamuotoisia avoimia teemahaastatteluja, joiden teeman olin sopinut haastateltavien kanssa etukäteen. Teemahaastattelussa aihepiiri määritellään etukäteen ja haastattelun tukena käytetään muistilistaa käsiteltävistä asioista. Teemahaastattelussa kysymyksillä ei ole tarkkaa järjestystä tai muotoilua, mikä mahdollistaa haastateltavien yksilöllisen osaamisen esiin nostamisen. (Eskola, Lätti & Vastamäki 2018, 29-30). Haastattelemani asiantuntijat olivat eri aloilta ja haastattelutavaksi sopi hyvin teemahaastattelu.

Haastattelut tehtiin Zoom-verkkokokousalustalla videotapaamisen muodossa. Haastattelujen alussa pyysin luvan haastattelun nauhoittamiseen ja kertosin haastattelun tarkoituksen esittelemällä lyhyesti digitaalisen muodin harrastamisen kehittämistyötäni. Kerroin omasta taustastani muodin ja nuorisotyön ammattilaisena, jotta haastateltavalle olisi selvää, että hän voisi käyttää ammattisanastoa vapaasti. Haastattelut litteroitiin peruslitteroinnin mukaisesti kirjoittaen kaikki puhuttu ja tunneilmaisut, jättäen pois täytesanoja ja äännähdyksiä (Aineistonhallinnan käsikirja, 2018).

Haastattelut tehtiin huomioimalla kehittämistyön tavoitteet, johtamalla teemat teoriapohjasta ja sisällyttäen haastatteluun tilaa luovalle ideoinnille. Tavoitteenani oli saada uuden tiedon lisäksi keskustelua aiheen ympäriltä. Aloitin haastattelut kysymyksellä pandemian vaikutuksesta haastateltavan alaan. Haastattelujen loppuun pyysin vilttejä ja vapaita visioita tulevasta, ja niitä haastateltavilla oli runsaasti.

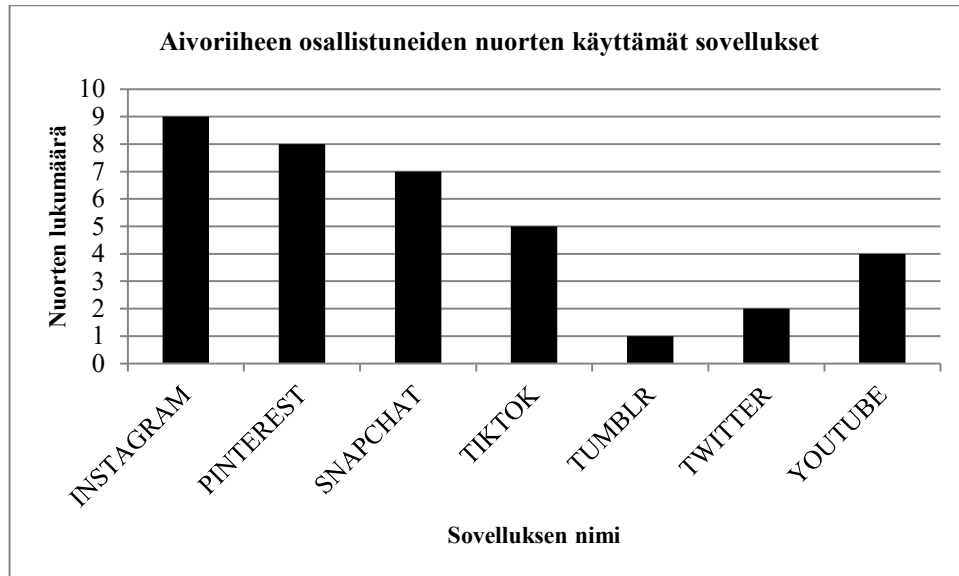
5 AINEISTOANALYYSI

Laadullisen tutkimuksen analysointiin ei ole standardoituja menetelmiä vaan tutkimuksen tekijä muokkaa analysointimenetelmät tutkimuksen tarpeen mukaan. Kerättyä aineistoa tulee lukea useaan kertaan ja tehdä muistiinpanoja niin yksittäisen aineistonhankintamenetelmän kuin kokonaisuuden kannalta. (Puusa, 2020). Olen käynyt hankkimani aineiston läpi useita kertoja. Aineisto on luokiteltu aineistonkeruumenetelmittäin.

Aineiston analyysiin kannattaa valita realistinen näkökulma mikäli tutkimuksessa ei ole sitouduttu ennalta määriteltyyn tutkimukselliseen viitekehukseen (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006). Aivoriihestä kerätty aineisto on analysoitu yhdistyksen resurssien mukaan toteutettaviin ja lisäresursseja vaativiin. Digitaalisen harrastamisen verkkokokeiluista saadun aineiston olen analysoinut lukemalla nuorten antamaa palautetta ja omaa havainnointiin perustuvaa päiväkirjaani. Asiantuntijahaastattelusta analyysiin on valikoitunut ne kohdat, jotka vastaavat kysymyksenasetteluun.

5.1 Aivoriihi: Nuorten ideat digitaaliseen muodin harrastamiseen

Keskustelimme aluksi nuorten kanssa eri yhteisöllisistä alustoista ja sosiaalisen median sovelluksista, joita he tällä hetkellä käyttävät. Moni alusta ja sovellus oli nuorille tuttu koulusta tai vapaa-ajalta. Mielipiteitä oli puolesta ja vastaan muun muassa eri käyttäjätunnuksien kanssa toimimisesta tai useiden sovellusten lataamisesta omalle laitteelle. Puhelimeen ladattavien sovellusten käytöstä nousi esiin, että joillakin osallistujilla puhelimen teho tai muistin tila ei välttämättä riittä uusien sovellusten käyttöön. Keskustelimme eri haasteista, joita nuoret mainitsivat olevan muun muassa tasapuolisuus osallistumisessa, tekniikan hallinta, motivaation löytäminen yksin tehdessä tai oma jaksaminen. Nuoret nostivat esiin, että erityisesti etäkoulun aikana verkossa harrastaminen oli heidän mielestään liikaa. Nuoret olivat hyvin tietoisia tietoturvasta ja anonymiteetistä eri sovelluksissa, mutta nämä eivät nousseet huolenaiheeksi. Nuoret näkivät etäharrastamisen avaavan mahdollisuuksia niille osallistujille, jotka eivät pääsisi fyysisesti muuten osallistumaan, ja kotona harrastamiseen nuoret miettivät ratkaisuksi materiaalien lähettämistä niitä tarvitseville.



Kuvio 3: Aivoriheen osallistuneiden yhdeksän nuoren käyttämät sovellukset. Lukumäärä kuvaa, kuinka moni käyttää sovellusta: Instagram yhdeksän, Pinterest kahdeksan, Snapchat seitsemän, TikTok viisi, Tumblr yksi, Twitter kaksi, YouTube neljä.

Aivorihestä kerätyn tiedon perusteella nuorten eniten käyttämät sovellukset (Kuvio 3) olivat kuvien ja videoiden jakoon tarkoitettut Instagram ja Pinterest sekä pikaviestipalvelu Snapchat. Instagramia, Pinterestiä ja TikTokia käytettiin muotiin liittyvän sisällön katsomiseen ja jakamiseen, kun taas Snapchat oli keskusteluun kavereiden kanssa. Videopalvelu YouTubea nuoret sanoivat katsovansa videoita yleensä yksin, esimerkiksi kun halusivat oppia jotain uutta. Muotiaiheinen sisältö ei noussut esiin Twitteriä ja Tumblria käyttäviltä nuorilta. Nuorten itsensä tuottama sisältö ei noussut esiin aivoriihen aikana.

Taulukko 1: Muotijuttu ry:n syksyllä 2020 pidetyn nuorten aivoriihen tuloksena syntyneet ideat ja nuorten kuvausideoista.

NUORTEN AIVORIIHI TYÖPAJAN IDEAT DIGITAALISESTA MUODIN HARRASTAMISESTA	
IDEA	NUORTEN KUVAUS
Digitaalisen muodin tekeminen	
1. PELISYSTEEMI	"Kaavoista leikkaaminen, luomuksia pystyis jakaa käyttäjien kanssa"
2. "OPETETAAN ERI SOFTWARE"	"Suunnittelu, videokuva editointi, piirtäminen, animaatio, esim procreate, pret-a-template, phostoshop, davinci resolve"
Yhteisöllinen tekeminen digitaalisella alustalla	
3. YHTEINEN MOOD BOARD	"Sama mitä tehtiin kurssilla, style board"
4. VIDEOMUOTINÄYTÖS	"Kaikki kuvaa videoita joissa kävelee, editoidaan yhdeksi videoksi"
5. INSTAGRAM / WHATSAPP / ZOOM	"Opetus IG Livessä + check in miten menee, ryhmän välinen keskustelu ja toisten auttaminen"
6. YKSILÖOHJAUSTA JA OPETUSTA	"Esim jos joku haluaa olla suunnittelija niin kerrotaan miten siihen pääsee ammattilaiseksi"
7. YHTEYDENOTTOJA VIDEOYHTEYDELLÄ	"Suunnittelijoihin, stylisteihin etc"

8. FACETIME SUUNNITTELIJOIDEN KANSSA	"My day, joku suunnittelija kertoo omasta päivästä ja live feed kuvaa työpaikkaa"
9. YHTEISTYÖ BRÄNDIN KANSSA	"Kurssilaiset suunnittelevat yhteistyössä toistensa sekä brändin kanssa malliston, sekä sen kuvaamisen ja mainostuksen"
Harrastaminen kotona	
10. PAKETIN LÄHETYS	"Tarvikkeita lähetetään paketeissa kotiin, varsinkin niille kenellä ei ole niitä valmiiksi"
11. GOOGLE FORMS KYSELY TARVITAVISTA VÄLINEISTÄ	"Liittyy paketin lähettämiseen"

Yhteensä aivoriihestä saatiin yksitoista erillistä ideaa digitaalisen muodin harrastamiseen. Ideat voidaan jakaa kolmeen eri alueeseen: digitaalisen muodin tekemiseen, muodin harrastamiseen digitaalisella yhteisöllisellä alustalla ja harrastamisen resurssit kotona. Kaksi ideaa liittyi digitaaliseen muodin tekemiseen: kaavojen tekeminen digitaalisessa ympäristössä ja uusien ohjelmistojen opettelu, kuten kuvankäsittely, piirtäminen, tai 3D-ohjelmat. Seitsemän ideaa liittyi eri tavoin muodin harrastamiseen digitaalisella yhteisöalustalla: yhteinen Pinterest-kokoelma ”mood board”, videomuotinäytös, kaksi ehdotusta verkon avulla yksilöohjaukseen, kaksi ideaa liittyi alan ammattilaisten tapaamiseen ja yksi yhteistyönä tehty suunnittelu-projekti muotialan yrityksen kanssa. Kaksi ideaa, materiaalipaketin lähettäminen kotiin ja kysely tarvittavista materiaaleista, liittyi etäharrastamisen resursseihin.

Osa aivoriihen ideoista rajautui pois resurssien puutteen vuoksi. Ohjelmistojen tai ompelun opetteleminen vaatisi teknistä osaamista ja laitteita, joita yhdistyksellä ei ollut mahdollista tarjota kaikille osallistujille. Pandemiarajoitukset keväällä 2021 taas rajasivat pois vierailut paikkoihin, jossa olisi mahdollisesti ollut tarvittavia laitteita ja ohjelmia.

Aivoriihessä nousi esiin huoli siitä, miten tasa-arvoinen osallistuminen taataan, jos harrastaminen vaatii erikoisvälineitä ja -tiloja. Nuoret halusivat toteuttaa toimintaa, joka olisi mahdollista kaikille ja ideoivat kaksi ehdotusta siitä, miten erikoisvälineiden lainaus voitaisiin järjestää osallistujille jakamalla yhteisiä tavaroita.

Nuorten kanssa toteutettavia ideoita oli neljä: verkossa tapahtuva muotiteemainen hengailu, muotialan ammattilaisten vierailut verkon välityksellä, videomuotinäytöksen kokoaminen etäyhteydellä ja yhteistyöprojekti muotisuunnittelijan kanssa.

5.2 Verkossa hengailu nuorten kanssa

Digitaalinen muodin harrastamisen kokeilu alkoi verkkopohjaisena hengailuna, jonka aikana voitiin suunnitella ja toteuttaa muuta sisältöä. Toiminnan pohjana olivat nuorten aivoriihityö-

pajoista nousseet ideat ja nuoret valitsivat, mitä ideoista lähdetäisiin toteuttamaan. Verkon tapaamisissa oli tavoitteita, mutta samalla ne olivat vapaamuotoisia ja sana hengailu tuntui kuvaavan niitä parhaiten. Kevään 2021 aikana oli tavoitteena järjestää kahdeksan tapaamista verkossa, joista neljä järjestettiin suunnitelman mukaan. Neljä työpajaa peruuntui eri syistä: ohjaajan estyminen, äitienpäivä ja etätapahtumiin uupuminen. Ylimääräinen tapaaminen järjestettiin alkukesästä kasvokkain.

Osallistujia tapaamisissa oli yhdestä neljään nuorta. Nuorilla oli kavereita, joita he halusivat tuoda mukaan toimintaan, mutta uusia nuoria ei kevään 2021 aikana kuitenkaan liittynyt yhdistyksen toimintaan.

Taulukko 2: Kevään 2021 Muotijutun verkkohengailujen tapaamisten päivämäärät, käytetty alusta, tapaamisen sisältö ja osallistuneiden nuorten lukumäärä.

KEVÄÄN 2021 MUOTIJUTUN VERKKOHENGAILUJEN AIKATAULU				
	PÄIVÄMÄÄRÄ	ALUSTA	SISÄLTÖ	OSALLISTUJIA
1	14.3.2021	Google Meet	Hengailua, kevään suunnittelua, muotivideoiden katsomista	4
2	28.3.2021	Discord	Peruuntui / ohjaaja oli estynyt	0
3	4.4.2021	Discord	Hengailua, kuulumisia, nuoret unohti tulla paikalle	1
4	11.4.2021	Discord	Vierailija: Aalto Yliopiston työpajamestari, muoti-suunnittelija Iina-Alisa Lakea	4
5	25.4.2021	Discord	Tyylinmuokkaashaasteen purkua, ompeluneuvoja, nuoret toivoivat live-tapaamisia, ei enää verkossa hengailua	2
6	16.5.2021	Piknik	Peruuntui / oli puhuttu piknikistä mutta sää esti	0
7	23.5.2021	Discord	Peruuntui / ei innostusta olla verkossa	0
8	30.5.2021	Discord	Peruuntui / ei innostusta olla verkossa	0
9	13.6.2021	Live-tapaaminen	Kasvokkain tapaaminen, piknik puistossa, muotikuvien katsomista, muodista puhumista	4

Sovellusten lataaminen ja puhelimen muistin tila oli noussut esiin aivoriihessä, joten hengailuihin valittiin selainpohjainen alusta, joka mahdollisti osallistumisen ilman erillisen sovel-

luksen lataamista omalle laitteelle. Tein verkon hengauksia varten turvallisen tilan periaatteet (Liite 1), jotka lähetettiin sähköpostilla osallistujille ja esiteltiin verkkotoiminnan alkaessa. Yhteinen aika oli äänestetty Doodle-alustalla, ja kutsuin nuoret sähköpostilla tapaamiseen. Lisäksi lähetin heille WhatsApp-viestillä muistutuksen tapaamisesta.

Nuorten ryhmän verkkohengailut käynnistyivät selainpohjaisessa Google Meetissä, joka oli nuorille tuttu alusta koulusta. Google Meet ei toiminut tarpeen mukaisesti, ja seuraavaa kertaa varten perustin Muotijutulle oman Discord-palvelimen, jota oli mahdollista käyttää selainpohjaisesti tai erikseen ladattavalla ohjelmalla. Discordin verkkosivuilta löytyy selkeä englanninkielinen ohjeistus, jolla pääsee hyvin alkuun (Discord 2021) ja suomen kielellä ohjelman käyttöön pääsee tutustumaan Verken YouTube-kanavalla (Verke 2020).

Hengailujen aikana nuoret jalostivat aivoriihen ideoista uudenlaisia ideoita kevään toimintaan. Idea videomuotinäytöksestä tai muotisuunnittelijan kanssa tehtävästä yhteisprojektista eivät saaneet kannatusta, mutta muotialan vierailija ja verkon hengailut kiinnostivat edelleen. Uutena ideana pohdimme muun muassa, miten edellisen syksyn kurssilla otetut valokuvat saataisiin näytille. Päätimme kokeilla rakentaa valokuville virtuaalisen gallerian. Eri galleriavaihtoehtoista päädyin lopulta maksuttomaan Artsteps-sivustoon. Nuoret toivoivat yhteisestä Pinterest-taulua, johon voitaisiin kerätä inspiraatiota tulevaa Galleria-projektia varten. Yhteistä Pinterest-taulua oli ehdotettu myös aivoriihessä. Tein Muotijutulle Pinterest-tilin, johon jaettiin pääsylinkki nuorille

Nuorilta ei toiveista huolimatta tullut sisältöä Pinterestin tauluun ja idea jäi ideointivaiheeseen. Gallerian muokkaaminen olisi vaatinut tietokonetta, jota kaikilla nuorilla ei ollut käytössä. Kokeilin tehdä galleriaa nuorten ehdotusten mukaisesti mutta pandemiarajoitusten vuoksi tarvittavien laitteiden lainaus tai käyttö ei ollut mahdollista. Gallerian toteuttaminen siirtyi, kunnes se olisi mahdollista tehdä yhdessä. Nuorten kanssa toimiessa on hyvä muistaa, että nuorilta tulee paljon ideoita, joiden ei edes ajatella toteutuvan ja ideasta keskusteleminen on tarpeeksi. Idean varsinaiseen toteuttamiseen vaadittava aika saattaa olla nuorelle liikaa ja kiinnostus vaihtuu toiseen asiaan.

Nuoret toivoivat lisäksi Instagramiin erillistä ryhmäkeskustelua. Tästä oli ollut puhetta jo syksyllä 2020. Ryhmäkeskustelu mahdollistaisi Instagramin sisällön jakamisen pienen ryhmän sisällä. Kun nuorilta pyydettiin ryhmän perustamista varten heidän Instagram-käyttäjänimiään, eivät he kuitenkaan näitä lähettäneet. Jälkeenpäin sain kuulla, että osa nuo-

rista oli perustanut omia ryhmiä, missä me ohjaajat emme ole mukana, joten he olivat verkostoituneet itsenäisesti.

Muotialan vierailijan saimme neljännessä verkkohengailussa, kun Aalto yliopiston työpajamestari, muotisuunnittelija Iina-Alisa Lakea tuli kertomaan työstään ja keskustelemaan nuorten kanssa heidän haluamistaan aiheista. Vierailu onnistui hyvin, mutta oli huomattavissa, että nuorilla alkoi jo olla uupumusta verkkotekemiseen.

Viidennessä, viimeiseksi jääneessä verkkotapaamisessa oli mukana kaksi nuorta. Katsoimme edellisellä kerralla asetetun tyylinmuokkaushaasteen kuvia ja keskustelimme muodista. Yksi nuori pyysi neuvoa ompeluun ja neuvoimme häntä videon välityksellä. Sovimme nuorten kanssa, että hengailu olisi viimeinen verkkotapaaminen keväälle.

Kesäkuussa tavatessamme kasvotusten nuorilla oli paljon kerrottavaa ja keskustelu pyöri heille tärkeissä asioissa opiskelun, muodin ja koronapandemian ympärillä. Viesti nuorilta oli selkeä: He toivoivat tapaamisia kasvotusten verkossa hengaamisen sijaan. Moni sanoi verkkohengailun olleen kivaa alkukeväästä, kun kaikki oli vielä kiinni ja ei ollut mitään tekemistä. Lopulta kuitenkin verkossa tapahtuva toiminta alkoi olla tylsää, kun kaikki muukin tapahtui verkossa. Verkkopohjaista harrastustoimintaa ei haluttu jatkaa muutoin kuin mahdollisten vierailijoiden kanssa, esimerkiksi ulkomaisten muotialan ammattilaisten osallistuminen verkon välityksellä nähtiin mielenkiintoisena.

Kiinnostavaa on, että vaikka nykynuorten sanotaan kokevan online- ja offline-tapaamiset saman arvoisina, ovat esimerkiksi yhdistyksen toiminnassa olleet nuoret toivoneet tapaamisia muualla kuin verkossa pandemia-ajan rajoitusten jälkeen. Fyysisesti yhdessä oleminen ja tekeminen nähdään tärkeänä osana omaa harrastusta.

Kevään verkkohengailuiden havainnoista nousee esiin yhteisöön kuulumisen. Tutun yhteisön kanssa toimiminen toi arkeen tekemistä. Yhteisöllisyys ja harrastaminen on yhteydessä nuorten hyvinvointiin ja verkkohengailut saattoivat näin tukea nuorten hyvinvointia pandemiarajoitusten aikana. Vertasimme usein verkkotoimintaa työpajakurssilla tapahtuviin asioihin ja pohdimme, saavutettiinkö toiminnassa samoja asioita, kuten ryhmään kuulumisen tunnetta tai mahdollisuutta vaikuttaa. Samankaltaisuuksia löytyi useita. Muotijutun kurssilta tutut elementit verkkoalustalle vietyinä toimivat hyvin uuden toimintatavan kokeiluissa, kunhan käytössä oli videoyhteys ja toiminnan sisältö oli suunniteltua.

5.3 Nuorten antama palaute

Kyselyyn kevään toiminnasta vastasi vain kaksi nuorta. Palautekysely mukaili syksyllä 2020 pidetyn yhdistyksen muotikurssin palautekyselyä, jolloin osallistujista 75 prosenttia oli vastannut kyselyyn (Muotijuttu ry 2020b). Ero kahden kyselyn välillä on huomattava, ja voikin pohtia, onko kevään verkkouupumus syynä matalaan vastaamisprosenttiin.

Osa nuorista antoi palautetta kasvokkain tapaamisissa tai yksityisviesteillä. Nuoret, jotka eivät osallistuneet, kertoivat syyksi opiskelun (nuori1) tai perhekiireet (nuori2). Myös kesän piknik-tapaamisessa samat aiheet kiireestä ja jaksamisesta nousivat esiin. Selkein viesti nuorilta oli, että digitaalinen muoti ja sen harrastaminen kiinnostaa, mutta tärkeintä olisi saada tavata kasvokkain ja tehdä yhdessä. Verkossa tekeminen ei ollut nuorista enää kiinnostavaa kun ”kaikki tapahtuu verkossa” (nuori3 ja nuori4).

Verkkohengailun alustana Discord saa palautteen antaneilta kehuja, kun taas Google Meet-alustaa kutsutaan ”aika lagiseksi” eli jumittavaksi ja hitaaksi. Palautteesta ilmenee, että nuoret odottivat hengailuilta erilaisten resurssien löytymistä, ja toisaalta he eivät tienneet mitä odottaa. Muotialan vierailija ja tuttujen kanssa jutteleminen olivat olleet kevään hengailuiden kivoimmat asiat. Kysyttäessä mikä olisi voinut olla paremmin, kyselyyn vastaajat toivovat jostain projektia tai aktiviteettia. Tämä on kuitenkin ristiriidassa nuorilta saadun sanallisen palautteen kanssa, jolloin nuoret pohtivat, että iso projekti olisi voinut olla stressaavaa koulun ja kaiken muun ohella. Nuoret eivät myöskään valinneet suunnitteluprojektia suunnittelijan kanssa, vaikka tämä oli yksi kevään toimintojen vaihtoehtoista.

Kyselyyn vastanneet eivät olleet kiinnostuneita jatkamaan verkkohengailua ilman varsinaista teemaa, mutta esimerkiksi muotiviikkojen yhteinen seuraaminen tai alan vierailijoiden tapaaminen verkossa kiinnosti. Myös kasvokkain tapaamiset ja digitaalisten ohjelmistojen oppiminen yhdessä nähtiin kiinnostavana.

On hyvä huomioida, että nuorten kanssa toimittaessa palautetta saa parhaiten kasvotusten ja heti tapahtuman jälkeen. Kehittämistyön kannalta vapaamuotoiset keskustelut olisi kannattanut nauhoittaa, jolloin nuorten palautetta olisi saatu tallennettua paremmin.

5.4 Muiden verkkotapahtumiin osallistuminen

Ilmoittauduin Fashion Revolution -viikolla huhtikuussa 2021 järjestettäviin muotiaiheisiin verkkotapahtumiin. Tavoitteenani oli nähdä, miten muut toteuttivat muotiin liittyvää toimin-

taa verkon välityksellä ja kokea osallistujan näkökulmasta verkossa tapahtuva muodin harrastaminen. Tapahtumat toteutettiin etäyhteydellä Zoom-, Instagram Live - ja YouTube -videoalustoilla. Kaikkia työpajoja yhdisti etukäteissuunnittelu ja erikoistaidon tai -tiedon esittely asiantuntijan johdolla. Työpajat olivat katsottavissa jälkeenpäin Fashion Open Studion verkkosivuilta (Fashion Open Studio 2022) ja Fashion Revolutionin YouTube-kanavalta (Fashion Revolution 2022b).

Lydia Boltonin ”Remaking your t-shirts”- työpajassa työstettiin vanhaa t-paitaa. ”Stitch-n-Bitch”-tapahtumassa jokainen osallistuja ompeli itsenäisesti tai osallistui keskusteluun ilman ompelua. ”Glorious Garbage”-tapahtumassa kierrätysteemoistaan tunnettu muotisuunnittelija Kevin Germanier esitteli studiotilaansa ja tekemiään töitään. Tapahtumien videoinnit oli toteutettu kannettavalla tietokoneella tai älypuhelimien kameralla, ja osallistuminen oli mahdollista eri alustojen kautta. Osallistujien keski-ikä vaikutti kaikissa tapahtumissa korkeammalta kuin mitä Muotijutun kohderyhmä on. Tapahtumat olivat mahdollisuus verkostoitua ympäri maailmaa ja kokea yhteisöllisyyttä yhdessä tekemisen kautta. Samanlaista yhteisöllisyyttä tavoiteltiin myös suomalaisessa KorjausMarathonissa sekä SeamsHelsingin verkkotapahtumissa.

Livenä lähetettävien videoiden hyvä puoli on, että niistä saa todellisen kuvan siitä, miten itsenäiset muotialan suunnittelijat työskentelevät tai kuinka aikaa vievää vaatteiden tekeminen on. Tämä sai miettimään, olisiko yhdistyksen verkkohengailuissa ollut hyvä tehdä myös yhteistä ompelua. Eri ompelutekniikoiden opettaminen oli rajattu pois, sillä aivoriihessä nuoret olivat kertoneet opettelevansa tarvittaessa YouTuben avulla. Myöskään suunnitelmallista ohjausta ei ole tehty, sillä nuoret eivät ole sitä toivoneet, yksittäisiä kertoja lukuun ottamatta. Tämä on verrattavissa Muotijutun kurssitoimintaan, jossa tekeminen perustuu osallistujan omiin mielenkiinnon kohteisiin.

Fashion Revolution -viikon maksuttomiin tapahtumiin kirjauduttiin Event Brite -sovelluksella ja muistutus tapahtumasta tuli sähköpostiin. Nuorten kanssa toimittaessa on usein tarpeen lähettää useampia muistutusviestejä eri viestintäkanavilla. Muotijutun nuorten kanssa oli sovittu viestimisen tapahtuvan pääsääntöisesti sähköpostitse ja lisäksi muistutusviestien lähettämisestä WhatsApp-sovelluksella.

5.5 Asiantuntijahaastattelut

Haastattelin valtakunnallisen digitaalisen osaamiskeskus Verken suunnittelija Juha Kiviniemeä. Kiviniemen mukaan Suomessa lähtökohdat digitaaliseen nuorisotyöhön ovat hyvät ja koronan sulkiessa toimintoja, nuorisotyö siirtyi digitaaliseen muotoon vauhdilla. Jos digitaalinen nuorisotyö oli osana toimijan strategiaa, pystyttiin pandemian vaatimaan etäkohtaamiseen vastaamaan nopeasti. (Kiviniemi 2021.)

Kiviniemen mukaan Suomessa digitaalisen nuorisotyön verkkokohtaamiset ovat mahdollisia hyvien verkkoyhteyksien saavutettavuuden vuoksi ja usein ajatellaan nuorten pääsevän verkkopalveluihin ja -toimintoihin milloin vain, vaikka näin ei aina ole. Olisi hyvä huomioida digitaalista nuorisotyötä suunniteltaessa, että kaikilla nuorilla ei ole internet-yhteyttä käytettävissä jatkuvasti, mahdollisuutta asentaa sopivia sovelluksia tai esimerkiksi vanhoja laitteita ei tahdota näyttää muille nuorille. ”Digitaalinen kuilu” voidaan Kiviniemen mukaan tasata tarjoamalla kaikille osallistujille tarvittavat resurssit. (mt 2021.)

Kiviniemen mukaan digitaalinen nuorisotyö pitäisi nähdä muunakin kuin sosiaalisen median alustoilla toimimisena tai pelaamisena, ja nostaa esiin niin kutsutun maker-kulttuurin. Maker-kulttuuri perustuu itse tekemiseen, tiedon jakamiseen ja kokeilemiseen ja mukana on teknologian elementtejä koodauksesta ja robotiikasta (Kiviniemi 2019, 15-17). Pandemian alkuaikana maker-toimintaa oli kokeiltu verkkopohjaisena toimintana. Toiminnan tärkeät osat, kuten jakaminen ja yhteisöllisyys, eivät olleet siirtyneet verkkoon ja maker-toiminnan verkkopohjaisista kehittämistä ei oltu jatkettu. Kiviniemi toivoisi erityisesti maker-toiminnan yleistymistä nuorisotyön kentälle, ja kuvailee kuinka digitaalinen tekeminen ja suunnittelu voisivat olla osa nuorisotyössä käytettäviä kädentaitojen välineitä. Kiviniemi myöntää, että vaikka pelimaailmasta hänelle oli tuttua pelihahmojen muokkaaminen, oli nuorten muodin harrastaminen digitaalisilla alustoilla hänelle uusi konsepti. (Kiviniemi 2021.)

Toinen haastateltavani oli digitaalisen muodin asiantuntija, Aalto-yliopiston tohtorikoulutettava Natalia Särmäkari. Särmäkari näkee digitaalisen muodin kulttuurina ja työ- ja kommunikatiivälineenä, joka mahdollistaa luovuuden toteuttamista niin suunnittelijoille kuin kuluttajille ilman fyysisen muodin asettamia sosiaalisia tai ekonomisia rajoituksia. Vaikka digitaalinen muoti tarjoaa mahdollisuuden leikkiä ja luoda erilaisia identiteettejä verkon ympäristöihin, on se Särmäkarin mukaan pitkälti nykyisen kulttuurin siirtämistä verkon alustoille ja antaa esimerkiksi digitaaliset kehot, jotka ovat usein kopioita reaali maailmassa vallitsevista

ihanteista. Tasa-arvon ja monimuotoisuuden saavuttamiseen on Särmäkarin mukaan vielä matkaa. (Särmäkari 2021.)

Digitaalisen muodin suosituimmiksi ohjelmistoiksi Särmäkarin nimeää CLO3D- ja Browzwear-ohjelmat. Molemmat ohjelmistot ovat maksullisia, mutta CLO3D on edullisuu-
tensa vuoksi noussut harrastelijoiden keskuudessa suosituimmaksi. Särmäkari tuo esiin kuinka digitaalisen muodin tekeminen on edullisempaa ja ekologisempaa kuin fyysisen muodin. Li-
säksi Särmäkarin mukaan on mielenkiintoista, miten digitaalisen muodin tekijät näkevät it-
sensä käsityöläisinä. (mt. 2021.)

Digitaaliseen muodin tekemiseen kuuluu vahvasti jakamisen kulttuuri ja yhteisöalustoilla jae-
taan tietoa ja tiedostoja, jotka helpottavat digitaalisen muodin tekemistä. Särmäkari (2021)
mainitsee esimerkkinä The Fabricantin Facebook-ryhmässä jaettavan tiedon. Keväällä 2022
kyseinen The Fabricant - Digital Fashionauts -ryhmä lopetti toimintansa Facebookissa ja siir-
tyi Discordiin The Fabricantin omalle palvelimelle (The Fabricant 2022).

Särmäkarin mukaan digitaalinen muoti otti harppauksen eteenpäin pandemian aikana, kun
verkon alustoilla ja digitaalisen pelaamisen parissa vietettiin enemmän aikaa. Muotiin on
tullut mukaan myös NFT-keräily. Särmäkarin mukaan digitaalinen muoti on nyt trendi, ja
nähtäväksi jää, muodostuuko siitä megatrendi vai hiipuuko se marginaaliin pandemia-ajan
verkkoähkyn seurauksena. (Särmäkari 2021.)

6 KEHITTÄMISEHDOTUKSET

Olen jakanut kehittämisehdotukseni kolmeen ryhmään: digitaalisilla alustoilla toimimiseen, muodin tekemiseen yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa ja kurssitoimintaan lisättäviin elementteihin. Kehittämisehdotusten lopuksi käsittelem nuorten olemisen merkityksiä verkon tiloissa ja miten tämä tulisi huomioida nuorten toimintaa suunniteltaessa.

6.1 Digitaaliset alustat yhdistyksen toiminnassa

Muotijutun toimintaa keväällä 2021 suunniteltiin maksuttomille ja verkkopohjaisille alustoille huomioiden mahdollisuuksien mukaan laitevaatimukset. Näin kannattaa toimia myös jatkossa. Nuoret eivät ole automaattisesti diginatiiveja, vaikka heitä usein siksi kutsutaankin, ja tästä syystä nuorten digitaalisen osaamisen yksilöllisyys ja medialukutaito tulee huomioida jo toiminnan suunnitteluvaiheessa. Mikäli osallistujat ovat etukäteen tiedossa, alkukartoitus käytössä olevista laitteista ja osaamisesta auttaa suunnittelemaan millaista toimintaa on mahdollista järjestää. Digitaalisten alustojen ikäraajat on hyvä tarkastaa suunnitteluvaiheessa, jotta toiminta on soveltuvaa kaikille.

Kevään verkkokokeiluista saadun palautteen ja yhdistyksen resurssit huomioiden muotialan ammattilaisten vierailuita verkkoalustoja hyödyntäen kannattaa jatkaa. Vierailuiden alustana voidaan käyttää jo olemassa olevaa Discord-palvelinta tai Instagramin Live -videolähetystoimintaa. Saman tyyppinen Instagram Live:en liittyvä idea löytyy myös nuorten aivoriihi-ideoista. Satunnainen verkkopohjainen toiminta on helppoa ja kevyttä järjestää, ja mahdollistaa osallistumisen globaalisti. Vierailuihin kannattaisi lisätä muotialan ammattilaisten työskentelytilojen esittelyä, jonka avulla nuorille aukeaisi todellisempi kuva siitä, mitä työskentely muotialalla voi olla. Muotialalla työskentelevien tapaaminen on yhdistyksen tavoitteita tukevaa toimintaa, sillä se tukee nuorten työllistymismahdollisuuksia alalle parantamalla heidän verkostoitumismahdollisuuksiaan. On hyvä muistaa, että nuoret saattavat toivoa muodin ammattilaisten tapaamisia ja yhteisiä projekteja, mutta eivät välttämättä uskalla toimia ammattilaisten kanssa. Yhdistyksen ohjaajien tulee osata toimia nuorisotyöllisellä otteella mahdollistaen nuorten ja muodin ammattilaisten tulevien tapaamisten onnistuminen.

Vaikka Instagramin ryhmäkeskustelun luominen ei keväällä 2021 onnistunut, tulisi yhdistyksen kokeilla uudestaan ryhmän perustamista nuorten kanssa ja luoda ryhmälle selkeä tavoite. Tutkimuksissa korona-ajan vaikutuksista nuoriin on nuorten palaaminen harrastustoimintaan

ennustettu olevan haastavaa (MDI, Juvenia & Xamk 2021). Tästä on ollut viitteitä myös yhdistyksen nuorten parissa. Yhteisöllinen keskusteluryhmä muotiin liittyvistä asioista tukisi nuoria muodin harrastamisessa ja ryhmäkeskustelun avulla voitaisiin saada myös uusia kiinnostuneita muodin harrastamisen pariin. Sosiaalisen median yhteisö- ja kuvapalveluista yhdistyksen kannattaa keskittyä Instagram-sovellukseen, joka oli aivoriiehen osallistuneiden nuorten keskuudessa suosituin sovellus. Nuorten tavoittamiseen Instagram soveltuu parhaiten maksuttomuuden, nuorten suosion ja visuaalisen monipuolisuutensa vuoksi.

Kevään 2021 toiminnassa muodin harrastajaryhmä toivoi sähköpostia ensisijaiseksi tiedotuskanavaksi, mutta suurin osa ei vastannut sähköposteihin. Sähköposti on nuorille väline tiedonsaamiseen, ei kommunikointiin, ja nuorten kanssa toimiessa on hyvä tiedostaa, että nuoret eivät usein vastaa sähköpostiviesteihin. Yhdistyksen toiminnasta tiedottaminen kannattaa jatkossakin tehdä usealla eri viestintäkanavalla.

Discordissa olevaan digitaalisen muotitalo The Fabricantin yhteisöön liittyminen ja maksuttomiin koulutuksiin osallistuminen toisi yhdistyksen toimintaan digitaalisen muodin sisältöjä ja tietoa, jota yhdistyksen ohjaajilla ei ole.

Hybridi-toiminnan järjestäminen, kasvokkain ja verkossa samanaikaisesti kohtaaminen, vaatisi kaksinkertaisen määrän resursseja ja työn tilaajalle tämä ei ole mahdollista nykyisillä resursseilla. Hybridi-muotoista toimintaa ei kannata sulkea pois kokonaan ja jos yhdistys tulevaisuudessa saisi lisää resursseja, olisi hybridi-mallista toimintaa kiinnostava kokeilla.

Nuorten hyvinvointia, niin fyysistä, henkistä kuin psyykkistä hyvinvointia, voi tukea olemalla läsnä ja kiinnostunut heidän maailmastaan. Kun verkon alustojen nähdään muodostavan nuorille tärkeitä tiloja, niissä toimiminen esimerkiksi muodin harrastamisen kautta, voi tukea nuoren hyvinvointia.

6.2 Yhteistyössä tehty digitaalinen muoti

Digitaalisten taitojen puute on edelleen yleinen kompastuskivi nuorisotyön digitaalisia toimintoja kehitettäessä. Myös tämän työn tilaajalle resurssien ja osaamisen puute olivat ensimmäisiä haasteita digitaalisen muodin harrastamisessa. Ratkaisuna tähän on resurssien lisääminen yhteistyötahojen avulla.

Digitaalisen muodin tekemisessä eniten käytössä olevat ohjelmistot ovat tällä hetkellä CLO3, Browzwear ja Marvelous Designer. Koska mainitut ohjelmistot ovat Muotijutulle liian kalli-

ta, tulisi yhdistyksen etsiä mahdollisia yhteistyötahoja. Muotijutun toiminta-alueella Helsingissä on useita peli- ja muotialan toisen ja korkea-asteen oppilaitoksia, joilta löytyvät vaadittavat ohjelmistot ja osaamista niiden käyttöön. Valtakunnallinen Suomen harrastamisen malli, jossa harrastaminen viedään kouluihin koulupäivän aikana, on suunnattu pääsääntöisesti Muotijutun kohderyhmää nuoremmille, mutta saattaa kuitenkin lisätä koulujen yhteistyöhalua muiden ikäryhmien kanssa.

Digitaalisten vaatteiden tekeminen eri videopeleissä voisi olla myös osa toimintaa. Pelien mahdollistama luovuus vaatteen, skinin, suunnittelussa on rajoitetumpaa, mutta myös helpompaa kuin 3D-ohjelmistoilla. Pelimaailmassa läsnä oleminen vaatii aikaa, joten yhdistyksen kannattaisi pohtia yhtenä yhteistyömahdollisuutena esimerkiksi nuorisotyötä ja pelaamista yhdistävää digitaalista pelitoimintaa. Pelitoiminnan ohjaajilla olisi peliosaamista ja valmiita peliyhteisöjä, joista toiminnan voisi aloittaa. Digitaalisen pelaamisen kautta muodista kiinnostuneet voisivat innostua kokeilemaan muodin harrastamista myös fyysisessä maailmassa.

Digitaalista nuorisotyötä ja harrastamista on myös verkon alustojen ulkopuolella. Diy-henkisessä maker-toiminnassa on samanlaisia elementtejä käsillä tekemisestä ja yhteisöllisyydestä kuin Muotijutun kurssitoiminnassa. Helsingin kaupungin kirjastojen Kaupunkiverstaiksi kutsutuissa toimipisteistä löytyy 3D-tulostimia, ompelukoneita ja mediakoneita tarvittavine ohjelmistoineen. Kun pandemiarajoitukset ovat poistuneet, maker-toiminnan yhdistäminen osaksi muodin harrastamista toisi Muotijutun toimintaan uudenlaista digitaalista tekemistä. Maker-toimintaan neuvoja ja yhteistyötahoja voi kysyä Verkestä. Maker-toiminnan tuominen osaksi kulttuuriseen nuorisotyöhön pohjautuvaa yhdistyksen toimintaan olisi uudenlainen avaus kädentaitoja, yhteisöllisyyttä ja luovuutta yhdistävänä toimintamuotona. Kaupunkiversaiteiden mediakoneet mahdollistaisivat myös toteuttamatta jääneen virtuaaligallerian tekemisen yhdessä nuorten kanssa.

Kaikissa yhteistyömahdollisuuksissa ajatuksena on yhdessä tekeminen ja tasapuolinen laitteiden tarjoaminen osallistujille. Erialaisten pandemiarajoitusten kanssa toimiminen saattaa olla osa tulevaisuuden arkea ja olisi toivottavaa, että esimerkiksi laitteiden lainaaminen tai työtilojen varaaminen olisi mahdollista myös rajoitusten aikana. Harrastustoiminnan mahdollisuuksien lisääminen eri rajoitusten puitteissa tukisi nuorten hyvinvointia myös tulevana poikkeusaikoina. Tämä voisi näkyä myös Muotijuttu ry:n toiminnassa erikoisvälineiden lainaamisena. Tavaroiden lainaaminen oli yksi idea nuorten aivoriivessä. Muotijuttu ry:llä on tällä hetkellä kymmenen sovituskukkoa varastossa ja näille kannattaisi kehittää lainausmalli. Erityisvälinei-

tä lainaamalla mahdollistettaisiin muodin harrastaminen yhdistyksen kurssitoiminnan ulkopuolella.

6.3 Kurssitoimintaan lisättävä digitaalinen tekeminen

Eri 3D-ohjelmistojen lisäksi on digitaalisen muodin tekemiseen tarjolla selainpohjainen ratkaisu. Keväällä 2022 lanseerattu The Fabricant Studio -verkkosivustolla on mahdollista suunnitella oma digitaalinen vaate. Yhdistyksen toimintaan verkkosivupohjainen toiminta sopisi hyvin ja kannattaa harkita otettavaksi mukaan kurssimuotoiseen toimintaan. Yhdessä tekeminen yhdistyksen tarjoamilla laitteilla kurssin aikana takaisi tasapuolisen osallistumisen kaikille. Pääsyyn vaaditaan kryptovaluuttalompakko, jolla tuotteen kehittäminen verkossa myytäväksi tuotteeksi maksetaan. Muotijuttu ry:lle kryptovaluuttalompakko olisi mahdollista hankkia yhdistyksen hallituksen päätöksellä.

Muita digitaalisen muodin elementtejä, joita kannattaisi lisätä kurssimuotoiseen toimintaan on Pinterest-taulujen tekeminen. Tämä saattaisi toimia paremmin perinteisen muotikurssin aikana eri teemoilla ja olemassa oleva tili on hyvä pitää aktiivisena, jotta se on valmiina käyttöön tarvittaessa. Yhdistyksellä voisi olla myös oma virtuaalilähettiläs tai virtuaalinen malli, joka esitteli yhdistyksen toiminnassa tehtyä digitaalista muotia eri alustoilla. Lähettiläs voitaisiin luoda yhdessä nuorten kanssa kurssin aikana.

6.4 Nuoret ja hiljaiset signaalit

Verkon identiteetikokeilut eivät ole ainoastaan muotia harrastavan nuoren elämässä, vaan metaversumissa toimimisen yleistyessä, tulevat jokaisen elämään. Tarvitaan ymmärrystä siitä, mitä verkkoon rakennettu identiteetti merkitsee nuorelle, ja kuinka eri alustoilla tapahtuva identiteettityö näyttäytyy nuoren elämässä. Nykynuorille verkon ja verkon ulkopuolella tapahtuva kohtaaminen ja oleminen nähdään saman arvoisena, ja verkossa tapahtuva voi olla yhtä vaikuttavaa kuin verkon ulkopuolella.

Heini Karppisen (2019) mukaan hiljaisten signaalien huomioiminen nuorten arjessa on mahdollista nuorten kanssa toimivilla tahoilla. Nuorten kanssa toimivia tahoja on useita nuorisotyönkentältä kulttuurituottajiin ja harrastustoiminnan ohjaajiin. Nuorten uusien tilojen muodostuminen verkon alustoille vaatii nuorten kanssa toimivalta ymmärrystä verkon tilojen merkityksistä. Kun metaversumin käsitteet ovat hallussa, aukeavat sen mahdollisuudet myös uudenlaisen toiminnan kehittämiseen.

Nuorilla on tarve tulla kuulluksi ja nähdyksi. Nuorten kokonaisvaltaista hyvinvointia tukee osallisuuden kokemus ja mahdollisuus vaikuttaa. Yhdistyksen toiminnassa kannattaa jatkaa nuorten ideoiden kuulemista ja niihin pohjautuvaa toiminnan suunnittelua. Ideointi nuorten kanssa voi myös tuoda totuttuun tekemiseen uudenlaista sisältöä ja nostaa esiin nuorten hillaista tietoa. Sitran ennakointi- ja strategiajohtaja Katri Vataja kysyi Sitran Heikot signaalit 2022-raportin julkistamistilaisuudessa, mitä yllättävää metaversumissa voisi tapahtua. Kun metaversumi on paikka, jossa kaikki kietoutuu yhteen ja fyysiset lait eivät pidä, voi pohtia miten heikkoja signaaleja havainnoidaan ja miten niille annetaan merkityksiä (Sitra 2022).

7 YHTEENVETO

Opinnäytetyöni tavoitteenani oli selvittää yhdistystoimijalle digitaalisen muodin harrastamisen mahdollisuuksia. Työn tuloksena työn tilaajalla Muotijuttu ry:llä on nyt selkeä käsitys siitä, mitä digitaalisen muodin harrastaminen tällä hetkellä on ja miten sitä voisi harrastaa yhdistysmuotoisessa toiminnassa. Saadut tulokset huomioiden yhdistyksen toimintaan tulisi sisällyttää digitaalista muodin harrastamista. Lisäämällä tämän työn esittämiä kehittämisehdotuksia osaksi yhdistyksen toimintasuunnitelmaa, saadaan Muotijuttu ry:n toimintaan digitaalisen muodin tekemistä, joka voi avata yhdistykselle myös uusia rahoituskanavia.

Kehittämistyön aikana digitaalisen muodin harrastamisen määritelmä selkeytyi. Se voidaan jakaa kahteen eri osa-alueeseen: digitaalisten vaatteiden tekemiseen tai fyysisiin ja digitaalisiin vaatteisiin pohjautuvaan tekemiseen digitaalisten yhteisöjen ja alustojen avulla. Molemmat kaksi digitaalisen muodin harrastamisen aluetta voivat sisältää yhden tai useampia osa-alueita muodin harrastamisen kolmesta alueesta: käsillä tekemisestä, kuluttamisesta ja muodin seuraamisesta.

Nuorten kanssa tekeminen on usein hetkessä olemista, jossa ei jäädä kiinni asioihin vaan liikutaan eteenpäin, kun jokin ei toimi. Tämä näkyi myös kehittämistyön digitaalisen toiminnan kokeiluissa keväällä 2021. Kun kaikki oli verkossa, nuorten harrastamisen into hiipui ja suunniteltuja verkon hengailuita ei toteutettu pakolla. Yhdistyksen kannattaa kuitenkin jatkaa yhteisöllisyyden ylläpitämistä ja järjestää toivottua toimintaa jo olemassa olevilla resursseilla, ja lisäksi kokeilla miten muodin harrastaminen muotoutuisi eri yhteistyötahojen kanssa.

Kehittämistyöstä saatu ymmärrys nuorten verkkoidentiteetin merkityksestä ja verkon uusien tilojen vaikutus auttavat jatkossa toiminnan suunnittelussa. Digitalisaatio muuttaa etenkin totuttuja toimintatapoja (Verke 2019, 94) ja yhteiskunnan digitalisaatio on tuonut nuorisotyöhön uudenlaisia toimintatapoja ja työkaluja. Verkossa olevat tilat tulevat tulevaisuudessa olemaan isommassa osassa niin nuorilla kuin alalla työskentelevillä aikuisilla. Tasapuolisuus, tasa-arvo ja yhteisöllisyyden luominen toimittaessa kansainvälisten, voittoa tavoittelevien sosiaalisen median jättien tarjoamalla alustoilla on käyttäjien vastuulla.

Verken suunnittelija Heikki Lauha kehottaa esipuheessaan Nuorisotyön Digitalisaatio 2030 -julkaisussa nuorisotyön tekijöitä kehittämään ja visioimaan uudenlaista tekemistä digitaalisen nuorisotyön parissa, jo olemassa olevien rakenteiden ylläpitämisen sijaan (Eriksson & Tuuva-Hongisto 2019, 6). Digitaalisen muodin tuominen nuorisotyön kentälle olisi juuri edellä mai-

nittua uudenlaista tekemistä, joka myös haastaa aikaisemman tekemisen tapoja. Nuoret ja nuorisotyö ovat siirtymässä enenemässä määrin verkon alustoille, metaversumiin, jossa digitaalinen muoti määrittää nuoren yhteisöitä ja luovuutta. Muodin ja nuorisotyön ammattilaisina Muotijuttu ry:llä on etulyöntiasema ymmärtää nuorten olemista näissä uusissa tiloissa.

Verkossa on tarjolla monenlaisia vaihtoehtoja harrastamiseen ja yhteisölliseen tekemiseen, mutta suurin osa eri toimijoista lähestyy verkon alustoilla tapahtuvaa kohtaamista samalla kaavalla. Sitran Heikot signaalit julkistamistilaisuuden paneelikeskustelussa nuori signaalitiedustelija Alex Stenar kuvaili kuinka olemme liian kiinni vanhoissa ajatusmalleissa ja kehoitti lopettamaan villien ajatusten tyrmäämisen. Digitaalisen muodin harrastamiseen Stenarin kehoitus sopii hyvin. Kun tekniset haasteet on selätetty, nähtäväksi jää voiko digitaalinen tekeminen tuoda uudenlaisia, mullistaviakin, sisältöjä.

LÄHTEET

JULKAISTU AINEISTO

- Aaltonen, Sanna & Kivijärvi, Antti & Peltola, Marja & Tolonen, Tarja 2011. Ystävyydet. Teoksessa Mirja Määttä & Tarja Tolonen Annettu, otettu, itse tehty: Nuorten vapaa-aika tänään. Helsinki: Nuorisotutkimusseura
- Amed, Imran 2021. Why the Metaverse Is Fashions's Next Goldmine. Bloomberg Quicktake: Originals. Viitattu: 16.3.2021. <https://www.youtube.com/watch?v=UBZ6Bd0LDjs>
- Asikainen, Jaro 2018 Harva tietää halpavaatteen todellisen hinnan. Yle Uutiset. Viitattu: 19.10.2021. <https://yle.fi/uutiset/3-10309581>
- Ball, Taylor 2021. Why digital clothing is the 2021s most exciting tech trend. Viitattu: 21.10.2021. <https://uxplanet.org/why-digital-clothing-is-2021s-most-exciting-tech-trend-64717db6856b>
- Baron, Katie 2019. Carlings phygital t-shirt gives virtual fashion the accessible vibe brand landäs been waiting for. Forbes. Viitattu 16.5.2022. <https://www.forbes.com/sites/katiebaron/2019/12/09/carlings-phygital-t-shirt-gives-virtual-fashion-the-accessible-vibe-brand-lands-been-waiting-for/?sh=cc535a213a86>
- Berg, Annukka & Hildén, Mikael & Lahti, Kirsi 2014. Kohti kokeilukulttuuria. Analyysi Jyväskylän resurssiviisaista kokeiluista strategisen kehittämisen työkaluina. Sitran selvityksiä 77.
- Boyd, Tim 2020. Inside the secret world of Millennial subcultures. Financial Review 24.1.2020. Viitattu 7.12.2021. <https://www.afr.com/life-and-luxury/arts-and-culture/punks-not-dead-just-invisible-the-fashion-of-today-s-digital-tribes-20191206-p53hgr>
- Carlings 2018. adDress The Future. Carlings Official. Viitattu 16.5.2022. <https://www.youtube.com/watch?v=Sothlpxa6V0>
- Design Museo 2022. Intiimin kosketus-näyttely. Viitattu 13.3.2022.
- Digi- ja väestötietovirasto 2020. Yritysten ja yhteisöjen digiosaaminen. Digituen tarve vuonna 2020. Viitattu 28.8.2021. <https://dvv.fi/digituki-yrityksille-ja-yhteisolle>
- Discord 2021. Role of administrators and moderators on Discord. Viitattu 29.08.2021. <https://discord.com/safety/360044103531-Role-of-administrators-and-moderators-on-Discord>
- European Parliament 2021. The impact of textile production and waste on the environment (infographic). Julkaistu 3.3.2021. Viitattu: 19.10.2021. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/headlines/society/20201208STO93327/the-impact-of-textile-production-and-waste-on-the-environment-infographic>
- Eriksson, Susan & Tuuva-Hongisto, Sari 2019. Nuorisotyön digitalisaatio 2030. ”Meidän tulisi osata tarjota nuorille työkaluja maailmaan, jota me emme vielä itse tunne.” Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

- Esch, Leana 2020. How are fashion colleges and students coping in the covid-19 era. Viitattu 20.10.2021. <https://wwd.com/fashion-news/fashion-features/how-are-fashion-colleges-and-students-coping-in-the-covid-19-era-1234645618/>
- Eskola, Jari & Lätti, Johanna & Vastamäki, Jaana 2018. Teemahaastattelu: lyhyt selviytymisopas. Teoksessa: Raine Valli (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus
- Fashion Open Studio 2022. Viitattu 24.5.2022. <https://www.fashionopenstudio.com/events>
- Fashion Revolution 2022a. Viitattu: 11.3.2022. <https://www.fashionrevolution.org/about/>
- Fashion Revolution 2022b. Viitattu 24.5.2022. https://www.youtube.com/channel/UC0JS74vyisaHej_xEq_zZ1w
- Färm, Mia 2021. Mitä kuuluu nuoret 2021? – Koronaviruspandemian jättämät jäljet . Viitattu: 28.4.2022. <https://www.mielenterveysseurat.fi/etela-karjala/2021/10/07/mita-kuuluu-nuoret-2021-koronaviruspandemian-jattamat-jaljet/>
- General Data Protection Regulation 2018 voimaan tullut EU:n jäsenmaiden yleinen tietosuojasetus. Viitattu: 28.8.2021. <https://tietosuojafi.fi/gdpr>
- Gretschel, Anu & Laine, Sofia & Siivonen, Katariina & Peltola, Marja & Myllyniemi, Sami 2011. Toiminnan esteet. Teoksessa Mirja Määttä ja Tarja Tolonen Annettu, otettu, itse tehty: Nuorten vapaa-aika tänään. Helsinki: Nuorisotutkimusseura
- Hakala, Juha T. 2018. Toimivan tutkimusmenetelmän löytäminen. Teoksessa: Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus
- Heikkinen, Hannu L. T. 2018. Toimintatutkimus: Kun käytäntö ja tutkimus kohtaavat. Teoksessa: Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus
- Highsnobiety 2021. Select your character: A white paper on gaming and fashion. Prepared by Highsnobiety in collaboration with Civilization. Viitattu: 19.11.2021 https://drive.google.com/file/d/1ey7cUiJLIZFme8re8vdEMkdRq6DUDoE3/view?mc_cid=a7e3b552c0&mc_eid=10a527b4c4
- Karhunen, Maiju 2015. Näistä syistä muodin tutkimus on tärkeää. Savon Sanomat. Viitattu 5.9.2021. <https://www.savonsanomat.fi/kotimaa/N%C3%A4ist%C3%A4-syist%C3%A4-muodintutkimus-on-t%C3%A4rke%C3%A4/551812>
- Karppinen, Seija & Ruokonen, Inkeri & Uusikylä, Kari 2008. Nuoret ja taide. Ilolla ja innolla, uhmalla ja uholla: Kirjoituksia murrosikäisten taito- ja taidekasvatuksesta. Helsinki: Finn Lectura.
- Karppinen, Heini 2019. Parasta Maker-toiminnassa on käsillä tekeminen. Teoksessa Juha Kiviniemi (toim.) Maker-toiminta nuorisotyössä. Viitattu 13.8.2021. <https://www.verke.org/uploads/2021/01/f6742294-maker-toiminta-nuorisotyossa-verke.pdf>

- Kestilä, Laura & Määttä, Mirja & Peltola, Marja 2011. Rakenteet. Teoksessa Mirja Määttä ja Tarja Tolonen Annettu, otettu, itse tehty: Nuorten vapaa-aika tänään. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.
- Kiviniemi, Juha 2019. Maker-kulttuuria nuorisotyöhön. Teoksessa Juha Kiviniemi (toim.) Maker-toiminta nuorisotyössä. Viitattu 13.8.2021. <https://www.verke.org/uploads/2021/01/f6742294-maker-toiminta-nuorisotyossa-verke.pdf>
- Kotimaisten kielten keskus. Viitattu: 16.8.2021. <https://www.kielitoimistonsanakirja.fi>
- Kuyper, Eric de 2006. If everything's fashion, what's happening to the fashion?. Teoksessa: Nanda van den Berg & Jan Brand & José Teunissen & Anne van der Zwaag The Power of Fashion: About design and meaning. Woodbridge: Uitgeverij Terra.
- Lahtinen, Jenni & Salasuo, Mikko 2020. Harrastusten keskeytyminen harmitti. Tutkimus nuorten kokemuksista korona-aikana: vapaa-aika ja harrastaminen. Viitattu: 28.8.2021. <https://www.nuorisotutkimusseura.fi/nakokolma64>
- Lahtinen, Jenni & Salasuo, Mikko 2021. Näkökulma 79: ”Edelleen harmittaa” – Nuorten kokemus harrastamisen keskeytymisestä korona-aikana ja sen yhteys vapaa-ajan tyytyväisyyteen. Viitattu: 26.4. 2022. <https://www.nuorisotutkimusseura.fi/nakokolma79>
- Laine, Sofia & Gretschel, Anu & Siivonen, Katriina & Hirsjärvi, Irma & Myllyniemi, Sami 2011. Toiminnan motiivit. Teoksessa: Mirja Määttä & Tarja Tolonen Annettu, otettu, itse tehty: Nuorten vapaa-aika tänään. Helsinki: Nuorisotutkimusseura.
- Lauha, Heikki 2015. Verkko nuorten kokemana. Viitattu 16.12.2021. https://www.verke.org/uploads/2021/01/9ddf835d-verkko_nuorten_kokemana_verke.pdf
- Lauha, Heikki 2021. 500 päivää koronaa – mitä seuraavaksi. Viitattu 22.4.2022. https://www.verke.org/blogit/500-paivaa-koronaa-mita-seuraavaksi/?fbclid=IwAR2Rk_bKVN4hFI-TTGEVXIAD_ZVuUpUS0QjLP7MNcfYm-bTRals-mbYFnd0
- Lehtikangas, Annukka (toim.) 2014a. Identiteetti, vuorovaikutus ja toimijuus verkossa. Kar-toitus nuorten verkkokulttuuria käsittelevästä kotimaisesta tutkimuksesta. <https://www.verke.org/uploads/2021/02/e67b1bee-lehtikangas-identiteetti-vuorovaikutus-ja-toimijuus-verkossa.pdf>
- Lehtikangas, Annukka 2014b. Mitä verkko merkitsee nuorelle? Teoksessa Heikki Lauha (toim.) https://www.verke.org/uploads/2021/01/9ddf835d-verkko_nuorten_kokemana_verke.pdf
- Lönnqvist, Bo 2008. Vaatteiden valtapeli: Näkymättömän kulttuurianatomia. Jyväskylä: Gummerrus Kirjapaino
- Malm, Karla 2021. “Parempi vaihtoehto kuin 80-luvun Suomi”? Nuorisotyön tekijät, paikat ja ympäristöt vuonna 2030. Helsinki: Humanistinen ammattikorkeakoulu, julkaisuja 119. <https://www.humak.fi/wp-content/uploads/2021/04/Parempi-vaihtoehto-kuin-80-luvun-Suomi.pdf>
- Matinlauri, Minna 2008. Kämmenviestit - käsityön teinienergiaa. Teoksessa Seija Karppinen & Inkeri Ruokonen & Kari Uusikylä Nuoret ja taide. Ilolla ja innolla, uhmalla ja uhollla. Kirjoituksia murrosikäisten taito- ja taidekasvatuksesta. Helsinki: Finn Lectura.

- McDowell, Colin 2013. The anatomy of fashion: why we dress the way we do. London: Phal-
don Press Limited
- McFall-Johnsen, Morgan 2020. These facts show how unsustainable the fashion industry is.
World Economic Forum. Viitattu 19.10.2021.
<https://www.weforum.org/agenda/2020/01/fashion-industry-carbon-unsustainable-environment-pollution/>
- McKinsey & Company & Business of Fashion, useita kirjoittajia 2022. State of fashion 2022
report. Viitattu 6.1.2022. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>
- MDI & Juvenia & Xamk 2021. Selvitys koronakriisin vaikutuksista nuorisotoimialaan. Viitat-
tu 28.8.2021. https://tietoanuurista.fi/wp-content/uploads/2021/06/17.06.2021-materiaali-tulosten-esittelytilaisuus_MDI-Juvenia-Xamk_Korona-ja-nuoriso.pdf
- MolyBros 2022. YouTube-kanava. Viitattu 24.4.2022.
https://www.youtube.com/channel/UCB1WEOGzkif4nsJk_v7HYA
- Määttä, Mirja & Tolonen, Tarja 2011. Annettu, otettu, itse tehty: Nuorten vapaa-aika tänään.
Helsinki: Nuorisotutkimusseura
- Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2014. Kehittämistyön menetelmät:
uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. p. Helsinki: Sanoma Pro
- Pasanen, Anni 2020. Puolivälitarkastelu. Helsingin Sanomat Kuukausiliite no 576. 7.3.2020.
- Pekkarinen, Elina 2018. Kuka suostuu lasten ja nuorten tutkimuksessa? Vastuullinen tiede –
Tutkimusetiikka ja tiedeviestintä Suomessa. Viitattu 28.08.2021. <https://vastuullinen-tiede.fi/fi/tutkimuksen-suunnittelu/kuka-suostuu-lasten-ja-nuorten-tutkimuksessa>
- Puusa, Anu 2020. Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. Teoksessa Pauli Juuti &
Anu Puusa (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. (E-kirja). Gaude-
amus.
- Re-Edition 2022. Viitattu 16.5.2022. <https://www.reeditionmagazine.com/fashion/balenciaga-afterworld-the-age-of-tomorrow>
- Restorick, Trewin 2017. Nudging people away from fast fashion. Viitattu 28.4.2022.
<https://www.hubbub.org.uk/blog/nudging-people-away-from-fast-fashion>
- Reyes, Jessica 2021. Viitattu 24.5.2022. <https://www.looper.com/484965/luxury-brand-video-game-collabs-that-you-didnt-know-existed/>
- Roberts-Islam, Brooke 2020. Visionary fashion school creates interactive online game to
showcase graduates collections. Viitattu: 20.4.2021.
<https://www.forbes.com/sites/brookerobertsislam/2020/07/13/visionary-fashion-university-creates-interactive-online-game-to-showcase-graduates-collections/#288936f7298a>
- Ruohonen, Sinikka 2001. Nuorten Pukeutuminen: Erottumista, elämyksiä, harkintaa. Joensuu:
Joensuu University Press
- Ruotsalainen, Leena 2007. Kulttuurinen nuorisotyö on kamppailulaji. Teoksessa Tommi
Hoikkala & Anna Sell (toim.) Nuorisotyötä on tehtävä. Menetelmien perustat, rajat ja
mahdollisuudet. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto, 168–184.

- Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka Anna 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 27.04.2022. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/>
- Saariketo, Minna 2021. Mitä jos työpaja pitääkin järjestää etänä? Viitattu 21.4.2022. <https://www.verke.org/blogit/mita-jos-tyopaja-pitaakin-jarjestaa-etana/>
- Salasuo, Mikko (toim.) 2021. Harrastamisen äärellä : lasten ja nuorten vapaa-aikatutkimus 2020. Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Salasuo, Mikko & Gallar, Marika & Gräsbeck, Magnus 2006. Atomisoitunut Sukupolvi: Pääkaupunkiseudun nuorisokulttuurinen maisema ja nuorisotyön haasteita 2000-luvun alussa. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus.
- Schrey, Suvi 2008. "Siinä on niinku imago, et sit se on luksusta kun kellään muulla ei oo sitä". Tutkimus luksus pukeutumisen merkityksistä nuorille. Jyväskylä : Jyväskylän yliopisto. Taloustieteiden tiedekunta. Markkinoinnin pro gradu –tutkielma. Viitattu 25.7.2020. <http://urn.fi/URN:NBN:fi:juu-200806025385>
- SeamsHelsinki 2021. Viitattu 30.6.2021. <https://www.instagram.com/p/CTonrJPtQri/>
- Sintonen, Sara 2008. Mediakasvatus kulttuurista identiteettityötä tukemassa. Teoksessa Seija Karppinen & Inkeri Ruokonen & Kari Uusikylä Nuoret ja taide. Ilolla ja innolla, uhmalla ja uholla: Kirjoituksia murrosikäisten taito- ja taidekasvatuksesta. Helsinki: Finn Lectura
- Sinisalo-Juha, Eeva 2011. Nuoren identiteetti nuorisotyössä. Identiteettiteorioiden näkökulmia informaaliin kasvatukseen. Tampereen Yliopisto. Nuorisotyön ja nuorisotutkimuksen pro gradu –tutkielma. Viitattu 26.7.2020. <https://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-21515>
- Sitra 2022. Heikot Signaalit 2022. Tarinoita tulevaisuudesta. Sitran selvityksiä 200 julkistamistilaisuus 13.1.2022. <https://www.youtube.com/watch?v=1KTz4HSHFps>
- Smelik, Anneke 2006. Fashion and visual culture. Teoksessa Nanda van den Berg & Jan Brand & José Teunissen & Anne van der Zwaag The Power of Fashion: About design and meaning. Woodbridge: Uitgeverij Terra
- Sorjamaa, Tuomas 2016. Muotia ei ymmärretä, ja vasta ymmärryksestä syntyy bisnestä, sanoo Anna-Mari Vänskä. Apu. Viitattu 5.9.2021. <https://www.apu.fi/artikkelit/muotia-ei-ymmarreta-ja-vasta-ymmarryksesta-syntyy-bisnesta-sanoo-anna-mari-vanska>
- Sumiala, Johanna & Suurpää, Leena 2014. Nuoruus mediakaupungissa - tutkimuksen ja kasvatuksen muuttuvat ympäristöt. Teoksessa Heikki Lauha (toim.) Verkko nuorten kokemana. Viitattu 16.12.2021. https://www.verke.org/uploads/2021/01/9ddf835d-verkko_nuorten_kokemana_verke.pdf
- Söderberg, Matilda 2020. Fashion schools in lockdown: Swedish school of textiles. Viitattu: 20.4.2021. <https://1granary.com/designers-3/schools/fashion-schools-in-lockdown-swedish-school-of-textiles/>
- The Business of Fashion 2021. The Dematerialised on the Rise of Virtual Fashion. The Business of Fashion Podcast. Viitattu 20.11.2021. <https://open.spotify.com/show/6Y1STt6SGDnPc8AdDzGMzn>
- The Fabricant 2021. Viitattu: 21.10.2021. <https://www.thefabricant.com/iridescence>

- The Fabricant – Digital Fashionauts 2022. Viitattu 24.5.2022.
<https://www.facebook.com/groups/digitalfashiongroup>
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019. Viitattu 21.10.2021.
https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf
- Toikko, Timo & Rantanen, Teemu 2009. Tutkimuksellinen kehittämistoiminta : näkökulmia kehittämisprosessiin, osallistamiseen ja tiedontuotantoon. Tampere: Tampere University Press.
- Uski, Suvi 2014. Aitous verkkovuorovaikutuksessa: mitä ja miten? Teoksessa Heikki Lauha (toim.) Verkko nuorten kokemana. Viitattu 16.12.2021.
https://www.verke.org/uploads/2021/01/9ddf835d-verkko_nuorten_kokemana_verke.pdf
- Uusitorppa, Harri 2020. Vaatteet ovat professorin aatteet. Helsingin Sanomat 25.5.2020.
- Vainikka, Eliisa 2014. Anonyyminä Verkossa. Teoksessa Heikki Lauha (toim.) Verkko nuorten kokemana. Viitattu 16.12.2021. https://www.verke.org/uploads/2021/01/9ddf835d-verkko_nuorten_kokemana_verke.pdf
- Valli, Raine 2018. Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Teoksessa: Raine Valli (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus
- Valli, Raine & Perkkilä, Päivi 2018. Sähköinen kyselylomake ja sosiaalinen media aineistonkeruussa. Teoksessa Raine Valli. (toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Verke 2019. Mitä nuorisotyön tulisi tietää? Havaintoja teknologisoituvasta maailmasta. Viitattu 10.3.2021. https://www.verke.org/uploads/2021/01/07d257a7-mita-nuorisotyon-tulisi-tietaa-havaintoja-teknologisoituvasta-maailmasta-2019_verke.pdf
- Verke 2020. Verke LIVE - Discordin perusteet. Viitattu 22.4.2022.
<https://www.youtube.com/watch?v=lxoStgVNI3E>
- Verstas24/7 2020. Korjausmaraton 2020. Viitattu 22.01.2022.
<https://www.facebook.com/events/172716947507440>
- Vilkka, Hanna 2018. Havainnot ja havainnointimenetelmät tutkimuksessa. Teoksessa Raine Valli. (toim.). Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Värtinen, Veera 2019. Kuviteltu yhteisöllisyys ja “social proof” vaikuttavat kulutukseemme – miten sosiaalisessa mediassa voidaan rakentaa yhteisöllisyyttä?. Viitattu 21.4.2022.
<https://www.verke.org/blogit/kuviteltu-yhteisollisyys-ja-social-proof-vaikuttavat-kulutukseemme-miten-sosiaalisessa-mediassa-voidaan-rakentaa-yhteisollisytta/>
- Williams, Robert 2022. Gucci: Testing Luxury’s Opportunities in the Metaverse. Teoksessa McKinsey & Company ja Business of Fashion, useita kirjoittajia 2022. State of fashion

2022 report. Viitattu 6.1.2022. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion>

JULKAISEMATON AINEISTO

Muotijuttu ry 2019. Muotijuttu ry säännöt. Tekijän hallussa. Ei julkaistu.

Muotijuttu ry 2020a. Toimintakertomus 2020. Tekijän hallussa. Ei julkaistu.

Muotijuttu ry 2020b. Syksy 2020 Palautekysely. Tekijän hallussa. Ei julkaistu.

Aivoriihi työskentelyn alkuperäiset nuorten muistiinpanot 2020. Tekijän hallussa. Ei julkaistu.

Havainnointipäiväkirja kevään 2021 toiminnasta. Tekijän hallussa. Ei julkaistu.

HAASTATTELUT

Kiviniemi, Juha 2021. Suunnittelija, Helsinki. 23.8.2021. Haastattelija: Mervi Autio

Särmäkari, Natalia 2021. Tohtorikoulutettava, Helsinki. 30.8.2021. Haastattelija: Mervi Autio.

SUULLISESTI SAATU TIETO

Nuori1 – 15.6.2021

Nuori2 – 15.6.2021

Nuori3 – 13.6.2021

Nuori4 – 13.6.2021

LIITTEET

Liite 1.

Verkkotoiminnan turvallisen tilan periaatteet Muotijutun verkkohengailuun keväällä 2021.



Liite 2.

Muotijuttu kevät 2021 palautekysely

Tässä kyselyssä voi vastata kysymyksiin liittyen Muotijutun toimintaan keväällä 2021. Vastaus on vapaaehtoista ja kaikki vastaukset ovat nimettömiä. Voit halutessasi jättää kohtia vastaamatta. Voit vastata vaikka et osallistunutkaan toimintaan ja kertoa miksi et osallistunut.

1. Osallistuitko keväällä 2021 Muotijutun toimintaan? Jos et ole ihan varma päivämääristä, voit laittaa myös "en muista" .

- a) hengaus / 14.3.2021 Google Meet - suunniteltiin mitä digitaalista toimintaa tehtäisiin
- b) hengaus / 4.4.2021 Discord - hengaliua
- c) hengaus / 11.4.2021 Discord - vierailija Aalto Yliopistosta
- d) hengaus / 25.4.2021 Discord - mm. stailaus haaste-kuvat
- e) 13.6.2021 Puisto Piknik
- f) En osallistunut
- g) En muista mihin osallistuin mutta osallistuin johonkin!

2. Kerro mikä sai sinut osallistumaan tai miksi et päässyt osallistumaan. Meitä kiinnostaa tietää kaikki :)

3. Mitä mieltä olit virtuaali hengailun alustasta? Google Meet ja Discord - plussat ja miinukset. Olisitko toivonut jonkun muun alustan?

4. Kevät 2021 oli rankkaa aikaa kun kaikkea rajoitettiin koronan takia. Vaikuttiko virtuaali hengailu mitenkään alla mainittuihin asioihin:

Vastaus vaihtoehdot: En lainkaan, Vähän, Jonkin verran, Todella paljon!

- a) Minulle oli tärkeää, että pystyin tapamaan muodista kiinnostuneiden
- b) Sain arkeen jotain muuta ajateltavaa
- c) Opin uusia asioita muodista
- d) Tiedän muotialasta nyt enemmän
- e) Koin kuuluvani ryhmään / yhteisöön
- f) 6.Koin saavani vaikuttaa digitaalisen muotiharrastamisen sisältöihin

5. Mitä odotuksia sinulla oli digitaalisesta muotiharrastamisesta?

6. Mikä virtuaali hengailussa oli parasta?

7. Mitä olisi voinut olla toisin / paremmin virtuaali hengailuissa?

8. Haluaisitko jatkaa digitaalista / virtuaalista muotiharrastamista?

- a) En ole kiinnostunut digitaalisesta harrastamisesta^[1]_[SEP]
- b) Kyllä / esim. kerran kuussa hengailua ilman erityistä teemaa^[1]_[SEP]
- c) Kyllä / muotiviikkojen aikana^[1]_[SEP]
- d) Kyllä / muotialan vierailijoiden tapaamisia verkon välityksellä^[1]_[SEP]
- e) Kyllä / digitaalisten ohjelmien ja alustojen opettelua yhdessä^[1]_[SEP]
- f) Ei / Haluaisin mieluummin live-tapaamisia muodista kiinnostuneiden kanssa
- g) Muu:

9. Haluatko vielä sanoa jotain digitaalisesta muodista, muodin harrastamisesta tai Muotijutusta? Vapaa sana :)