

SUOMALAISET MUODIN KÄSITYÖLÄISET



SUOMALAISEN MUOTOILUN JA KULTTUURIN TUTKIMUS

/ Professori Päikki Priha

NATALIA MUSTONEN

Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu

Muotoilun laitos / Vaatetus suunnittelu ja pukutaide TaM

28.05.2010

SISÄLLYSLUETTELO

1—JOHDANTO	3
2—TUTKIMUSSUUNNITELMA	7
2.1 TAVOITE	7
2.2 TUTKIMUSKYSYMYKSET	7
2.3 AINEISTO	7
2.4 HAASTATTELUKYSYMYKSET.....	7
2.5 ANALYYSIKYSYMYKSET.....	8
3—KARTOITUS	9
3.1 LISTA SUUNNITTELIJOISTA JA MERKEISTÄ	9
4—HAASTATTELUT JA LÄHIKUVAT	14
4.1 AINO VAINIO.....	14
4.2 SOFIA JÄRNEFELT	18
4.3 ANNIINA NURMI	22
5—SYSTEEMIEN ANALYYSI	24
5.1 KÄSITYÖ.....	24
5.2 TEOLLISUUS	25
5.3 VAIHTOEHTO?	28
6—JOHTOPÄÄTÖS	31
7—LÄHTEET	34
7.1 KIRJALLISUUS	34
7.2 INTERNET	35
7.3 LEHDISTÖ	35
7.4 LINKKEJÄ	36
8—LIITTEET	37
LIITE 1.....	37

1 – JOHDANTO

Harjoitustehtäväni aiheena ovat Suomessa toimivat muotisuunnittelijat, jotka valmistavat tuotteensa käsityönä joko kokonaan tai osittain itse - käyttämättä teollisia menetelmiä. Näin ollen vaatekappaleet ovat uniikkeja, vaikka samaa mallia olisikin valmistettu useita kappaleita. Miksi suunnittelijat valitsevat käsityön? Minkä luon- teista muotia he tuottavat? Ajatuksena on myös pohtia suomalaista (ja ylipäänsä) muotisuunnittelua lähituotantona vasta- kohtana teolliselle, globalisaation verkos- sa toimivalle tuotannolle. Lokalisaatio on esimerkiksi ruokateollisuudessa paljon puhuttu aihe ja luomu- tai lähituotettu ruoka ovat olleet nousevin trendi sitten 90-luvun cross kitchenin. Lokalisaatiosta Elle.fi:ssä (3.9.2008, Hanna Johnson, Trendien orjal- linen tutkija - muotisuunnittelija Kati Hieno- sen haastattelu) ”Kati uskoo, että originaa- lisuus toimii kilpailuvalttina kansainvälisillä markkinoilla. Globalisaation vastakohtaksi on tullut localisaatio. Kiinnostavaa osaa- mista syntyy maailmanlaajuisista trendeis- tä, joissa paikalliset ilmiöt yhdistyvät pitkä- kestoisiin muutosilmiöihin.”

Tämänhetkessä yhteiskunnallisessa keskustelussa localisaatio nostetaan jatku- vasti esille. Globaalille markkinataluodelle etsitään vaihtoehtoja. Esimerkiksi suosio-

taan kasvattavan Prout:n, vaihtoehtoisen yhteiskuntamallin, mukaan yhdistämällä moraalinen viisaus universaaliin näkökul- maan ja pyrkimällä paikalliseen omavarai- suuteen, proutistiset ajattelijat ja aktivistitit toteuttavat kestävä ja luonnon kanssa harmoniassa olevaa elämäntapaa. Prout kannattaa paikalliseen taloussuunnitteluun pohjautuvaa talousdemokratiaa, osuus- kuntia, ekologista luonnonvarojen käyttöä ja autonomisesti hallittua teollisuutta, sekä kattoa henkilökohtaisen omaisuuden kar- tuttamiselle. Hajauttamalla talous ja varmis- tamalla, että päätöksenteko on paikallisten ihmisten käsissä, voidaan varmistaa perus- tarpeiden; ravinnon, asunnon, vaatetuksen, terveydenhoidon ja koulutuksen riittävä saatavuus kaikille.

Käsityöhön on liitoksissa käsite sustainable fashion design, joka kuulostaa suomeksi paradoksaaliselta: kestävä muoti. Kuinka reagoida ilmastonmuutokseen ja todennä- köiseen öljykriisiin suomalaisten vaatetta- misessa luopumatta kuitenkin uutuudesta, mitä ihmiset pukeutumisessaan hakevat? Mikä tulee ihmisten vaatettamiseen: vaikka kaikki tekstiili- ja vaatehteat lopettaisivat toimintansa kertaheitolla, maailmassa olisi luultavasti tarpeeksi vaatteita pukemaan ihmisiä vielä monen sukupolven ajan. Muoti on kuitenkin se joka saa ihmiset laittamaan päällensä enemmän tai vähemmän kuin tarvitsisivat (Jarnow & Guerreiro 1991) Olla ”pois muodista” on tavallaan olla pois maa- ilmasta - ja muotihan ei rajoitu pelkästään pukeutumiseen. Paul H. Nyström sanoo muodin olevan hallitseva tyyli tiettyä aika- na. On olemassa rajattua, ns. high fashion ja massamuotia sekä niiden rinnalla jatku-

vasti syntyviä trendejä, jotka näkyvät ensin kadulla tai muilla elämänalueilla. Muotia on verrattu taiteeseen, jonka sanottiin olevan ikuista kauneutta, uniikkia, originaalia intellektuellia, pysyvää (Brand & Teunissen 2006, 10). Nykyään muodin ja taiteen välinen raja on kenties häilyvä, minkä huomaa erityisesti käsityöläisten keskuudessa, jotka ovat tuoneet muotia lähemmäs edellämainittuja taiteen ominaisuuksia. Jatkuvassa muutoksen tilassa olevaan muotiin taas vaikuttavat niin psykologiset kuin rationaaliset syyt. Esimerkiksi ekologisuus on näkynyt muodissa megatrendinä pitkään ja se johtuu niin ympäristöllisistä pakotteista kuin ihmiskunnan kyllästymisestä olemaan maapallon pahin riesa. Tämä megatrendi kuitenkin samalla puhuu muodin pysyvyyden puolesta, mikä taas kääntää ihmisten huomion perinteisempään, esi-isien tapaan muokata ympäristöään, esimerkiksi käsityön keinoin.

Trendien tutkija Kati Hienonen uskoo, että Suomesta löytyy valtavasti ammattitaitoa. ”Meillä on upea luonto ja poikkeuksellisen inhimillinen suhtautuminen siihen. Meillä on ankarissa luonto-olosuhteissa ja niukuudessa syntynyttä kekseliäisyyttä sekä hyvinvointiosaamista. Maailmalla janoetaan ekologisten ja eettisten tuotteiden ja palvelujen perään, joita voimme tuottaa omasta osaamisestamme ilman että kopioimme suoraan sitä, mitä maailmalla kaikki muut tekevät. Viisas afrikkalainen heimopäällikkö on sanonut, ettei maailma ole meidän, vaan meidän lapsemme ovat lainanneet sen meille.”

Teollisen vallankumouksen luoman maailman sanotaan olevan murrosvaiheessa siirtyessään informaatioyhteiskuntaan. Alan kuin alan on reagoitava muutokseen. Sosiaalisten medioiden ja kaiken saatavuuden myötä myös muodin luonne tai vaatesuunnittelijan työn luonne on täysin erilainen kuin kymmenen vuotta sitten. Luulen, että sähköisesti toimiva järjestelmämme antaa suhteellisen ilmaisena aivan erilaisen mahdollisuuden pienille tuottajille. Samoin muodin luominen on interaktiivista: kuluttajat ja suunnittelijat ovat vuorovaikutuksessa keskenään - ainakin aktiiviset sellaiset.

Mikä on käsityön osuus nykyisessä ja tulevaisuuden muoti- tai vaatetuotannossa? Voiko vaatedesign tai muoti olla pelkästään ns. käsityötä? Kuinka voisi minimoida teollisuuden osuuden vaatetuotannossa? Utopistinen ajatus lähituotannon laajentamisesta myös muotiin lienee huomattavasti haastavampi kuin ruuassa. Tavallaan muotia ei voi olla olemassa ilman teollisuutta, koska siten se menettää nopeasti vaihtuvan luonteensa. Ellei se muodikkaus ole nimenomaan hitaudessa. Slow-aate on keksitty on 1980-luvulla, taas kerran ruokamaailmassa, fast foodin eli pikaruuan vastapainoksi. Huima nopeus on lineaarinen kehityskaari ja pelottava osa länsimaisesta yhteiskuntaa. Täällä vallitsevaa muotia kuvaillaan viikkoittain muuttavana fast fashion:iksi ja olisi kiehtovaa keksiä miten slow fashion voitaisiin panna käytäntöön. Silloin käsityöllä olisi luultavasti merkittävä osuus - mitä vähemmän koneita sitä hitaampi valmistus.

Muotia on kuitenkin hyvin erilaista. Ns. design-vaatteen oletetaan kestävän aikaa ajankohtaisuudesta huolimatta. Halvasti tuotetulta "massamuodilta" ei odoteta kestävän viikonloppua kauempaa. Nämä kaksi ovat sekä tiiviissä yhteistyössä (jälkimmäinen ottaa perinteisesti edelliseltä vaikutteita), mutta toisaalta niitä pidetään toistensa vastakohtina muodin piirissä. Käsitteitä ei voi vertailla keskenään ennen kuin on pohtinut jonkin verran sanojen merkityksiä. Design, muotiteollisuus, käsityö, taideteollisuus, taidekäsityö, taideteos - mitä nämä oikeastaan tarkoittavat? Milloin vaate on itsenäisenä teoksena toimiva tuote? Milloin vaate on käsityötä? Milloin käsityön voi luokitella designiksi? Käsittelen harjoitustehtävässäni nimenomaan design-vaatteita, joiden valmistusmenetelmä on käsityö. Aion miettiä miten teollisuuden ja käsityövalmistuksen "systemit" eroavat toisistaan eli millainen on tuotteen kaari toimeksiantosta valmiiksi tuotteeksi.

Milloin ja miten teollisuudesta tuli vaatteiden pääasiallinen valmistaja ja miten se vaikutti pukeutumisen luonteeseen? "It is fashion that makes the industry rather than the industry that makes fashion" (Leopold 1992, 101) Ihmiset ovat ostaneet vaatteensa kaupasta korkeintaan vain parinsadan vuoden ajan, modernin aikakauden saadessaan jalansijaa teollistumisen ja valistusfilosofian siivittämänä. Tuolloin positiivinen tulevaisuudenkuva, usko yksilön vapauteen sekä uutuuden- tai muutoksenhakuisuus oli valloillaan. Urbanisoitumisen vauhti kasvoi huimaa vauhtia, mikä antoi muotivaatteelle yhä enemmän sijaa, koska kaupungeissa esiintyy eniten samanarvois-

ten yhteiskunta- ja identiteettiryhmien suvaitsevuuutta ja riippumattomuutta (Franck 1997, 147). Toisen maailmansodan jälkeen alempien yhteiskuntaluokkien taloudellinen nousu suurkaupungeissa tuli näkyvämmäksi ja sen myötä kasvoi ulkoisen ilmaisun jäljittely. Ollaan päädytty nopeampaan vaihteluun ja nopeasti muuttuva muoti ei saa olla kallista. Täysautomatisoidun halpatuotannon noidankehässä ei toisaalta ole enää kyse muodista, vaan asiakkaan kyllästy misestä. Näennäisesti nopeasta muodin muutoksesta huolimatta muoti ei Marketta Franckin mukaan muutu joka sesonki, vaan jokainen elinvoimainen muodin linja pitää puoliaan kuudesta kymmeneen vuoteen. Lisäksi jokaisessa yhteiskuntaluokan erityisryhmässä on esiintynyt vaatekonservativismia.

Vaatteiden ja tekstiilien tuottaminen on yksi pisimmistä ja monimutkaisimmista teollisista ketjuista, joka sekä saastuttaa että kuluttaa eniten vettä. Lisäksi siihen liitetään eettisiä ongelmia, kuten alipalkattu ja surkeissa oloissa toimiva työvoima. Toisaalta vaate- ja tekstiiliteollisuus työllistää 26 miljoonaa ihmistä (Fletcher, 2008, 41-42). Onko tehokas teollisuus edellyttäjä nopeasti vaihtuvalle muodille? Neuvostoliitossa tapahtui toisen maailmansodan jälkeen yllättävä ilmiö, joka jäi elämään ihmisten huulille. Suunnitelmien mukaan vaatetehtaiden piti vaatettaa koko kansa tuottamalla kaikki tarvittava. Koko vaateteollisuus kuitenkin kaatui epämuodikkuuteensa, koska naiset rupesivat valmistamaan vaatteensa joko itse tai teettämään ompelimoissa. Ihmisillä oli tarve uusiutua ja noudattaa hämärän peitossa olevia teitä pitkin vuo-

dettuja trendejä. Oma neuvostoliittolainen mummini näyttää kuvissa hyvinkin aikansa mukaisesti pukeutuneelta. Hän ei ostanut vaatteitaan valtion tavaratalosta. Yksilökeskeisyys ja muoti kulkevat sekä käsikädessä että ovat toistensa vastakohtia. Ranskassakin (60% 1950-luvulla) naiset valmistuttivat vaatteensa ahkerasti ateljeissä tai itse ja asettautuivat siten muodin napojen väliin. Yhdysvalloissa pukeutuminen keskittyi taas jo tuolloin teollisesti valmistettuihin vaatteisiin. Itseasiassa vaateteollisuus syntyi ennen haute couturea, 1800-luvun alun Englannissa ja heti perässä Ranskassa (Lipovetsky/Barnard 2007, 77). Ehkäpä couturierit halusivat tehdä tuolloin vastalauseen edullisille massatuotetuille ready-to-wear-vaatteille? Vaatevalinnoissa toisaalta pyritään sopimaan tiettyyn joukkoon näyttämällä tietynlaiselta ja toisaalta halutaan erottautua. Marketta Franck sanoo muodin dualismista: "Ihmisen ulkonäönmuutos syntyy pätemis- ja jäljittelyvietin, yksilöllisyyden ja yhteiskunnallisuuden, uteliaisuuden ja varauksellisuuden jännitekentässä" (1997, 145). Ana Nuutinen taas esittää rinnastuksen pukeutumisen ja muodin välillä: pukeutuminen on konkreettisimmillaan sitä, että vaate puetaan ylle esimerkiksi silloin kun on kylmä. Muoti sen sijaan on ideologia tai uskomus, jota esitetään vaatteiden avulla (Nuutinen 2004, 95). Ajatusmaailman lisäksi henkilö voi mielestäni ilmaista äärimmäistä yksilöllisyyttä tekemällä vaatteensa omin käsin tuoden itse vaatteentekoprosessin näkyville.

DIY eli do it yourself on ehkä äärimmäin yksilöllisyyden osoitus. Jos teet vaatteesi itse, olet automaattisesti uniikki. DIY (myös esi-

merkiksi kansan keskuudessa myös käytettävät sanat kustomointi, tuunaaminen ja ITE-muoti) on ollut pinnalla jo pitkään, eikä suosio tunnu ainakaan laskevan. Kyseessä oleva muoti lienee aina käsityötä, mutta milloin siitä tulee designia ja missä määrin suunnittelija voisi vaikuttaa ei-suunnittelijan itse tekemään tuotteeseen?

Kiehtovia pohdittavia kysymyksiä liittyen muodin "hajoittamiseen" on hyvin runsaasti. Tässä tutkimuksellisessa harjoitustehtävässä on tarkoituksena kartoittaa jonkin verran muodin piirissä toimivia käsityöläisiä, joista suurin osa on ovat saaneet vaatesuunnittelijakoulutuksen tai voivat hyväksytyissä rajoissa kutsua itseään alan ammattilaisiksi. Aiheeseen on eniten innoittanut helsinkiläinen Aino Vainio, jonka kanssa olen tehnyt yhteistyötä eräässä projektissa. Hän valmistaa luomuksiaan, verkkomaisia neuloksiaan, omin käsin, mistä johtuen hänen kapasiteettinsa on hyvin rajallinen. Neuloksia on haastavaa teettää muilla (Vainio on yrittänyt nopeuttaakseen prosessia ja säästäkseen sormiaan), koska niissä näkyy vahvasti suunnittelijan käsiala. Haastattelen suunnittelijaa tässä harjoitustyössä samoin kuin vähän erilaista muotia luovaa Sofia Järnefeltiä. Hän kaavoittaa ja ompelee tuotteensa itse, mutta teettäminen olisi mahdollista jos resurssit riittäisivät. Mukana on myös Nurmi-merkkiä ja Vihreät vaatteet-blogia ja web-kauppaa pyörittävän suunnittelijan Anniina Nurmen kysely. Hän valmistaa mallistonsa koruja itse. Kartoituksen lisäksi pohdin käsityön luonnetta ja roolia nykyisessä suomalaisessa muodissa sekä osana lähituotantoajattelua.

2—TUTKIMUSSUUNNITELMA

2.1 TAVOITE

Kartoitetaan nykyisiä suomalaisia muotisuunnittelijoita, jotka valmistavat tuotteensa joko kokonaan tai osittain itse. Selvitetään käsityön luonnetta tämänhetkisessä muodissa ja pohditaan lokalisaation (vs.globalisaatio) näkökulmasta.

2.2 TUTKIMUSKYSYMYKSET

Pääkysymys:

Millainen on käsityön rooli tämänhetkisessä suomalaisessa muotisuunnittelussa?

Alakysymys 1:

Millainen olisi muodin luonne ilman vaateteollisuutta eli jos sen luominen olisi pelkästään käsityötä?

Alakysymys 2:

Kuinka lähituotantoajattelua (lokalisaatio) voisi soveltaa tällä hetkellä tai tulevaisuudessa muodissa?

Alakysymys 3:

Kuinka nykyiset käsityöläismuotisuunnittelijat voisivat elää työllään ja mikä heidän kapasiteettinsa on?

2.3 AINEISTO

Internet ja Design District-esite: suunnittelijoiden internet-sivut sekä artikkelit heistä. Kahden suunnittelijan haastattelu ja yhden sähköinen kysely. Muodista kertova kirjallisuus ja sähköiset artikkelit. Internet-sivut käsiteltävistä aiheista.

2.4 HAASTATTELUKYSYMYKSET

1. Miten valmist(ut)at tuotteesi/teoksesi? Kuinka suuren osan valmistustyöstä suoritat itse?
2. Miten monta mallistoa teet vuodessa? Ellet tee mallistoja, miten usein päivität tuotteitasi/teoksiasi?

3. Miten paljon aikaa suunnilleen menee yhden tuotteen/teoksen tekemiseen (suunnittelu ja valmistus)? Kuinka monta voit tehdä esim. viikossa?
4. Millainen hintahaarukka tuotteillasi/teoksillasi on? Millainen pitäisi olla, jotta voisit elättää itsesi, jos tekisit tätä täysipäiväisesti?
5. Luuletko, että käsityönä valmistettu tuote/teos on voisi elättää tulevaisuudessa? Kuinka voisit tehostaa "tuotantoasi" vai voitko?
6. Näetkö itsesi käsityöläisenä, muotoilijana vai/ja taiteilijana?
7. Millaisia kanavia hyödyntäen uskot myyväsi tai esitteleväsi tuotteesi/teoksesi tulevaisuudessa?
8. Tunnetko muita suunnittelijoita jotka valmistavat tuotteensa/teoksensa itse?

2.5 ANALYYSIKYSYMYKSET

Onko yleistä, että muotisuunnittelija on samalla käsityöläinen ja miksi?

Minkätyyppisiä tuotteita muodin käsityöläiset tekevät?

Onko muodin olemassaolo Suomessa mahdollista ilman vaatetusteollisuutta?

Voiko suomalainen muotisuunnittelija olla yhtä aikaa käsityöläinen - täysipäiväisesti?

Toimiiko lokalisaatioajattelu muodissa muuta kuin aiheena?

Riittääkö käsityöläisten voimat täyttämään muotinäköisten ihmisten tarpeet?

3—KARTOITUS

3.1 LISTA SUUNNITTELIJOISTA JA MERKEISTÄ

Alla on mainittu kaikki käsityöläissuunnittelijat, jotka onnistuin löytämään. Niitä on varmasti enemmänkin: esimerkiksi vaatesuunnittelun opiskelijoita, jotka tekevät muotiluomuksia niin opiskelun yhteydessä kuin vapaa-aikanaan - esittävät niitä jopa lehdissä, blogeissa ja näytöksissä. Keräämäni suunnittelijat toimivat kuitenkin osakunnissa tai yrityksenä sekä ovat selkeästi esillä vähintään oman internet-sivun välityksellä. Käytin kartoituksessa apuna DESIGN DISTRICT HELSINKI-esitettä, internetiä ja omia havaintoja.

Aino Vainio / I KNOW WHY NO



www.iknowwhy.com/

Liisa Aumo-Osipow / COMERO 27



www.comero27.fi/

Anne Törnroos



www.annetornroos.fi/

Tuula Pöyhönen



<http://facesofdesign.com/category/tags/onni>

**Emelie Björnberg / HOUSE OF
BJÖRNBERG**



(ei internet-sivua)

SUPERYELLOW



www.nfw.fi/superyellow/

Ville Lahtinen / OUTWEAR



www.outowear.com

**Piia Rinne ja Noora Niinikoski /
RINNENIINIKOSKI**



www.rinniiniinikoski.com

Hannes & Anders Bengs / COSTO



www.costo.fi

Anu Salonen / ILOA



www.iloa.fi

Sofia Järnefelt



www.sofiajarnefelt.com

**Kaisa Rissanen & Mila Moisio / TAUKO
(Sopiva Shop)**



www.taukovaatteet.com

Katri Niskanen / KATRIN



<http://katriniskanen.com>

**Antti Asplund & Meri Karppanen / ANTTI
ASPLUND BLOCK**



www.anttiasplund.com

Sanna Saastamoinen



<http://sannasaastamoinen-barrois.blogspot.com>

Defender Redesign / SECCO



www.defender.fi

GLOBE HOPE



www.globehope.com/en/

Marjut Uotila / DUSTY



www.dusty.fi

TIKIT (osittain), MUKAVA, Merja Seitsonen & Johanna Vainio / VAINIO. SEITSONEN (Liike)



www.liike-shop.com

Marita Huurinainen



www.maritadesign.com

Jasmin Mishima / GILLES ET DADA



www.gillesetdada.com

Marja Rak / NOOLAN



www.noolan.com

HOBBER9, Taika Joensuu, Minna Kaartinen / VIETTO, With Love Sanna Hopiavuori (Goodis)



www.goodis.fi

Anniina Nurmi / NURMI



<http://anniinanurmi.com>

THE GREENDRESS (customization service)



www.thegreendress.fi

Tiina Palm / I MADE THIS



<http://tiinapalm.com>

Voisin ensisilmäyksellä jakaa muodin käsityöläiset kolmeen ryhmään: **eko** (kierätysmateriaalit ja kustomointi), **vaatteet taiteena** (tuotteet uniikkeja teoksia) ja **oma merkki**.

Lahtelainen Dusty-merkillä jo seitsemän vuoden ajan miesten vaatteita tekevä Marjut Uotila sanoo Image-lehden haastattelussa luomuksissaan olevan koristeellisia punoksia, nyörytyksiä ja käsin tehtyjä yksityiskohtia, mutta ne ovat hienovaraisia ja sulautuvat kokonaisuuteen. Häntä inspiroi moderni käsityö sekä tasapainoilu koristeellisuuden ja yksinkertaisuuden välillä, esimerkiksi se, kuinka yhdistää maskuliinisuus ja virkatut yksityiskohdat. Suomessa Dustylla on Uotilan mukaan noin 20 nuorta ostajaa.

Toisin kuin edellinen esimerkki, Katri Niskanen on noussut urallaan nopeasti voittoa Muodin huipulle-ohjelman vuonna 2009. Ilta-Sanomissa hänen kerrotaan avanneen oman Katri/n -nimeä kantavan vaate liikkeen Helsingin Punavuoreen. Niskanen pitää putiikkia pystyssä kahden hengen miehityksellä: hänen lisäksi töissä on ompelija, joka loihtii suunnittelijan luonnoksista valmiita vaatteita. Myös Niskanen tekee osan vaatteista alusta loppuun itse - minkä takia hän kertoo niiden olevan aika hintavia. Omalla nimellään suunnittelijana toimii myös viime vuoden nuori suunnittelija Anne Törnroos sekä kenkiä, paitamallistoa ja tilaustöitä tekevä Marita Huurinainen.

Suunnittelijaduo Piia Rinne ja Noora Niinikoski säväyttävät yhä edelleen mielikuvituksellisilla luomuksillaan. He ovat laa-

jentaneet toimintaansa niin teollisuuteen (Marimekko) kuin puvustukseen (Suomen Kansallisooppera, Un Ballo in Maschera, Verdi) - säilyttäen silti oman käsialansa. Kirjaimellisesti suunnittelijoiden kädenjälki on kuitenkin näkynyt heidän omissa mallistoissaan, joihin he ovat tehneet mm. runsaita ja uniikkeja applikaatioita. RinneNiinikoski on kokeillut vaatteiden esittelyä näyttelyn muodossa tuoden muodin siten lähemmäs taidemaailmaa. Heidän työt ovat äärimmäisen ekspressiivisiä ja sisältörikkaita.

Taiteen puolelle kallistuva Gilles et Dada kuvailee toimintaansa lauseella "Nonsense art fashionbrand for men and women". Se on vailla pyrkimystä oleva, mutta mm. sattumia tai unelmia arvostava konseptuaalinen Jasmin Mishiman ja Federico Cabreran pyörittämä merkki. Heistä on ollut mainintaa kansainvälisestikin tunnetuilla blogeilla. Myös Tuula Pöyhösellä on omanlaatuinen konsepti. Hän pitää nimittäin sekä työhuonettaan että ONNI-liikettään kotinsa yhteydessä. Suunnittelijalle järjestely tuo mieleen vanhat verstaat, jossa esimerkiksi räätäli yhdisti kodin ja työpaikan. Tilaa voi myös vuokrata kuvauksiin tai tapahtumien järjestämiseen. Pöyhönen tekee yksittäisiä vaatteita ja puukenkiä (OK-DO:n haastattelu). Pariisissa asuva Sanna Saastamoinen kutsuu taas itseään taiteilijaksi ja tekee yksittäisiä vaatekappaleita sisältävän malliston lisäksi tauluja ja luovaa suunnittelijoiden konsultointia. Hän on ennen, mallina työskennellessään, nähnyt muodin pinnallisena, mutta nykyään näkee siinä runollisuutta (Ellit Plazan haastattelu).

Antti Asplund on mielikuvituksellisesta tarinallisuudestaan tunnettu, Katri Niskasen tavoin Muodin huipulle-ohjelmaan osallistunut suunnittelija. Hänen mallistoaan voisi kutsua myös enemmän teokseksi kuin muodiksi, vaikka ne lasketaankin designin piiriin. Asplund käyttää luomuksensa valmistuksessa apuna muiden pienempien vaateyritysten tavoin harjoittelijoita ja varmasti myös palkattuja ompelijoita. Itse suunnittelija keskittyy assesuaarien valmistukseen. Myös Tiina Palm ja Anniina Nurmi tekevät korunsa itse, mutta jälkimmäinen teettää vaatetuotteensa ompelimoissa.

Kierrätysmuodin ykkösnimiä lienevät Costo, Globe Hope ja Green dress. Hattuihin erikoistunut Costo käyttää ainoastaan kierrätettyjä tai tehtaiden ylijäämämateriaaleja. Tehokkaan markkinoinnin vuoksi suunnittelijaveljekset Hannes ja Anders Bengs ovat saaneet tuotteilleen paljon näkyvyyttä. He ompelevat osan hatuistaan omalla työhuoneellaan ja osan teettävät muissa pienissä verstaissa. Globe Hopea voi pitää isompana yrityksenä laajojen markkinoidensa vuoksi. Ainakin muutama vuosi sitten heidän tuotteitaan näki niin Stockmannin One Wayssä kuin tokiolaisissakin putiikeissa. Heidän ideana on kustomoida kierrätettyjä vaatteita. Globe Hopen toimipiste on iso Nummelassa sijaitseva maalaistaloryhmä, joka majoittaa niin materiaalit, koneet kuin itse työntekijätkin. Käsittääkseni suunnittelijat osallistuvat aktiivisesti vaatteiden valmistamiseen ompelijoiden avustuksella. Green Dress on liike, joka myy vihreää muotia. Heidän palveluihin kuuluu myös asiakkaiden omien vaatteiden kustomointi

eli uuden elämän antaminen. Erona muihin tämänkaltaisiin yrityksiin uudeistettuun vaatteeseen pyritään saamaan enemmän suunnittelijan kuin asiakkaan näkemystä. Secco puolestaan tilaa käsintehtyjä kierrätysmateriaaleista tehtyjä tuotteita lukuisilta tekijöiltä. Esimerkiksi tietokonenäppäimistä tehdyt magneetit löytyvät Secco-kaupasta. Kierrätysmateriaalien käyttö vaatteiden tekemisessä on hyvinkin yleistä nykyään, koska se on kaikille hyödyllinen tilanne: suunnittelija säästää materiaalikuluissa, maapallo säästyy jätteeltä ja kuluttaja huolta omaltatunnolta.

Oman merkin tekeminen on ehkä vähiten käsityötä vaativa haara. Siinä korostuu käsityön käyttäminen malliston tavaramerkkinä (mikäli sitä siis käytetään) eikä pakottavana olosuhteena. Pakottava olosuhde voi olla tuotteen valmistusmetodi, eli yksityiskohdat tai koko tuote, jota ei voi ohjeistaa, vaan täytyy luottaa sattumaan, omaan kädentaitoon tai materiaalien asettamiin rajoituksiin. Toisaalta suurimmalla osalla pieniä eriä tuottavista suunnittelijoista (esim. Katri Niskanen) ei ole ainakaan aluksi resursseja ulkoistaa tuotteidensa valmistusta. Monet toimivat osuuskunnissa (Goodis, OVVN, Sopiva, Secco), joka helpottaa tuotteiden tuomista markkinoille ja samalla suunnittelijat voivat auttaa ja tukea toisiaan. Listan suunnittelijoista haastatellen Sofia Järnefeltiä ja Aino Vainiota - kummatkin toimivat OVVN:ssä, joka järjesti esimerkiksi Helsinki Design Weekillä 2009 oman muotinäytöksen. Sekä Järnefelt että Vainio ovat olleet jonkin verran suunnittelijoina mediassa esillä, ja heidät voi surutta liittää designin piiriin.

4—HAASTATTELUT JA LÄHIKUVAT

4.1 AINO VAINIO

I KNOW WHY NO-merkillä toimiva ja OVVN-osakuntaan kuuluva Aino Vainio on ollut viime aikoina ehkä näkyvin käsityönä luomuksiaan tekevä kotimainen muotisuunnittelija. Hänen verkkoneuleitaan on tullut vastaan niin muotilehtien sivuilta, iltalehdistön kansista kuin televisiostakin. Vainion käsialaa on näkynyt muun muuassa laulaja Jenni Vartiaisen (uusimman levyn kannessa), Mannan ja tv-juontaja Maria Veitolan päällä. Suunnittelijaa on haastateltu ahkerasti lehtiin. Helsingin Sanomien Kuukausiliitteessä oli alkuvuodesta aukeaman kokoinen juttu ja Image-lehdessä viime vuoden loppupuolella Vainio oli kuu-kauden kasvo. Voisin siis väittää, että Aino Vainio on kirkkain esimerkki Suomen muoti-maailmassa vaikuttavasta käsityöläisestä.

“Jos nyt ei aivan muodin huipulla, niin ainakin Vainio on Suomessa kovassa nosteessa.” kerrotaan Helsingin Sanomien Muotihuiputus-osiossa, www-sivulla. “Hän on opiskellut alaa pääosin kotimaassa. “Vaatehulluna” lapsena hän meni ompelukerhoon jo 9-vuotiaana. Lukion jälkeen hän haki alan kouluihin ja pääsi silloiseen Evtekiin, nykyiseen Metropolia-ammattikorkeakouluun. Hän teki vaihto-opintoja Berliinissä ja sen jälkeen opintojensa lopputyön Hennes & Mauritzille Tukholmassa. Tämän jälkeen hän pääsi vajaaksi vuodeksi ruotsalaiselle vaateketjulle töihin. Kun työt loppuivat, hän hakeutui Taideteollisen korkeakoulun maisteriopintoihin. Ja sitten hänellä oli oma mallisto. Oma mallisto, joka on saanut huomiota – jokaisen suunnittelijan haave. **Mutta ei se Vainiota elätä.** Kun rahat loppuvat, suunnittelija Vainiosta tulee lehtifirman puhelinmyyjä. Jotta hän pääsisi suunnittelijan työllä köyhyysrajan yläpuolelle, **hänen pitäisi myydä kuussa yli kymmenen mekkoa.** Ja jotta tilauksia tulisi, pitäisi tehdä jotain paljon “mainstreamimpää”. Se ei Vainiota kiinnosta. Hän kokeili suunnittelua ulkopuoliselle, mutta Patriciaalle tehdyt alusvaate- ja uimapukumallistot eivät päätyneet tuotantoon, joten palkkiot jäivät pieniksi. Muotialasta haaveileville Vainio lähettää tällaisia terveisiä: “Musta tuntuu, ettei tällä hetkellä kannattaisi ryhtyä vaatesuunnittelijaksi. On niin paljon suunnittelijoita, mutta niin vähän töitä.” Alalle ei hänen mielestään kannata hakeutua muiden kotimaisten koulujen kuin Taideteollisen korkeakoulun kautta. Ammattikorkeakouluopinnot Suomessa olivat hänestä “diipadaapaa”. **Koko ala tarvitsisi Vainion mielestä Suomessa lisää rohkeutta ja rahoitusta, mutta – toisin kuin vaikka Ruotsissa – vaatteisiin ei täällä suhtauduta tosissaan.** “Toivottavasti ajat joskus muuttuvat.”

Haastattelin Aino Vainion hänen työhuoneellaan Helsingin Punavuorella 05.05.2010.

Vainiolle käsityö merkitsee yksilöllisempää lähestymistapaa, jolloin jokaisesta tuotteesta tulee vähän erilainen ja prosessin aikana ideakin elää (samoin kuin ommellessakin). Tek-

niikan valinnan takana ei ole sen suurempaa tarinaa - suunnittelija vain tykästy siihen. Vainio on tehnyt kaikki tuotteensa omin käsin, vakkakin yritti käyttää kerran harjoittelijaa. Shanghaiin maailmannäyttelyyn tilatut 50 kpl:ta neuloksia oli iso urakka, ja apuvoimat olisivat olleet tervetulleita, mutta **harjoittelijan kädenjälki oli aivan vääränlainen**. Myöskään työvoimien palkkaaminen ei tule tällä hetkellä kysymykseen, vaikka Vainio onkin miettinyt neulojamummoja lähialueiltakin. "Intiassa semmosta jengiä ketkä osaa tehdä mitä tahansa." Suunnittelija ei kuitenkaan halua tehdä isoja sarjoja.

Aino Vainiolta tulee 4-5 pientä, 10-20 kappaleen, mallistoa vuodessa. Muutokset eivät ole suuria mutta kuitenkin havaittavissa. Yhteen tuotteeseen menee (riippuen tuotteesta: pituus, hihat yms) keskimäärin 2,5 päivää, viikossa n. 3 tuotetta. Jälleenmyyjien hintahaarukka vaihtelee paristasadasta neljäänsataan euroon. Jos 3 mekkoa myisi viikossa, 333 €/kpl, se tekisi tuhat euroa viikossa. Osa rahasta menisi tietenkin vaateliikkeelle ja osa materiaalikuluihin, mutta siitä jäisi kuitenkin sen verran, että saisi leivän pöytään ja ehkä jopa voita sen päälle. Suunnittelijan tavoite on kuitenkin tällä hetkellä nöyrempi - 5-10 mekkoa jos menisi kuukaudessa kaupaksi, hänen ei tarvitsisi tehdä sivutöitä. Vainion kapasiteetti toisin sanoen riittäisi elättämään itsensä - ongelma on siinä, miten saisi kuluttajat ostamaan enemmän. **Rikastumaan tällä ei kuitenkaan pääsisi**: isojen tilausten tullessa olisi varmaan pakko työllistää mummoja ja ohjeistaa harjoittelijat paremmin. Suunnittelija ei välttämättä haluaisi tehdä mallistoaan täysipäiväisesti, vaikka eläisikin sillä. Joku työ 2-3 kertaa viikossa antaisi muuta ajateltavaa.

Muotoilija, taiteilija vai käsityöläinen? Aino Vainio näkee itsensä vähiten "muotoilijana", designer mieluummin, tai muotitaiteilija, mutta ehkä eniten kuitenkin käsityöläisenä - vaikkei käsityö olekaan ollut hänelle mitenkään merkittävässä asemassa aiemmin. "Kun koko prosessi on itsellä, se on helpompi hahmottaa ja tuo tosi paljon lisää, muttei ajatellut niin kun rupesi tekemään neuleita." Joskus suunnittelija ompeli vaatteita ja maalasi niihin - oli sekin käsin tekemistä. Käsin ompeleminen on Vainion on järkyttävää, eikä hän ole koskaan kirjaillut mitään. Millainen asema käsityöllä on tämän hetken muotimaailmassa? Vainion mielestä se on ollut nousevassa arvossa, mutta löytyy aina rinnakkaisilmiöitä, esim. digiprintti, täysin koneella printattu - siinäkin oma hienoutensa - molempi parempi. Itse hän pysyttelee kuinkin käsityössä, koska sitä hän osaa ja se on hänen valttinsa. "Kone ei pysty tekemään samaa mitä minä teen, vaikka kyllähän saman ajatuksen pystyy tekemään vaikka laser-leikkaamalla."

Toistaiseksi I KNOW WHY NO-tuotteita on myyty ainoastaan fyysisiä myyntikanavia pitkin eli liikkeissä. Tavarat ovat yksittäiskappaleita, mikä vaikeuttaa hänen mielestään internetmyymistä. Tärkeä kanava se kuitenkin olisi, vaikkei tähän saakka olekaan onnistunut. Messuillakaan suunnittelija ei ole vielä käynyt koska yksittäiskappalemallisto ei tee siitä järkevää. Jos lähtisi isommalle vaihteelle, pitäisi mennä messuille, muttei tällä hetkellä.

Aino Vainio tuntee paljon suunnittelijoita jotka valmistavat tuotteitaan itse - harva kuitenkaan tekee pelkästään itse. **Käsityöläissuunnittelijalla kyseessä saattaa olla niin tietoinen valinta kuin pakkokin.** Sarjatuotannon kohdalla kaikki on kiinni rahasta. Vaikka paikallisuus on Vainion mielestä hyvä asia, tämä sijainti ei tällä hetkellä ole tuottoisin hänelle. "Voisi auttaa asiaa jos pääsisi keskeisemmälle paikalle maailmassa, mutta olen huono suunnittelemaan tulevaisuutta." Hän ei halua sitoa itseään mihinkään päämäärään, vaikka se veisi varmaan eteenpäin jos esim. päättäisi että haluaa New Yorkin muotiviikoille tms. "Mutten ole niin reipas." Minkälainen utopia suunnittelijalla sitten on? "Kyllä minä haluaisin tehdä tätä, mutta haluaisin tehdä kaikkea muutakin, muttei kukaan varmaan tee pelkästään jotain yhtä juttua, esim. Marc Jacobs tekee Louis Vuittonia." Monipuolinen toiminta antaa virikkeitä, yksi asia ruokkii toista.



**Kuvat: Aino Vainion
Facebook-sivulta, näyttöksen
valokuvannut Marko ja
mallistokuvat Kaarle Hurtig**

4.2 SOFIA JÄRNEFELT

Haastattelu: 02.05.2010, haastateltavan kotona Helsingin Lauttasaassa.

Pienehköä nimikkomallistoaan tekevä helsinkiläinen suunnittelija ja maisteritasolla vaate-
tussuunnittelua Aalto-yliopiston taideteollisessa korkeakoulussa opiskeleva Sofia Järne-
felt toimii osana OVVN-osakuntaa ja valmistaa mallistoaan sen verran kuin ehtii. Hänellä
ei ole resursseja tekemään sarjatuotantoa ja **harvat sisäänostajat ovat Järnefeltin
mukaan valmiita ostamaan mallikappalemallistoa**. Suhteiden kautta voi saada (hänen
tapauksessaan esim. Helsinki 10:ssä, jossa Järnefelt tekee osa-aikaisesti töitä). ”Ja jos
mieltii hypoteettisesti, ettei olisi vaateollisuutta tai -tuotantoa ollenkaan, ei olisi myynti-
paikkoja” sanoo suunnittelija surkutellen.

Työn alla olevassa mallistossaan Järnefelt aikoo käyttää perinteisiä ahvenanmaalaisia
käsityömenetelmiä. Hän punnitsee, olisiko autenttisuuden kannalta parempi käyttää oikei-
ta paikallisia artasaaneja sen sijaan että yrittäisi itse sisäistää ahvenanmaalaisia tekni-
koita. Suunnittelija tuo esimerkiksi makedonialaissyntyisen, kansainvälisesti tunnustetun
tekijän Marjan Pejoskin, joka työllistää osaan mallistoaan kotimaansa artesanimummo-
ja. Makedoniassa se on suhteellisen halpaa, kun taas suomalaisen työvoiman hinta tekee
vastaavan toiminnan melko mahdottomaksi. Ainut vaihtoehto olisivat Järnefeltin mielestä
martat, jotka toisaalta tekevät vain hyväntekeväisyystyötä, mikä ei sovi kaupallisiin tarkoi-
tuksiin.

Vastaan tulevat käsityöläissuunnittelijalla viimeistään aina ostajat: jos ei tee sarjatuotan-
toa tai jos hinnat ovat liian korkeat. Opiskelijana on helppo ja kivakin tehdä omaa mallis-
toa, varsinkin kun on mukana kollektiivissa ja voi laittaa tuotteitaan myyntiin. ”Jos mieltii,
että sitä tekisi valmistumisen jälkeen ihan ammatikseen - tulee kaikki vastaan” naurahtaa
Järnefelt. Tällä hetkellä hän vastaa koko mallistonsa valmistusprosessista, suunnittelus-
ta ompeluun. Eniten aikaa vie jälkimmäinen, myös siksi ettei suunnittelijalla ole siihen
varsinaista koulutusta. Hän haluaisi käyttää enemmän aikaa suunnittelun, mutta sanoo
toisaalta **osan suunnittelutyöstä tapahtuvan vaatten valmistuksen aikana**.

Minkälainen suunnittelijan kapasiteetti sitten on, jos utopistisesti ajateltuna joku ostaisi
kaiken mitä hän tekee? Tällä hetkellä Järnefelt sisällyttää mallistonsa teon opiskeluihinsa,
mutta käy samalla töissä. Puolen vuoden mallisto kasvaa 15-20 kappaleen suuruiseksi.
”Tuotannon” tehostamista on vaikea määrittää, koska jos saisi mahdollisuuden täysipäi-
väiseen työstämiseen, olisi varmaan päällekkäisten mallistojen kimpussa. Suunnittelija
sanoo nauraen, että ainoastaan lottovoitto mahdollistaisi täysipäiväisen mallistonsa teon.
Toiseksi vaihtoehdoksi hän mainitsee, hieman vakavammin, merkittävän kansainvälisen
suunnittelukilpailun voiton. **Palkinto antaisi sekä alkupääoman, että tunnettavuutta**.

Järnefelt tuo esimerkiksi Laitisen, josta tuli tunnustettu merkki sisarusuunnittelijaduon voitettua ensimmäisen palkinnon, 50 000 euroa eräässä arvostetussa kilpailussa. Siltikään he eivät elätä itseään mallistollaan. Järnefelt, yrittäjäyyskursejakin käyneenä, näkee tilaneteen onnenpelinä eli melko toivottomana.

Sofia Järnefelt ei usko, että hänen mallistonsa tuotemäärä kasvaisi paljoka jos hän ei tekisi muita töitä samaan aikaan. Silloin suunnittelu ja yrityksen perustamisen myötä tuleva paperityö vaatisi enemmän tilaa. Resurssien salliessa suunnittelija haaveilee teettävänsä osan tuotteistaan tehtaalla ja osan ns. ateljeetyönä (käsityönä). On jopa tehtaita jotka pystyvät ”matkimaan” käden jälkeä, mutta se on tavallaan nurinkurista - vie koko tuotteelta sen pohjan. Järnefelt on myös miettinyt sellaista suomalaista suunnittelijaa kuin Daniel Palillo, joka on lähtenyt tyhjästä ja muutamassa vuodessa ulkoistanut jopa mallikappaleiden teon. Palillo tekee todella uniikkia mallistoa, joka ei ole kuitenkaan suunnittelijan omaa kädenjälkeä vaativaa käsityötä. Jos omaperäisyys piilee itse tyylissä, sarjatuotanto on mahdollista.

Millainen merkitys käsityöllä on tällä hetkellä muodissa? Järnefelt ainakin toivoisi sillä olevan kasvava merkitys. ”Olen itse innostunut kaikesta sellasesta missä näkee, että siinä on ehkä jotain virheitä, joita sattuu käsityöissä. Muutenkin minusta tuntuu, että nyt on tapahtunut tiettyjen pienten etnografisten juttujen nousu: suunnittelijat pyrkivät tosi paljon löytämään omaa taustaansa ja tuomaan kulttuuriaan suunnitellessaan jotenkin esille” analysoi haastateltava verraten ilmiötä musiikkiin, jossa folk-musiikki on noussut pop-musiikin rinnalle. **Paikallisuudella on nykyään merkitystä** ja sen näkee jopa isoissa ketju-merkeissä - H&M:kin ajaa glocal-ajattelua muokaten tarjontaansa lokaation sanelemana. Kyseinen ajattelu on varmaan kasvattanut ainakin pienempien, taiteellisempien merkkien keskuudessa käsityön suosiota. Voiko sitten slow-ajattelua soveltaa vaatetuotantoon? Se on Järnefeltin mielestä kiehtova ajatus, mutta tulonlähteen näkökulmasta panee epäilemään onko meidän tai yleinen kuluttajakulttuuri valmis siihen, ja haluaako kuluttaja maksaa niin paljon vaatteesta. ”Vaate vaikka olisi miten laadukas ja tosi hyvin tehty, ei voi ikinä olla yhtä kestävä kuin esimerkiksi puusta veistetty esine.” Ihmiset on valmiita maksamaan monesta muusta käyttöesineestä niin paljon enemmän kuin vaatteesta, vaikka on hidas kuluttaminen ollut nousussa. Suunnittelija näkee tämänkin alueen erittäin haastavana Suomessa, jossa kuluttaja ei ole valmis maksamaan laadusta tai itse konseptista niin paljon. **Lisäksi täällä ei arvosteta koko muotialaa** (vrt. teollinen muotoilu). joissain maissa muoti on aina ollut suuri osa identiteettiä. Vaikka muotoilu on iso osa suomalaista kulttuuri-identiteettiä, siihen ei liitetä vaatetta samalla tavalla, eikä siihen suhtauduta yhtä arvokkaana suunnittelutyönä kuin esimerkiksi huonekalusuunnittelu tai arkkitehtuuri.

Pystyykö kuvittelemaan muita myyntikanavia kuin pienet liikkeet? Sofia Järnefelt uskoo myyvänsä tuotteitaan jatkossakin liikkeissä ja mahdollisesti internetissä, mutta on kauan

leikitellyt ajatuksella gallerianomaisesta vaatteiden myynnistä. ”Näyttelyssä olisi myynnissä uniikkituotteita, kuten esim. Aino Vainio tekee ja minäkin teen, ja siinä olisi kyse periaatteessa taideteoksia tekevästä taiteilijasta. Tuotteet eivät olisi monistettavia, koska tekijä tai suunnittelija tekee ne itse. Järnefelt visioi vaategalleriaa, jossa ois vaihtuva näyttely, aina yhden taiteilijan ”mallisto” kerrallaan, ja teokset olisivat varattavissa samalla tavalla kuin taideteokset. Vaikkei se ei käytännössä toimisi (miksei?) **käsityöaspektissa kyse on kuitenkin taiteilijasta, joka tekee teoksensa itse.** Hauska ajatus olisi myös huutokaupata, jolloin voisi mitata mitä asiakas on valmis maksamaan (slow-kulttuuri), esim. nolla-lähtöhinta - vähän kuin eBay - mutta konkreettisesti tilassa.

Tällä hetkellä Järnefelt ei saa tuotteistaan mitään voittoa. Hinnassa on materiaalikustannusten lisäksi pientä katetta, joka ei kuitenkaan missään nimessä korvaa käsityön vaatimaa työmäärää. Suunnittelutyö ja ylijäämä siihen päälle. ”Enhän minä tietenkään myy kaikkia tuotteita mitä olen tehnyt - **kun ei myy sisäänostajalle, sen rahan saa vasta kun se on mennyt kuluttajalle,** ja se ei aina päädy kuluttajalle, ennen kuin siihen pistää alennuksen.” Entä jos tekisi omaa mallistoa tilaustyönä, minimoidakseen ylijäämää? Suunnittelija on nytkin tehnyt tehnyt tilaustöitä, joilla tienaa paremmin. Hänelle on tyypillisempää myydä tilaustyönä kuin rekistä. Tilauksissa säilyy kuitenkin Järnefeltin design. Häneltä saatetaan tilata mallikappaleiden perusteella esimerkiksi itsellensä koon puolesta sopivaa vaatetta. On käynyt jopa niin, että asiakas on halunnut miesten version naisten tuotteesta. Sellaisessa tapauksessa Järnefelt on veloittanut vähän enemmän, koska on joutunut kaavoittamaan koko tuotteen uusiksi.

Miten näet tuotteesi osana muotimaailmaa? ”Ne ovat aina väistämättä aikansa henkiset, koska minä kuitenkin elän tässä ajassa, kaikki mitä näen ja koen, musiikkimaailmaa ja viihdemaailmaa. Teen mikä tuntuu kivalta.” Hän ei tietoisesti tee trendikästä eikä ajatonta: se on joko trendikästä tai ajatonta, tai sitten kumpaakin yhtä aikaa, sattumanvaraista.

Tunnetko muita suunnittelijoita jotka tekevät tuotteitaan itse? OVVN:ssä melkein kaikki tekevät ainakin jossain määrin itse. Osa painaa, sarjoo ja ompelee kaiken, osa tekee vain mallikappaleet itse. ”**Siinä tapauksessa tunnen ainakin 10 henkeä, jotka tekevät käsin ja tekevät sitä säännöllisenä yritystoimintana.** Joko heillä on yritys ja he myyvät kollektiivissa ja muualla, tai sitten tekevät niin kuin minä - tekee vaan, muttei mitenkään säännöllisesti.”

Jälkeenpäin mainittakoon: Sofia Järnefelt voitti viime vuonna Tanskassa yhden merkittävimmistä pohjoismaisista suunnittelukilpailuista, Designer´s Nest competitionin, mikä ei niin ikään riittänyt juurtamaan suunnittelijaan optimismia tulevaisuudestaan. Tämänhetkinen muotisysteemi on niin itsestäänselvä, että koko diskurssin on muututtava jotta Järnefeltin kaltaiset tekijät voisivat pitää toimintaansa kannattavana.

4.3 ANNIINA NURMI

Ekologisen muodin puolesta puhuvaa internet-foorumia pyörittävä Anniina Nurmi vastasi sähköiseen kyselyyni. Hän on muutama vuosi sitten valmistunut Lahden Muotoiluinsti-
tuutin vaateussuunnittelun koulutusohjelmasta, minkä aikana ja jälkeen on työskennellyt
isolle vaateyritykselle L-Fashion Group:lle. Keväällä 2010 Nurmi lanseerasi oman merkin
NURMI, joka tekee ekologisia ja eettisiä vaatteita ja koruja. Suunnittelija on syvästi
perehtynyt ekologisiin ja eettisiin vaateteollisuuden periaatteisiin, minkä vuoksi toiminut
niin yritysten neuvonantajana kuin jo useita vuosia kirjoittanut blogia nimeltä Vihreät Vaat-
teet (www.vihreatvaatteet.com/). Vuoden 2009 lopussa Nurmi perusti myös samannimi-
sen web-kaupan.

1. Miten valmist(ut)at tuotteesi/teoksesi? Kuinka suuren osan valmistustyöstä suoritat
itse?

Vaatteet valmistutan paikallisessa ompelimossa ja korut + asusteet teen itse.

2. Miten monta mallistoa teet vuodessa? Ellet tee mallistoja, miten usein päivität tuotteita-
si/teoksiasi?

*Nyt teen vasta ensimmäisen erän. En jaa tuotteita tarkasti mallistoihin, jotka ilmestyisivät
esim. kaksi kertaa vuodessa. Seuraavat tuotteet tulevat olemaan edellisen jatkumoa.*

3. Miten paljon aikaa suunnilleen menee yhden tuotteen/teoksen tekemiseen (suunnittelu
ja valmistus)? Kuinka monta voit tehdä esim. viikossa?

*Riippuu tosi paljon tuotteesta. Ja siitä, että teen viikon aikana paljon muutakin kuin oman
merkin juttuja. Tunteja, päiviä. En osaa vastata!*

4. Millainen hintahaarukka tuotteillasi/teoksillasi on?

Millainen pitäisi olla, jotta voisit elättää itsesi, jos tekisit tätä täysipäiväisesti?

*Korut 19 eurosta mekkoihin, jotka ovat 79e. Volyymit pitäisi olla aikas isoja, jotta tällä
eläisin pelkästään.*

5. Luuletko, että käsityönä valmistettu tuote/teos on voisi elättää tulevaisuudessa? Kuin-
ka voisit tehostaa "tuotantoasi" vai voitko?

*Kuten edellisessä sanoin, voisin elättää itseni, jos **volyymit olisivat isommat**. Eli enem-
män tuotteita, enemmän myyntiä.*

6. Näetkö itsesi käsityöläisenä, muotoilijana vai/ja taiteilijana?

Muotoilijana

7. Millaisia kanavia hyödyntäen uskot myyväsi tai esitteleväsi tuotteesi/teoksesi tulevaisuudessa?
Pääasiassa myyntikanavani on tällä hetkellä meidän verkkokauppa. Tulevaisuudessa voisin laajentaa kivijalkakauppoihin ja ehkä muihin verkkokauppoihin.

8. Tunnetko muita suunnittelijoita jotka valmistavat tuotteensa/teoksensa itse?
Esimerkiksi *Tina Palm, Awe, Katri Niskanen, Humbugi Asuste..* Näin äkkiseltään tuli mieleen.



5—SYSTEMIEN ANALYYSI

Suunnittelutyössä on olemassa niin teollisuuden kuin mahdollisesti käsityönkin puolella tietty prosessi. Riippuen annetusta ajasta ja resursseista se alkaa yleensä jonkinlaisella taustatutkimuksella, jota seuraa moodboard ja ideointi. (Travers-Spencer & Zaman 2008) Sen jälkeen pohditaan tarkemmin muotoja ja materiaaleja sekä vaatekappaleiden mittasuhteita ja siluetteja. Määritellään värikartta ja rakennetaan mallisto, joka toimii kokonaisuutena. Siinä täytyy ottaa huomioon taloudelliset rajoitteet ja markkinatutkimus (mikä myy, mikä ei). Teollisessa prosessissa suunnittelija vastaa tästä vaiheesta ja luo kuvia, joiden perusteella vaatteet kaavoitetaan yhdessä paikassa, leikataan toisessa ja mahdollisesti ommellaan kolmannessa jne. Jos mallistoon kuuluu erilaisia vaatekappaleita, valmistus tapahtuu monessa tehtaassa. Käsityöpohjaisessa työskentelyssä suunnitteluprosessi on yhtä tekemisen kanssa ja suunnittelijan ei tarvitse edes piirtää tarkkoja kuvia tuotteistaan. Samoin käsityö mahdollistaa vaatteiden muotoilun ja kokeilun, jotka eivät perustu kaavoihin.

5.1 KÄSITYÖ

Käsityömenetelmin valmistetusta vaatteesta tulee ensimmäisenä mieleen omavaraistaloudessa elänyt kansanpuku. Kansa on käyttänyt arki- ja juhlavaatteita, ja kullekin juhlavaatteet käytettiin loppuun arki-, alus- ja työvaatteina - samaan tyyliin kuin nykyään kustomoidaan, muttei niinkään

materiaalisesta pakosta, vaan ideologian innostamana. Ennen vaatteita käytettiin niin varovasti, että ne saattoivat jopa riittää usealle sukupolvelle. Vaihtelua saatiin muuntelemalla värejä ja yhdistämällä eri vaatekappaleita toisiinsa (Franck 1997, 126). Omavaraistalous oli omiaan hidastamaan muodin muutoksia eli kansanpuvulle on ominaista ajallinen viive. Perinteisen vaateen valmistukselle on ollut edellytyksenä monisatavuotinen raaka-aineen käytön mahdollisuudet hallitseva käsityötaito. Omavaraistaloudessa oli myös tyypillistä käyttää läheltä löytyviä raaka-aineita, esimerkiksi tiettyjen eläinten nahkaa ja paikallista puuta tai kasveja.

Käsityöpohjainen design keskittyy ensisijaisesti itse prosessiin - ei tulokseen. On kyse enemmän toiminnasta (action) kuin kulutustuotteiden valmistuksesta. Käsityöhön liitetään voimakkaasti perinteet ja historia. Taidot (tai niiden ansiaskalet), kuten sukien parsiminen tai napin ompelu, opitaankin usein omalta äidiltä/mummolta/isältä, vaikka nykyään niiden opettamisen vastuu jätetään pääasiassa peruskoululle tai ammattikouluille. Epätehokkuutensa ja harrastehenkisyytensä takia käsityö on hankalaa liittää osaksi markkinatalouden koneistoa, vaikka artefaktit (mikäli käsityötuotteista voi puhua teoksina) voivatkin olla trendikkäitä. Tai itse käsityöaspekti on trendikästä.

Kädentaito on ennen kaikkea fyysistä. Sen suosio on luultavasti ollut nousussa voimakkaan immaterialisoitumisen yhteydessä. Aikana, jolloin kaikki on sähköistä ja helppoa, ihminen kaipaa haptisuutta ja to-

dellista, pitkällä pinnalla saavutettua taitoa. Mitä enemmän käsintehdyssä tuotteessa näkyy kädenjälki ja sattumanvaraisuus, sitä enemmän se tuottanee kuluttajalle tyydytystä. Se korostuu entisestään, jos käyttäjä kokee osallistuneensa prosessiin, mikä tulee kyseeseen tilaustyön (kuten Sofia Järnefeltin esimerkissä: hänen design, mutta asiakkaan mitat yms.) yhteydessä.

Käsityö on yhden ihmisen tai ihmisryhmän varassa (vrt. teollisuuden rakenne) eli itsenäinen, muista osapuolista huomattavasti vähemmän riippuvainen yksikkö kuin vaate-teollisuuden systeemi. Käsityöläinen toki tilaa materiaalinsa ja tarvittavat apuvälineensä (esim. ompelukone) jostakin, mutta koko toiminta ei kaadu vaikkapa lentäjien lakkoon. Itseasiassa vastaava ulkoiset uhat eivät juurikaan vaikuttaisi käsityöläisen työhön. Hyvänä puolena voi käsityöläisyydessä pitää myös, tietysti tuotteesta riippuen, nopeita toimitusaikoja. Toisin sanoen designin ei tarvitse olla valmis 1,5 vuotta etukäteen, vaan tuote on ulkona melkein samantien kun se syntyy suunnittelijan päässä.

Entä huonot puolet? Edellä esitettyjen haastattelujen perusteella käsityöläisyyden suunnittelijat ovat äärimmäisen toivottomassa tilassa. On ensinnäkin rankkaa ja aikaa vievää tehdä kaiken itse. Lisäksi pienistä määristä johtuen myös materiaalikustannukset ovat korkeita ja jakelukanavat vähissä. Toisaalta juuri siitä syystä he pyrkivät zero wasteen eli käyttävät kaiken materiaalin ettei mikään mene hukkaan. Tämän hetkisen yhteiskunta- ja taloudellisen rakenteen puitteissa on miltei mahdotonta

elää käsityöläisenä (ja suunnittelijana kaiken kukkuraksi - esim. ompelijoilla varmaan eri tilanne, kun voivat keskittyä pelkästään tilaustöihin jättäen pois niin design-, materiaalihankinta- kuin markkinointiosuuden). Luulen, että käsityöllä valmistettu vaatekappale tuntuu psykologisesta näkökulmasta aivan erilaiselta kuin teollisesti tuotettu. Se kantaa teosarvokkuutta ja kuluttaja ei luultavasti kovin helposti heitä sitä pois, jo pelkästään tuotteen sielukkuuden vuoksi. Ainut pulma on vain saada kuluttajat valitsemaan käsityöluomus massatuotteen sijasta, tehdä siitä helppoa. Hinnastakaan siinä ei aina ole kyse, sillä monet ovat valmiita maksamaan jopa brändistä (vaikka laatu olisikin surkea) vähintään yhtä paljon kuin vaikka Aino Vainion neuleesta.

Käsityöläisyyden keskeiseksi ominaisuudeksi voisi nimetä hajanaisuuden - sekä hyvässä että pahassa. Pienet vahvat yksiköt on aina lujempaa tekoa kuin yksi iso haavoittuvainen, vaikka jälkimmäinen onkin helpommin esillä ja omaa tehokkaat toimintatavat.

5.2 TEOLLISUUS

Suunnittelijan työtä voidaan pinnallisesti pitää teollisesti massavalmistettujen tuotteiden koristelijan, värien ja materiaalien valitsijan työnä (Nuutinen 2004, 92). Nuutinen määrittelee tuotesuunnittelun järjestelmällisesti etenemään pyrkiväksi, täsmällisiin ja yksiselitteisiin määrittelyihin fokuksiksi toiminnaksi, jolle asetetaan ajallisia tehokkuusvaatimuksia ja joka on tuotantoa tukevaa toimintaa. Siihen liittyvät sekä parhaiden mahdollisten materiaali-

lintojen teko ja teolliseen valmistukseen liittyvien tekniikoiden hallinta, että tehtaan tai tehtaiden resurssien optimaalinen käyttö. Muotitaiteilijan työssä korostuu aikaa edellä oleva itseilmaisuu, josta teollinen vaatetussuunnittelija tekee sovellutuksia valtavirran makuun (Nuutinen 2004, 94).

Gerry Cooklin (1991) analysoi kirjassaan *Introduction to Clothing Manufacture* muotiteollisuutta seuraavilla lauseilla (kirja on englanniksi):

- *change and variety but never so much as today*
- *the variety and types of clothing produced were limited by the life-styles and conventions of the day*
- *the clothing producer has to reconcile the conflicting requirements of the market and of his manufacturing facilities in order to stay in business*

Näiden väitteiden perusteella siis muotiteollisuus heijastaa voimakkaasti aikaansa ja sen on myös reagoitava muutoksiin yhä nopeammin pysyäkseen markkinoilla. Lisäksi Cooklin luettelee markkinoiden perustarpeet:

- 1) *garments with up-to-date fashion appeal*
- 2) *low forward commitments in order to leave open options to exploit sudden demands during the season*
- 3) *competitive prices*
- 4) *acceptable quality standards*
- 5) *quick response and short delivery times*

But to produce goods efficiently and profitably, the producer requires:

- 1) *a minimum of style and cloth variety*
- 2) *large orders, well in advance of delivery times*
- 3) *adequate time of planning*
- 4) *time to develop garment and method engineering for price sensitive and other critical types of merchandise*
- 5) *reasonable level of work in progress*

Suuret määrät, yksipuolinen tuotevalikoima, pitkät toimitusajat, alhaiset hinnat eli pienet palkat. *The key to optimising this conflict of interests lies in the ability of management to maximize the productivity of available resources, and to decrease response time. This can only be achieved by increasing the effectiveness of the operational performance levels of every department of the company. In the fast-moving fashion business of today, these performance levels determine success or failure.* Kaiken tehostaminen äärimmilleen on yrityksen kuin yrityksen päätavoite. Leikataan mahdollisimman paljon kustannuksia, myydään yhä enemmän. Tässä on vaateteollisuuden ehdoton kompastuskivi, joka kasvaa entisestään ympäristökriisin aikana ja saattaa muuttua mahdottoman kokoiseksi esteeksi energialähteiden (öljyn) ehtyessä.

Tällä hetkellä suurin osa maailman tehtaista pienteollisuutta (alle 25 työntekijää), kun taas yli sadan työntekijän tehtaita noin kolmasosa siitä. Kaikki työvaiheet on tehokkainta jakaa erikoistuviin tehtaisiin: erikseen leikkuu, viimeistely yms. Samoin tehtaot erikoistuvat tietynlaisiin vaatetyyppeihin, esim. vedenkestävät, miesten ja naisten ulkovaatetus, vapaa-ajan ja urheiluvaatteet, paidat, mekot, alusvaatteet,

lasten vaatteet, työvaatteet, neulosvaatteet (sisältäen trikoovaatteet). Isoissa vaateyrityksissä on kutakuinkin aina tietty rakenne: hallinto (johto), muotoilu (design), markkinointi, talous, sisäänosto ja tuotanto. Valmistuspuoli (jopa prototyyppien valmistus) sijoittuu nykyään enää hyvin harvoin samaan lokaatioon kuin yrityksen ”aivot”.

1960-luvulle asti muotia hallitsivat sormin laskettava määrä eurooppalaisia muotitaloja, joiden asiakaskunnalla oli rahaa. Massatuotettu muoti otti vaikutteensa suoraan niiltä. Myöhemmin tilanne muuttui, kun joukkoon mahtui yhä enemmän tuoreita ja omanlaatuisia suunnittelijoita, jotka suuntasivat mallistonsa myös populaareille markkinoille edellyttäen globaalia toimintaa.

Tehtaan muotoiluosasto vastaa taustatutkimuksesta ja tuotekehittelystä. Suunnittelijat luovat prototyyppejä myyntiä ja tuotantoa varten. Yleensä muotoiluosastolle kuuluu ennustus (yrityksen oman kokemuksen perusteella), trendit, hintarakenne, luonnostelu/suunnittelu, mallistosuunnittelu (malliston rakenne), kaavoitus (mallimestarien vastuulla), prototyyppien teettäminen ja korjaus, teknologian valinta ja kartoitus sekä sarjonta. Muotitrendit tulevat suurimaksi osaksi muotipääkaupunkien New Yorkin, Lontoon, Pariisin ja Milanon sesonkittaisista näytöksistä, Fashion Weekeiltä. Nopeasti toimivat yritykset (esim. Zara, jonka tuotteen siirtyvät suunnittelijan pöydältä kaikkiin maailman liikkeisiin 2-3 viikossa) onnistuvat pysymään ajan hermolla, kun taas hitaammin toimivat laahaavat perässä. Lisäksi nykyään on runsaasti trendi- tai konseptointitoimistoja, jotka haistelevat

tulevia tuulia kauan ennen muotiviikkoja ja heidän raporttinsa helpottavat nopeassa tahdissa tuottavia suunnittelijoita.

Muotoiluosaston rinnalla toimiviin muihin tehtaan osastoihin en mene sen tarkemmin, koska rakenne on hyvin järjestelmällinen ja monimutkainen. Askeleita on paljon ja muotoiluosasto tekee tiivistä yhteistyötä kaikkien osastojen kanssa. Yleensä itse tuotanto, kuten aiemmin mainittu, on eri maassa (enimmäkseen halpatuotantomaisena) kuin hallinto ja muotoilu. Alihankkijoita on ripotellen ympäriinsä ja jokaisella on oma tehtävänsä. Suuri merkitys menestyvällä yrityksellä on varastointimenetelmissä ja logistiikassa, joissa Zara on taas onnistunut toimimaan esimerkkinä toisaalta keskittämällä kaiken huiman kokoiseen varastoon ja toisaalta reagoimalla nopeasti reilun tuhannen ympäri maailmaa sijaitsevan liikkeensä melkein päivittäisiin toiveisiin. Lisäksi he pyrkivät pitämään valmistajia lähellä kohteita, eli suuri osa Euroopassa myytävistä tuotteista valmistetaan Espanjassa tai Portugalissa. Konsepti perustuu logistiseen nopeuteen ja tehokkuuteen sekä tiiviiseen kommunikointiin liikkeiden ja tuotannon välillä. Lisäksi Zara säästää kokonaan markkinointikuluissa, koska se ei mainosta muulla kuin ikkunoillaan ja liikkeidensä nopeasti vaihtuvalla esillepanolla. Nämä tiedot perustuvat omakohtaiseen työkokemukseen yrityksessä.

5.3 VAIHTOEHTO?

Zaran tai H&M:n kaltaiset yritykset edustavat vaateteollisuuden äärimmäistä pistettä. Aino Vainion kaltaiset suunnittelijat ovat taas vastakkaisella puolella halliten koko prosessia yksin. Tai luultavasti äärimmäinen omavaraisuus löytyy esimerkiksi Amazonin sademetsien asukkien joukosta - he kasvattavat puuvillaa omalla pienellä pihallaan, tekevät langat itse, värjäävät ne metsästä löytyvillä aineilla ja kutovat kankaat omilla menetelmillään. Koneita ei ole käytössä lainkaan. Heidän tuotteitaan on toisaalta mahdotonta luokitella designiksi (vaikka kauniita, mielestäni, ovatkin), ellei joku alan kauppa keksi ostaa sellaisia valikoimiinsa.

Donella Meadows (Fletcher 2008, 60) on analysoinut vaateteollisuuden systeemiä perinpohjaisesti etsien sille tämänhetkiseen ja tulevaan maailmalla vallitsevaan tilanteeseen järkevämpää, kestävämpää, ratkaisua. Hän määritteli yhdeksän ”paikkaa, joihin voi puuttua systeemissä”, alkaen vähiten efektiivisestä (ei ole käännöstä suomeksi, pysyäkseeni täsmällisenä, listaan nämä englanniksi):

9 - numbers (subsidies, taxes, standards)

8 - material stocks and flows

7 - regulating negative feedback loops

6 - driving positive feedback loops

5 - information flows

4 - the rules of the system (incentives, punishment, constraints)

3 - the power of self-organization

2 - the goals of the system

1 - the mindset or paradigm out of which the goals, rules, feedback structure arise

Meadows:n mukaan numeropuoli on ensimmäinen johon tartutaan, mutta sillä on vähiten merkitystä systeemin osalta. Luvut jäävät aina johonkin kohtaan jumiin. Ympäristöystävällisemmille materiaaleille (orgaaniset, second-hand) pitäisi rakentaa hyvät varastot ja luoda vankka järjestelmä niiden aseman vahvistamiseksi. Säännösten voimaa pitäisi vahvistaa ja ihmisten tiedostusta kasvattaa - mitä enemmän kysyntää kestäväille muodille, sitä enemmän sitä tuotetaan suhteessa ei-kestävään. ”Aid to Artisans” (www.aidtoartisans.org) - hankkeessa (non-profit organization) halutaan luoda yhteisöjä, joissa yhdistyisi paikallinen käsityötaito sekä design- ja yrittäjäyhteisöantuntemus. Tarkoituksena on jakaa informaatiota ja opettaa eri maailmankolkkien artesaanit toimimaan itsenäisesti tehokkaissa yhteisöissä, jotka pystyisivät sekä pyörittämään toimintaa ja varustamaan ympäristönsä tarvittavilla tuotteilla, että elättämään itsensä ja perheensä, inhimillisissä rajoissa. Esimerkiksi Armeniassa, The Sharan Craft Centre (SCC) on tällä hetkellä täysin itsenäinen, lasten neuloksia tuottava yritys, joka työllistää yli 400 artesaania ja jonka liikevaihto on 600 000 dollaria vuodessa. Artesaanit saavat 50% parempaa palkkaa kuin keskiverto armenialainen.

Made-By-merkki pyrkii levittämään informaatiota muodin kestävästä ratkaisusta (www.made-by.nl/?lg=en). Se uskoo avoimuuden tuottavan vastuullista toimintaa. Heidän internet-sivullaan löytyy paljon informaatiota tuotteiden valmistushistoriasta, erityisesti Made-By-merkillä varustetuista. Yritykset voivat sisäisillä säännöillään

vaikuttaa merkittävästi muodin systeemiin. People Tree-organisaatio tekee yhteistyötä eri maiden Fair Trade-ryhmien kanssa työllistämällä artesaaniryhmiä 20 kehitysmaassa (www.peopletree.co.uk/). Se pyrkii toimimaan mallina isoille vaateyrityksillä (business model) (Fletcher 2008, 68). Myös American Apparel (www.americanapparel.net/) on myös mainio esimerkki erilaisen systeemin luomisesta - kaikki työ suunnittelusta ja markkinoinnista valmistuksen tehdään omissa tiloissa Los Angelesissa, ”Made in Downtown LA, Sweatshop Free”. Christina Kim:n Dosa-merkki (<http://dosainc.com/>) tuottaa vain yhden malliston vuodessa ja elättää 500 naisartesaania Assamin alueella. Urheiluvaateyritys Patagonia (www.patagonia.com/web/eu/home) ja mattoja tuottava Interface (www.interfaceglobal.com/) ovat Fletcherin mukaan vaikuttaneet merkittävästi koko vaate- ja tekstiiliteollisuussysteemiin asettamalla päämääräkseen ensisijaisesti kestävän kehityksen (yritysten internet-sivuilta löytyy paljon tietoa heidän projekteistaan ja toimintatavoistaan). Se ei kuitenkaan riitä, että jotkut isot yritykset toimivat onnistuneina esimerkkeinä. Self-organization eli jonkinasteinen omavaraisuus tai itsenäisyys sekä pluralistinen visio ovat Kate Fletcherin kirjan ydin. Täytyy pyrkiä pois päin kontrolloivasta ”aivosta” ja keskittyä osuuskuntien luomiseen - varustaa systeemin sisällä toimivat osapuolet tiedolla, informaatiota ja valinnoilla.

Paradigmat eli koko systeemin viitekehukset ovat Donella Meadowsin listassa tärkeimpiä. Informaation johtamat paradigmat vaikuttavat ideoihin ja ajatuksiin. Me

vastustamme perustavanlaatuisia muutoksia enemmän kuin muunlaisia muutoksia, mutta Meadows väittää, että paradigmaattisessa muutoksessa ei ole mitään fyysistä, kallista tai edes hidasta (Fletcher 2008, 73) Yksilötasolla se tapahtuu sekunnin murto-osassa, tarvitaan vain napinpainallus mielessä, uusi tapa nähdä (Meadows 1997). Täytyy rakentaa vakuuttava, vuorovaikutteinen ja eettinen paradigma, joka luo kestävästä designia. Vaikka edellämainitut esimerkit liittyvät kaikki kestäväan kehitykseen, luulen että sama teoria pätee käsityön asemaan muodissa. Jos systeemin ydin luotaisiin vastaamaan tämänä päivän vaatimuksia (kulutuksen ja saastuttamisen vähentäminen sekä globalisaation pysäyttäminen jne.), uskoisin että käsityö nousisi taas merkittäväksi osaksi vaateteollisuutta. Väittäisin, että järjestelmä saataisiin toimimaan paremmin a) organisoimalla selkeitä verkostoja joiden puitteissa käsityöläiset toimisivat, esimerkiksi internetin välityksellä, b) lisäämällä tiedon määrää niin kuluttajan kuin käsityöläis suunnittelijoiden keskuudessa, ja c) pyrkimällä nostamaan vaate (tai muoti) samalle arvostuksen tasolle kuin muu design.

Entä Suomessa? Sekä Aino Vainio että Sofia Järnefelt harmittelivat kuluttajan vastahakoisuutta maksamaan kotimaisesta laatutuotteesta verrattuna vaikkapa huonekaluihin. Muoti yhdistetään turhamaisuuteen ja epäkestävyyteen, joista kumpikaan ei ole suomalaisessa arvoasteikossa korkealla. Löytyykö täältä jotakin toimintaa joka yrittäisi muuttaa tilannetta? Toistaiseksi en ole ainakaan moiseen törmännyt. Esimerkiksi suomalaiset muotilehdet profiloituvat naisten-

lehdiksi, mikä on valtaväestön mielestä yhtä kuin ”hömppä”. Toki kestävä kehitys pitkäaikaisena trendinä on vaikuttanut myös jonkin verran suomalaisiin yrityksiin, mutta lähinnä ”käytämme kierrätettyjä materiaaleja” tai ”tässä on orgaaninen puuvillamallisto”. Itse systeemiin ei ainakaan julkisesti tai suurella mittakaavalla olla otettu kantaa. Toisaalta suunnittelija- ja artesaaniosuuskuntia on ollut Suomessa pitkään. Kuinka kannattavaa se on ollut? Ainakin tänä päivänä suunnittelijat (kuten haasatteluissakin tuli ilmi) joutuvat elättämään itsensä muilla keinoin. Meillä on runsaasti artesaaneja ja muita osajia, täytyy vain keksiä keino, miten heitä/niitä voisi hyödyntää tehokkaasti ja minimoida globalisaation pelisääntöjä.

Yksi vastaus aikaisemman systeemin muuttamiseksi ovat internet-yhteisöt, jotka

ovat esimerkiksi mullistaneet musiikkiteollisuuden ihmisten verkostoitumisesta puhumattakaan. Suunnittelijat käyttävät jopa Facebookia tehokkaasti tuotteidensa esillepanokanavana (molemmat haastateltavani ovat siinä mielessä aktiivisia). Lokalisaation suhteen internet ja muut, lähinnä digitaaliset, teknologiat ovat siis auttaneet mullistamaan verkostomahdollisuuksia ajamalla alas tuotanto- ja jakelukulut (Fletcher 2008, 144). ”Open source” projektit - kuten Wikipedia ja Youtube - designissa Sustainable everyday (www.sustainable-everyday.net/SEPhome/home.html) tarjoavat vuorokutuksellisia vaihtoehtoja aiemmalle tarjontaan perustuvalla muotibisnekselle. Kyseinen menetelmä mahdollistaa ylijäämän eliminoimisen, jolloin käsityöläiset voivat tuottaa juuri niin paljon kuin tavaraa menee kaupaksi.

6—JOHTOPÄÄTÖS

Manuel Castells (The Fashion Reader/ Jackson 2007, 212/Castells 1991, 1996) puhuu informaatioteknologian tuottamasta kitkattomasta maailmasta, "space of flows", joka korvaa aikaisemman ja tutun "space of places":n. Maailmalla on havaittavissa optimismia rakenteiden muutoksen suhteen lokaalimpaan ja immateriaalisempaan suuntaan informaatioyhteiskunnan suomilla mahdollisuuksilla. Suomessa tuntuu olevan toistaiseksi melko pessimistinen asenne esimerkkiyrityksen tai -organisaation puuttumisen vuoksi, vaikka sen kaltaista liikettä hiljalleen tapahtuukin. Täällä uskotaan toistaiseksi keskittämiseen (kauppakeskuksia nousee edelleen taajamilla). Jouluvalojen tavoin kyseisessä mallissa yhden lampun rikkoutuessa muutkin sammuvat.

Suomalaisten suunnittelijoiden keskuudessa käsityöläisyys lienee toistaiseksi enemmän pakko kuin valinta. Muotia ei tueta eikä keksitä muita vaihtoehtoja kuin puhdas kaupallinen malli (vrt. taide, jota ei myöskään kovin avokätisesti tueta, mutta kuitenkin enemmän, perinteiden ja kulttuurisen arvostuksen takia).

Toimiiko lokalisaatioajattelu muodissa muuta kuin aiheena? Kuljetuksissa käytetään muiden resursseja ja saastutetaan, mikä on ajanut paikallisuuden merkityksen korostamiseen. Lähiuotannossa on myös

kysetaloudellisesta joustavuudesta, sosiaalisesta sitoutumisesta sekä kulttuurisesta ja esteettisestä diversiteetistä. Hiilidioksidi on vain osa globalisaation ongelmaa (Flrtcher 2008, 140). Pienissä yhteisöissä ihmisten välinen vuorovaikutus, muutosten nopea havaitseminen ja omien tekojen aistiminen ovat yhtä kuin "vallan hajauttaminen" (division of power (Pepper 1996, 306). Samoista asioista puhuu niin Prout kuin pitkään suosiotaan kasvattanut syklisyyteen uskova permakulttuuri (www.permakulttuuri.info/). Päämääränä on zero waste, koska tällä hetkellä 90% maasta otetuista resursseista muuttuu jätteeksi 3 kuukauden sisällä. Alabama Chanin on hyvinkin couture-henkinen yritys Yhdysvalloissa, joka työllistää paikallisia naisia: entisiä tehtaiden työntekijöitä, eläkkeelle jääneitä opettajia, leskiä ja sihteerejä. He ompelevat, kirjailevat ja neulovat melko uniikkeja tuotteita suunnittelija Natalie Chaninin mallistoon. Minkätyyppisiä tuotteita muodin käsityöläiset tekevät Suomessa? He pyrkivät myös yksilölliseen jälkeen, vaikka useimmissa tapauksissa voisivatkin teettää luomuksensa muilla. Suomen palkkataso on vaan niin kova, että suunnittelija pystyy työllistämään korkeintaan harjoittelijoita. Mistä saada rahoitusta? Voisivatko isot yritykset tehdä jonkinäköisen allianssin käsityöläisten kanssa? Käsitykseni mukaan suomalaiset vaateyritykset sinnittelevät pitääkseen omaakin toimintaansa kannattavana. Siihen taas vaikuttanee suunnittelun taso ja Suomessa liian vähälle jäävä syvällisempi muotikeskustelu (vrt. teollinen muotoilu).

Käsityö on myös melkein väistämättä slow designia (www.slowdesign.org/). Tunnet-

tu tutkija, luennoitsija ja konsultti John Thackara väittää, että nopeuden kulttuurinen paradigma on väistymässä ja tilalle on syntymässä monenlaisten nopeuksien kirjo sekä ”valikoiva hitaus” (Thackara 2005, 29). Slow fashion yhdistää ideat luonnon ajasta (elvyttää syklit ja evoluution), kulttuurin ajasta (traditioiden ja viisauden arvo) ja tavallisemmista muodin ja kaupankäynnin aikakehyksistä (Fletcher 2008, 173). ”Hitaus” ei ole tässä tapauksessa vastakohta ”nopeudelle”, vaan erilainen lähestyminen, jonka puitteissa systeemin sisällä toimivat osapuolet tiedostavat tuotteiden vaikutuksen työntekijöihin, yhteisöihin ja ekosysteemeihin. Suomessa slow-aate on saanut jalansijaa ainakin ravintolamaailmassa. Luulisi, että se olisi täällä myös muodin puolella poikkeuksellisen helppoa - suomalaiset ovat kuitenkin tunnettuja rationaalista kuluttamisesta.

Muodilla on tiukka yhteys konsumerismiin, jota voi löysätä luomalla uudenlainen malli yksilön ja yhteiskunnan toiminnalle. Se edellyttää keskittämisen murtamisen, mikä voisi näkyä muodin luojien ja kuluttajien vuorovaikutuksena tai tuottajan ja kuluttajan yhdistymisenä (”prosumer”, Alvin Tofflerin 1970-luvulla määrittelemä termi). Pro-Am (Demos: Leadbeater & Miller 2004) puhuvat luovista aktivisteista, joilla kirjoittajien mielestä tärkeä rooli yhteiskunnassamme ja taloudessamme. Ilmiötä tunnetaan myös aiemmin mainitulla nimellä open-source design - Linux-kaltainen malli, jota käyttäjät voivat muokata. Demos kutsuu tätä ”kulttuuriseksi pääomaksi” joka voittaa kulutusajattelun: ihmiset kokevat sellaiset tuotteet, joiden tekemiseen ovat itse osal-

listuneet, tai joiden synty (valmistus) on käsinkosketeltavissa, merkityksellisemmiksi ja siten saavat niiden kuluttamisesta enemmän nautintoa. Tieto siitä ettei ole jonkin ”ison” ohjaama, eli tietynlainen valtaan osallistumisen tunne lämmittää mieltä. Samoin voisi perustella ihmisten pyrkimystä hankkimaan vaatteita lähiyhteiskuntansa käsityöläis-suunnittelijoilta, koska he jaksavat samankaltaisen kokemusmaailman.

Meidän pitäisi siis pyrkiä passiivisuudesta aktiivisuuteen. Tiedon määrä on siinä ratkaisevassa asemassa. Mitä enemmän tiedetään ja osataan, sitä enemmän ollaan valmiita tekemään itsenäisiä valintoja. Osana isompaa kokonaisuutta esim. open-source-ajattelu vie muodin monopolisen kaupallisuuden ulkopuolelle - yksilöiden (luovien kuluttajien ja suunnittelijoiden) johtamaksi. Osallistuva design on ollut trendi jo jonkin aikaa ja sen ajatuksena on yleensä saada huomio pois hallittuna olostä. ”When design is no longer about surface styling and more about promoting action, its aim is to increase the potential of the user and its focus becomes social change.” (Fletcher 2004, 193). Otto von Busch (2005) kuvailee myös suunnittelijan roolia sanoen ”a street level collaborative practical facilitator and creative teaser”.

Onko muodin olemassaolo Suomessa mahdollista ilman vaatetusteollisuutta? Tai voiko suomalainen muotisuunnittelija olla yhtä aikaa käsityöläinen - täysipäiväisesti? Teollisuuden täydellinen poissaolo ei ole edes mahdollista, muttei myöskään tarpeellista. Käsityö ei ole teollisuuden vastakohta, vaan molempia tarvitaan. Tärkeää olisi vain

löytää balanssi näiden kahden välillä ja toimia kummankin osalta esim. cradle-to-cradle-periaatteella (www.mcdonough.com/cradle_to_cradle.htm). Liiallisen tavaran tuottaminen ja vaatteen inflaatio lienevät saastuttamisen lisäksi vaateeteollisuuden suurimpia ongelmia. Tämän kahden asian korjaaminen vaikuttaa luultavasti yritysten taloudelliseenkin tilanteeseen vain positiivisesti. Uskon kuitenkin, että suomalaisten käsityöläisten voimat riittäisivät täyttämään muotinäköisten ihmisten tarpeet. Koska kaikki ovat täysin ajantasalla ja tiedostavat sekä globaalit että lokaalit suuntaukset, muodin on vaikeaa olla takapajuisia. Käsityöläisten elämää helpottaakseen täytyy perustaa tehokkaasti pyöriä yhteisöjä, foorumeita, ehkä jopa agentuureja (kuten monilla muilla luovilla aloilla). Siten jokais-

en ei tarvitse toimia yksin, vaan käsityöläisten verkosto voi tukea toisiaan (kuten esim. bloggarit jo tekevätkin). Lisäksi jonkinlaiset käsityötuotteiden - ja miksei muidenkin - web-kaupat voisivat toimia tilaustyöperiaatteella. Miksi vaatteita pitäisi valmistaa turhaan, ilman että joku haluaa käyttää niitä? Eikä kyse ole perusräätäliverstaasta, vaan designereiden portfolioista, josta kuluttajat voivat poimia ja tilata haluamansa. Tällä periaatteella ei luulisi olevan myöskään liiemmin kapasiteettirajoituksia (viitaten Sofia Järnefeltin huoleen ei-sarjatuotettujen mallistojen sisäänostohankaluuksista). Väitän siis, kaikesta ilmassa olevasta pessimismistä huolimatta, että käsityöläisten kannattavuuteen löytyy ratkaisu - sitä täytyy vaan etsiä aluksi hyvin perustavanlaatuisella tasolla.

7—LÄHTEET

7.1 KIRJALLISUUS

Ash, Juliet & Wilson, Elisabeth (ed.), *Chic Thrills, A fashion Reader*, Pandora 1992

Barnard, Malcolm (ed.), *Fashion Theory / A reader*, Routledge 2007 (Gilles Lipovetsky: A Century of Fashion 76-84)

Brand, Jan (ed.), Teunissen, José (ed.), van der Zwaag, Anne (ed.), *The Power of Fashion, About Design and Meaning*, Terra and ArtEZ Press 2006

von Busch, Otto, Re-forming Appearance: Subversive Strategies in the Fashion System - Reflections on Complementary Modes of Production, www.selfpassage.org

Cooklin, Gerry, *Introduction to Clothing Manufacture*, BSP Professional Books 1991

Fletcher, Kate, *Sustainable Fashion and Textiles, Design Journeys*, Earthscan 2008

Franck, Marketta, *Waatteen Wiesti ja Wiettelys*, Nukke- ja pukumuseo 1997

Jarnow, Jeannette & Guerreiro, Miriam, *Inside the Fashion Business, Text and Readings*, New York (NY) : Macmillan Publishing 1991

Leadbeater, Charles & Miller Paul, *The Pro-Am Revolution*, www.demos.co.uk/files/proamrevolutionfinal.pdf, Demos 2004

Meadows, D.H., *Places to intervene in a system, Whole Earth*, Winter 1997

Nuutinen, Ana, *Edelläkävijät, Hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin enustamisesta*, Taideteollinen korkeakoulu/Ilmari Publications 2004

Pepper, David, *Modern Environmentalism*, London: Routledge 1996

Thackara, John, *In the Bubble*, Cambridge, Massachusetts: the MIT Press

Travers-Spencer, Simon & Zaman, Zarida, *The Fashion Designer's Directory of Shape and Style*, Barron's 2008

Welters, Linda & Lillethun, Abby (ed.), *The Fashion Reader*, Berg 2007 (Peter Jackson: Local Consumption Cultures in a Globalizing World 212-218)

7.2 INTERNET

Helsingin sanomat, 04.11.2009: www.hs.fi/kulttuuri/artikkeli/Vuoden+nuoreksi+suunnittelijaksi+Anne+Törnroos/1135250493071

Jarva, Mari / Elle.fi, 20.04.2010: www.elle.fi/muoti/style09/voittajat/_a94241/tyyliduo+rinne+niinikoski/

Komonen, Anna / Plaza.fi, Ellit, 03.01.2007: <http://plaza.fi/ellit/muoti-ja-kauneus/muoti/haastattelu-taiteilija-sanna-saastamoinen>

Pennanen, Tyyne / Plaza.fi, Ellit, 04.12.2004: <http://plaza.fi/ellit/kulttuuri-ja-viihde/kulttuuri-kirjat/taiteilija-sarja-osa-4-muotisuunnittelijat-piia-rinne-ja-noora-niinikoski>

Puolakka, Anni / Ok-Do, 17.11.2009: www.ok-do.eu/articles/happiness-resides-at-home/

Pöyhönen, Tuula/ ONNI, <http://facesofdesign.com/tuula-p-yh-nen/portfolio/tuula-p-yh-nens-portfolio>

Rinne, Jaana / City-lehti, nro 23/2006: www.city.fi/artikkeli/Emelie+Bj%F6rnberg/2158/

Jokinen, Liisa / HS, 12.11.2009: www.hs.fi/artikkeli/Muotihuiputus/1135250680643

Katja Hedberg / Savon sanomat, 24.12.2009: www.savonsanomat.fi/viihde/viihdeuutiset/vahvat-siivet-kantavat/516661

Johnson, Hanna / Elle.fi, 03.09.2008: www.elle.fi/lifestyle/henkilo/_a82350/trendien+orjallinen+tutkija/

Katri Utula / Ilta-Sanomat.fi, Muoti ja kauneus (ei päivämäärää): www.iltasanomat.fi/muoti-kauneus/uutinen.asp?id=2023048

7.3 LEHDISTÖ

Liisa Jokinen/ IMAGE, toukokuu 2010, "Toukokuun kasvo - Pukija" (Marjut Uotilasta)

7.4 LINKKEJÄ

www.iknowwhy.com/
<http://anniinanurmi.com/>
www.dusty.fi/
www.annetornroos.fi/
www.anttiasplund.com/
www.comero27.fi/
www.costo.fi/
www.nfw.fi/superyellow/
www.pisto.fi/
www.rinneriiniikoski.com/
www.sofiajarnefelt.com/
www.sopivashop.fi/
www.taukovaatteet.com/
www.3union4design.fi/
www.defender.fi/
www.gillesetdada.com/
www.goodis.fi/
www.designisgoodbygoodis.blogspot.com/
www.camillamikama.fi/
www.globehope.com/en/
www.thegreendress.fi/
www.liike-shop.com/
www.dusty.fi/
<http://mukava.net/>
<http://facesofdesign.com/category/tags/onni>
www.vainioseitsonen.com/
www.maritadesign.com/
www.noolan.com/
<http://punavuorenputiikki.blogspot.com/>
<http://siirtymaliike.org/>
<http://prout.fi/>
<http://katriniskanen.com/>
www.facebook.com/group.php?gid=204069614681
www.vihreatvaatteet.com/
www.iloa.fi/
soy.fi/yk/products/show/80937
<http://sannasaastamoinen-barrois.blogspot.com/>
<http://tiinapalm.com/>
www.outowear.com/index.php

8—LIITTEET

LIITE 1

HAASTATTELUN LITTERAATIO

Haastattelija (H): Natalia Mustonen, TaM-opiskelija
Haastateltava (SJ): Sofia Järnefelt, TaM-opiskelija ja vaatesuunnittelija (oma merkki)
Paikka: Helsinki, haastateltavan kotona, keittiössä pöydän ääressä
Aika: 02.05.2010 klo 18.05-18.55 josta nauhoitettu n.18.15-18.41
Litteroitu jakso: 10 min 38 sek

Merkit:

- (.) mikrotauko
- (...) tauko
- (---) sanasta ei saa selvää
- / korkeampi äänensävy
- (h) sanan keskellä naurua
- he he** naurua
- ((toiminta))**
- ? nouseva lauseenlopetus

Haastateltavan kanssa on etukäteen keskusteltu aiheesta ja sanottu, että haastattelussa haetaan lähinnä hänen ajatuksiaan käsityön roolista muodin tekemisessä tai vaatetuotannossa. Ensin hän lähti pohtimaan millaista olisi ilman teollisuutta.

SJ: ...ala jos ei tee sarjatuotantoo (.) niin aika harvat sisäänostajat on valmiita ostaa kaappoihin (sitä)
H: niinpä
SJ: et sen on huomannu nyt et niinku suhteiden kautta voi saada (.) et (.) mä esim erkiks voin saada helsinki kymppiin myyntiin
H: mmm
SJ: mun niinku ns. mallistoo, mut sehän on (.) mallikappalemallisto?
H: mmm
SJ: koska mul ei oo resursseja tehdä siitä sarjatuotantoo
H: nii
SJ: ja sit jos miettis sillai hypoteettisesti et jos ei ois just vaateteollisuutta?
H: nii
SJ: tai niinku tuotantoo ollenkaan (.) niin (...) nii (.) ei ois myyntipaikkoja, koska ei kukaa osta (.) vaa- (.) niinku et joo, me ostetaan täst neuleest tää yks kappale?
H: nii nii (--) (.) nii

SJ: ni se on jotenki vähän surullista jopa (--) sit mä oon miettiny sellast nyt ku mä teen semmost mallistoo mis niinku (.) ((nousee ja menee lavuaarille päin)) mis mul on semmonen Ahvenanmaa (.) meininki (.) et nii- (.) ja tota (--) mun teema (.) sit mä oon miettinyt et ku mä käytän siinä semmosii ahvenanmaalaisii perinteisii käsityömenetelmii (.) nii sit et mitä niinku et voisko sen sit tehdä niin et (.) et sais jollain apurahalla tuotettuu sen (.) et se ois oikeesti ahvenanmaalaisten, et sit jos lähtee sillai et lähtee niinkun ((palaa pöydän ääreen kahvipannun kanssa)) työstää jotain perinteisii käsityömenetelmii ((taustalla pannusta mukiin kaadettavan kahvin lirinä)) niin pitäskö se sillon olla niin et (.) se on niin autenttista, et se on oikeesti niitten ihmisten tekemää jotka (.) joille se on niinku osa niitten kulttuuritaustaa?

H: nii oisko se sit mahdollista?

SJ: nii/ mä/ oon miettiny tos (-) Marjan Pejосki (.) ku sehän tuottaa niinku (.) se on Makedoniasta alunperin kotosin

H: mm

SJ: niin osa sen tuotteista on makedonialaisten m(h)ummojen t(h)ekemi(h)i

H: n(h)ii

SJ: mut se on edullista työvoimaa, et sit taas jos miettii suomalaista marttatoimintaa nii (.) martat tekee hyväntekeväisyystyötä et periaattees ei oo mahdollista käyttää niitä? ja sit taas suomalainen työvoima on niin kallista et vaik se ois käsityötä, et se ei ois (.) niinku itse tekemää käsityötä?

H: mm

SJ: mut su- niinku itsensä ohjaamaa mut muitten tekemää ni sit se ois silti (.) se ei ois niinku Suomes mahdollista koska se nousee niin kalliks.

H: mm. niinpä.

SJ: ja sit siin tulee aina vastaan se et sisäänostajat (.) et jos sillä halua elättää itsensä

H: mm.

SJ: sama ku se et jos ei tee s(h)arjatuotantoo, niin kaupat ei osta sun tuotteita?

H: joo

SJ: ja sit taas jos hinnat on liian korkeit niin ne ei osta

H: nii.

SJ: sit se on semmonen et opiskellessa on ihan helppo tehdä (.) ja kivaki tehdä (.) varsinki ku on mukana tollases kollektiivis, et voi laittaa niit myyntiin?

H: mm

SJ: mut sit heti jos miettii et jos sitä tekee sit ku valmistuu (.) niinku ammatissa

H: mmm

SJ: nii sit siinä tulee @kaikki vastaan@ he

H: nii sit siinä pitää olla varmaan joku apuraha tai

SJ: /nii (.) nii et sais niin et miten se ois niinku mahdollista

H: tai sit just niinku (---) teettää jossain halvemmassa paikassa (.) joo totaa (.) mmm (.) no miten paljon sä tällä hetkellä teet itse?

SJ: kaikki
H: kaikki?
SJ: (mm)
H: ihan niinku suunnittelu, kaavotus
SJ: ompelu
H: mihin sulla menee eniten aikaa?
SJ: mmm (...) varmaan itse niinku (.) ompeluun, eli se työ mikä ei oo periaattees oo sitä mihin mä kouluttaudun (.) et mä haluisin käyttää enemmän aikaa suunnittelutyöhön (.) mut koska aina tietää et pitää saada tiettyyn aikaan mennes ne valmiiks, ja ku tekee ite, ja siihen ompeluun menee, ku ei oo ompelijan koulutus, ni siihen menee niin paljon aikaa
H: mm
SJ: nii
H: ni se on tehokkaampaa jos ois alunperinki niinku ompelija
SJ: mut toisaalt sit taas osa siit suunnittelust tapahtuu sit siin vaihees ku tekee
H: (mm)
SJ: tai (.) niihän se menee, et jos ite tekee ne tuotteet ja tekee protot
H: (mm)
SJ: ja sit viel mallikappaleet ite (.) niin sit (.) siin saattaa toimii sillai että (.) et vie sitä mallikappaletta ommellessa et varsinaista tuotetta ommellessa päättääki et mä vaihdanki nää taskut et nää on erilaiset, mikä ei välttämättä ois mahdollista muuten?
H: mm
SJ: nii sit toisaalt se suunnittelutyö on koko ajan silloin siinä mukana siin siin valmistusprosessissa
H: mm (.) joo totta (--)
SJ: (--) kivaa
H: miten sä voisit kuvitella, miten sä voisit niinku tavallaan tehostaa sitä, et jos sul ois vaikka, sanotaan, joku antais sulle ilmaisen myyntipaikan
SJ: nii
H: niinku joku kauppa vaa sanois et mä ostan sult niinku
SJ: kaikki mitä sä t(h)eet he he
H: he he
SJ: *ooo* he he
H: he he miten paljon sä voisit niinku teh- tehdä vaikka puoles vuodes? niinku et millasist kappalemäärist vois olla kyse?
SJ: no nyt (.) jos miettii et mä käyn kouluu (.) mut mun koulun kurssiin sisältyy se mitä mä (.) se mallisto mitä mä teen
H: mm
SJ: mut sit mä käyn töissä siin ohella (.) mä teen semmosen, öö puolen vuoden sisään, semmosen (.) niinku (.) (-) viidentoista viiva kahenkymmenen kappaleen (.)

malliston

H: joo

SJ: tai se tuotemäärä mikä siihen kuuluu

H: joo

SJ: mut sit just se et sen ohella niin mä käyn (.) töissä

H: nii (.) eli periaattees sä voisit tehdä varmaa, jos sä saisit tehdä ihan niinku täyspäiväisesti ja luultavasti, no, yleensä ihmisillä menee varmaan yli sen kaheksan tuntii päivässä jos niil on oma yritys

SJ: (mm)

H: ni oisko se sit joku tuplamäärä tai (.) k- kolminkertainen

SJ: (nii) /se on tosi vaikee sanoo siin mieles koska sit taas ku on sellasii (.) päivii et alottaa tekemään sitä mallistoo ja sit menee loppupäiväks tekee jotain muuta työtä

H: mm

Sj: nii jos tekis koko päivän nii silloinhan se tehostuu se tekeminen

H: mmm

SJ: ku se et jos sä teet pätkän

H: niinpä, joo

SJ: koska sitte se ajatus (--) katkee

H: tottakai mm

SJ: ja sit se on vaikee sanoo kans se et jos jos tekis tehokkaasti koko ajan

H: mmm

SJ: vaan sitä (.) niin miten paljon työstäis päällekkäin eri mallistoja

H: mmm

SJ: tai et (...)

H: nii nii joo (.) joo

SJ: mun on tosi vaikee jotenkin

H: (he he)

SJ: mä oon yrittäny mieltii niitä, mut mun on tosi vaikee (.) arvioida (...)

H: mut mitä pitäis tapahtuu, tai mitä sä luulet et pitäis tapahtuu, et sä voisit elättää ittes sun omalla mallistolla?

SJ: lottovoitt(h)o *ha ha ha*

H: *ha ha ha*

SJ: m(h)ä oon h(h)aaveillu sii(h)tä! mun pitäis voittaa lotos, jättipott(h)i, seitsemän oikein ((nauraa)) ja s(h)it, sit vois alkaa tekee (.) ni sillon (.) mm no joo (.) tai sit, sit ehkä pitäis voittaa joku (.) mm tosi merkittävä kansainvälinen kilpailu

H: aa

SJ: jotta sais (.) sekä sen alkupääoman, niinku rahan?

H: mmm

SJ: että sitte (.) jotain tunnettavuutta

H: mmm

SJ: et niinku esimerkiks jos miettii jotain Laitista

H: mm

SJ: miten ne on lähteny

H: mm

SJ: nii nehän on lähteny sillai että niillä ei ollu mitään merkkiä

H: joo

SJ: n-niillä ei ollu mitään omaa toimintaa, mut sit ne päätti vaan et tehään tämmönen mallikappalemallisto (.) ja ne ompeli sen ite (.) ja sit ne lähetti sen sinne (---): in kilpailuun (...) ne voitti sen (.) 50 000 euroo, se on hyvä alkupääoma, yrityksell(h)e *he*

H: joo

SJ: ja sit viel se että ku ne oli voittanu semmosen (.) niin arvostetun kilpailun (.) niil oli viel vähän nimeekin (...) niin (...) se on yks tapa, ja silti kään ne ei elätä täysin sillä itteensä

H: mmm

SJ: toinen niistä on töissä ää akateemises kirjaka(ha)upas my(h)yjänä, ja toinen opettaa

H: joo

SJ: nii jotenki se tuntuu niin toivottomalta ajatus et, et jopa välil niinku (.) vaiks mäki oon ottanu kaikkii yrittäjäyyskurssei, ja sillai miettiny et ois (.) ihanaa jos tehä vaan sitä omaa

H: mmm

SJ: ni se tuntuu aika toivottomalta (.) et oikeesti et et pitää tapahtuu jotain niinku harvinaista (.) ku et

H: voittaa lotossa

SJ: ni(h)i *he he he*

H: *he he he*

SJ: tai voittaa jonkun kilpailun jost oikeesti niinku saa hyvän ponnauslaudan

H: mut mitä jos sä niinku, jos sä vaik voitaisit lotossa, ja tai jos sä saisit ihan hirveesti rahaa, jos sul ei ois niinku rahasta kiinni (.) se homma, et sul ois tarpeeks nimee ja tarpeeks kaikkee, et kaikki vaa niinku haluais

SJ: (nii)

H: et tekisin niille niitä juttuja mitä sä teet? niin miten paljon sä pystyisit niinku tavallaan tekemään? et mii- missä sun raja menee, niinku esimerkiks Ainolla niinku se

SJ: (mmm)

H: tuntuu tai ainakin tuntuu siltä et sil on vähän se, et se ei pysty tekemään enempää ku mitä se näit tavallaa tekee tällä hetkellä

SJ: nii

H: sil on se ihan noin niinku aika ja semmonen kapasiteetti vähissä
SJ: mm must tuntuu kans just se et, et jos mä tekisin ite
H: mm
SJ: nii enmä pystyis tekee paljoo enempää ku nyt
H: joo
SJ: koska vaikka ei olis töissä opintojen ohella niin se tuotemäärä, en mä usko et se siit kauheesti kasvais vaan sit se aika menis sit enemmän siihen suunnitteluun tai semmoseen harkitsemiseen jja (.) kaikkeen muu- niinku paperityöhön mitä en vielä joudu tekee ku ei oo yritystä
H: no mitä jos sä niinku jos kuvitellaan et sulla ois joku paperinhoitaja
SJ: nii (mmm)
H: rahaa rajatt(h)omasti
SJ: (---)
H: tilat, kaikki jos sun tarttisi huolehtia mistää muusta ku siit suunnittelust ja sit siit valmistamisest, et siin ois joku sun oma kädenjälki, esimerkiks (---)
SJ: mun tapaukses mä varmaan tekisin niin et osa, osa mallistost ois teetetty tehtail, niinku tehdastuotantoo, ja osa ois tehty niinku ns. ateljeetyönä (.) se on mun mielestä semmonen ihanne, et pystyy yhdistää ne
H: mm
SJ: et mä oon kans hhh (.) nytte on mulle opettajat tosi paljon sitä sanonu et on paljon sellasii tehtait jotka pystyy kans niinkun (.) periaattees (.) hmmm niinku matkii kädentyön jälkee
H: aivan
SJ: mut sit taas se tuntuu vähän hassult ajatukselt että se vie silt niinku tuotteelt sen (.) pohjan, tai tietyilt tuotteilta, et jos halua et ne on niinku oikeesti käsityötä

Haastattelua on nauhoitettu vielä 15:02 min ajan, jota ei litteroida vaan puretaan muistiinpanoin.