



Rentoa asiallisuutta ja harkittua huolettomuutta – suomalaisten aikuisten arkipukeutuminen

Helsingin yliopisto
Käyttäytymistieteellinen tiedekunta
Opettajankoulutuslaitos
Käsityönopettajan koulutus
Pro gradu -tutkielma
Käsityötiede
Elokuu 2015
Heidi Hovi

Ohjaaja: Ritva Koskennurmi-
Sivonen



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Käyttäytymistieteellinen	Laitos - Institution - Department Opettajankoulutuslaitos	
Tekijä - Författare - Author Heidi Hovi		
Työn nimi - Arbetets titel Rentoa asiallisuutta ja harkittua huolettomuutta - suomalaisten aikuisten arkipukeutuminen		
Title		
Oppiaine - Läroämne - Subject Käsityötiede		
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Pro gradu -tutkielma / Ritva Koskennurmi- Sivonen	Aika - Datum - Month and year Elokuu 2015	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 113 s + 4 liitettä
Tiivistelmä - Referat - Abstract Suomalaisten aikuisten oletetaan pukeutuvan sään ehdoilla urheilullisesti ja rennosti, jopa junttimaisesti, mutta tieteellistä tutkimusta aiheesta ei ole tehty. Toteutetut tutkimukset ovat olleet pääasiassa laadullisia tutkimuksia, jotka ovat keskittyneet naisten pukeutumiseen. Sen vuoksi päätin tutkimuksessani keskittyä suomalaisten aikuisten rentona pidetyn pukeutumisen tarkasteluun sen eri konteksteissa. Otin huomioon myös pukeutumisen mukavuuden, ja tutkin sen sekä rentouden määritelmät ja eroavaisuudet. Lisäksi tutkin, mitkä elinympäristön tekijät vaikuttavat suomalaisten aikuisten arkipukeutumiseen. Tutkimukseen saattoivat osallistua kaikki yli 20-vuotiaat suomalaiset. Käytin tutkimuksessani mixed methods -menetelmää eli monimenetelmällisyyttä. Menetelmässä sekä määrälliset että laadulliset tutkimusmenetelmät integroituvat keskenään. Aineiston keräsin e-lomakekyselyn avulla. Kyselyssä oli väittämäkysymyksiä, jotka kohdentuivat määrällisen aineiston keruuseen ja avoimia kysymyksiä, joilla keräsin laadullista aineistoa. Jaoin kyselyä sosiaalisen median eri kanavilla 24.2–10.3.2015. Vastauksia sain 521 kappaletta, joista yksi jäi pois. Aineisto koostui siis 520 henkilön vastauksesta kaikkialta Suomesta. Määrällisestä menetelmästä käytin tulosten tarkasteluun ristiintaulukointia, korrelaatiota sekä regressioanalyysia. Tutkin niitä SPSS-ohjelman avulla. Laadullista aineistoa tutkin sisällönanalyysin menetelmällä, jossa käytin Atlas.ti-ohjelmaa. Niin sanottu junttipukeutuminen ei nouse vahvasti esiin vastaajien keskuudessa. Pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuvat henkilöt pukeutuvat samalla tavoin kuin pääkaupunkiseutulaiset. Niin ikään sukupuoli ei ole merkityksellinen pukeutumisen kannalta. Useat vastaajat vaihtavat vaatteensa kun tulevat kotiin. Heidän kotivaatetuksensa on pääasiassa joustavaa ja pehmeää, yleensä collegekankaista. He suosivat rentoa ja mukavaa vaateetusta, mutta määritelmät eroavat toisistaan. Rento pukeutuminen keskittyy vaateen ulkonäköön ja mukava pukeutuminen puolestaan vaateen tuntuun sekä sen luomaan mukavaan olotilaan. Vastaajien keskuudessa suosituin ja pääasiallinen vaatekokonaisuus muodostuu farkuista, trikoopaidasta ja neuleesta, joten käsite tuulipukukansa voidaan unohtaa. Vaikka tulosten suhteen on olemassa pieni virhemarginaali, voi ne siirtää koskemaan suomalaisia aikuisia.		
Avainsanat - Nyckelord pukeutuminen, vapaa-ajan vaatteet, ulkoiluvaatteet, urheiluvaatteet, vaatteet, katumuoti, kvalitatiivinen tutkimus, kvantitatiivinen tutkimus, kyselytutkimus		
Keywords clothing, dress, casual clothing, outdoor clothing, sport clothes, clothes, streetfashion, qualitative research, quantitative research, survey research		
Säilytyspaikka - Förvaringsställe - Where deposited Helsingin yliopiston kirjasto, keskustakampuksen kirjasto, käyttäytymistieteet/Kaisa		
Muita tietoja - Övriga uppgifter - Additional information		



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Behavioural Sciences		Laitos - Institution - Department Teacher Education	
Tekijä - Författare - Author Heidi Hovi			
Työn nimi - Arbetets titel			
Title Casual Businesslike and Considered Careless - Everyday Clothing of Finnish Adults			
Oppiaine - Läroämne - Subject Education			
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Master's Thesis / Ritva Koskennurmi-Sivonen		Aika - Datum - Month and year August 2015	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 113 pp. + 4 appendices
Tiivistelmä - Referat - Abstract It has been a common image that Finnish adults dress casually, even yokel-like, influenced primarily other things by weather and sports, but there is no research-based evidence to support this conception. The focus of researches has been on women's clothing and qualitative methods. These were the reasons why I decided to study casual everyday clothing of Finnish adults in different contexts. I took into account comfortable clothing, and I studied definitions of and differences between comfortable and casual clothing. I also studied which environmental matters have an influence on everyday clothing of Finnish adults. I used the mixed methods approach, which integrates quantitative and qualitative research methods. I collected the data with an e-form survey. In the survey there were statements with the focus on quantitative data and open questions with the focus on qualitative data. I spread the survey on different channels of social media 24.2–10.3.2015. I got 521 replies, one of which was empty, so the final data consisted of 520 replies from all around Finland. To analyse the quantitative data, I used cross tabulation, correlation and regression analysis of SPSS-program. For the qualitative content analysis I used Atlas.ti-program. So-called yokel clothing is not mentioned among the respondents. The people who live outside the capital region dress in the same way as the people living inside it. Also the sex does not make a difference to how Finnish adults dress in general. Many of the respondents change their clothes when they come home. Their clothing at home is made of mainly flexible and soft materials, usually college fabric. They favour casual and comfortable clothing, but the definitions differentiate. Casual clothing is represented by the look of clothes, and comfortable clothing is associated to the feeling of clothes and to the moods they put a person into. The most popular dress combination among the respondents is jeans, a t-shirt and a knitted sweater or a cardigan. Thus the idea of Finnish windbreaker folks is a myth. Although there is a little margin of error in the results, they can be considered to cover the Finnish adults.			
Avainsanat - Nyckelord pukeutuminen, vapaa-ajan vaatteet, ulkoiluvaatteet, urheiluvaatteet, vaatteet, katumuoti, kvalitatiivinen tutkimus, kvantitatiivinen tutkimus, kyselytutkimus			
Keywords clothing, dress, casual clothing, outdoor clothing, sport clothes, clothes, streetfashion, qualitative research, quantitative research, survey research			
Säilytyspaikka - Förvaringsställe - Where deposited City Centre Campus Library/Behavioural Sciences/Kaisa			
Muita tietoja - Övriga uppgifter - Additional information			

Sisällys

1 Johdanto.....	1
2 Vaate viestin välittäjänä.....	3
2.1 Tyyli	4
2.2 Muoti	5
2.3 Pukeutumisen merkitykset.....	7
2.4 Kommunikointi vaatteella	9
3 Mukava ja rento minä.....	11
4 Aatteet ja vaatteet	12
4.1 Musiikki muodin säveltäjänä.....	12
4.2 Elokuva muodin näyttäjänä	15
4.3 Urheilu muodin suoritteena	16
5 Suomalaiset katukuvassa	19
5.1 Vaatteita liukuhihnalta.....	20
5.2 Farkku-Suomi	21
5.3 Koko kansan tuulipuku.....	23
5.4 Miesten pukeutumistyylin suunnanvaihto	25
5.5 Naiset miesten vanavedessä.....	28
5.6 Nuoret kapinalliset.....	29
6 Tutkimuksen toteutus	31
6.1 Tutkimuskysymykset.....	31
6.2 Monimenetelmällisyys	31
6.3 Määrällisen tutkimusmenetelmän käyttö.....	33
6.4 Sisällönanalyysi laadullisena tutkimusmenetelmänä	36
6.5 Kyselylomakkeen laadinta.....	38
6.6 Kyselylomakkeen osiot	40

6.7 Kyselylomakkeen levitys ja tutkimusaineisto	42
7 Tyyli ennen kaikkea.....	46
7.1 Tyyliön, tylsä ja tavallinen	46
7.2 Käytännöllinen ulkoilupukeutuminen	49
7.3 Suomalaisten perusvaatteet.....	53
7.4 Muodikkaat suomalaiset.....	56
7.5 Pukeutumisen tilannesidonnaisuus	58
8 Mukava tai rento, mutta ei renttu	60
8.1 Mukavan tuntuiset vaatteet.....	60
8.2 Rennon näköiset vaatteet	65
8.3 Mukava versus rento.....	68
8.4 Vartalonmyötäistä ja väljää	69
8.5 Kellokortin ulkopuolella.....	71
8.6 Mielivaatteet	74
9 Vaikutustekijät.....	79
9.1 Vaikutteet tyylin taustoilla	79
9.2 Lapsiperheet vs. lapsettomat.....	84
9.3 Rennot ja mukavat vaatteet.....	87
9.4 Salarakas muoti	92
9.5 Vaatteiden hankintapaikat	94
10 Tutkimuksen arviointi	98
11 Johtopäätökset	103
Lähteet	108
Liitteet	

1 Johdanto

Yhteiskunnan rakennemuutokset ja erilaiset populaarikulttuurin ilmiöt ovat vaikuttaneet toisesta maailmansodasta lähtien suomalaisten rentoon pukeutumiseen, mutta suurin vaikutus on ollut urheilulla. Urheilu näkyi kaikenikäisten vaatetuksessa silmiinpistävimmin 1980–90-luvuilla, jolloin lanseerattiin myös termi *urheilullinen lifestyle* (Hildén, 2007, s. 67). Tuohon aikaan tuulipuvusta tuli koko kansan vaate, johon viitataan edelleen, kun puhutaan suomalaisesta pukeutumisesta. Miesten pukeutumisesta mainitaan keskusteluissa (sinipunaraitaiset) valkoiset tennissukat, sandaalit sekä vyölaukku.

Edellä mainitut ovat pitkälle yleistettyjä mielikuvia, joiden paikkansapitävyydestä ei ole ollut tieteellistä näyttöä. Monen mielestä suomalainen pukeutuminen kuitenkin on yhtä kuin keski-ikäinen henkilö, jolla on tuulipuku tai nuhjuinen verryttelyasu yllään. Kaupungin katukuvaa tarkastellessa on ilmiselvää, että pukeutuminen ei tänä päivänä ilmene tuollaisenaan, vaikka urheilun ja liikunnan vaikutus on toistumassa yhtä voimakkaana kuin 1980-luvulla. Terveyttä, hyvinvointia, ja urheilua ihannoidaan yhä vain enemmän (Ruuhonen, 2001, s. 14; Vedenpää, 2014) ja aktiivisuusrannekkeet sekä sykemittarit pakottavat toimistotyöntekijät nousemaan penkeiltään tekemään taukojumppaa. Televisio pursuaa kuntoilu- ja laihdutusohjelmia, ja vinkkejä terveellisempään elämään jaellaan päivittäin myös lehdissä. Sanotaankin, että suomalaiset ovat urheiluhullua kansaa vähintään penkkiurheilun puolella. Urheilu on syvään juurtunut osa suomalaisten identiteettiä (Ruuhonen, 2001, s. 12), enkä itsekään ole tässä tapauksessa poikkeus.

Kipinä pro gradu -tutkimukselleni lähti omasta rennosta ja urheilullisesta pukeutumistyylistäni. Halusin tietää, mihin kontekstiin rento pukeutuminen suomalaisten mielikuvissa sijoittuu. Kaikki puhuvat rennosta pukeutumisesta, mutta kukaan ei ole määritellyt tarkoin, mitä se tarkoittaa. Toinen määrittelemätön suomalaista pukeutumista kuvaava adjektiivi on mukava. Tutkin, miten suomalaiset määrittelevät nämä pukeutumisen adjektiivit, koska yhdelle rento tai mukava voi olla toiselle päinvastaista. Lisäksi tarkastelin miten nämä määritelmät ilmenevät suomalaisten aikuisten jokapäiväisessä arkipukeutumisessa suhteessa vapaa-aikaan, työhön ja juhlaan. En voinut olla huomioimatta myöskään pukeutumiseen vaikuttavia tekijöitä, sillä henkilöiden elämäntilanteet ja -historia ovat osa henkilön tyyliä.

Aiempaa tieteellistä tutkimusta keskittyen ylipäänsä suomalaisten pukeutumiseen on tehty vähän (Turunen, 2011, s. 37), minkä vuoksi aiheeseen liittyvää kirjallisuutta oli vaikea löytää. Etenkin suomalaisten arkipukeutuminen on jäänyt vähäiselle huomiolle, joten mielikuvat ovat perustuneet medioissa esitettyihin olettamuksiin. Minna Uotila ja Ritva Koskennurmi-Sivonen (2007) ovat kirjoittaneet artikkelin koskien yleisesti suomalaisten pukeutumista. Arja Turunen (2011) on tutkinut naisten päällyshousujen käyttöä 1900-luvun alkuvuosikymmenien Suomessa, Marketta Luutonen (1997) suomalaista villapaitaa merkityksenantajana ja Ritva Koskennurmi-Sivonen (2008) naisten vaateesta keskittyen muotitaiteilija Riitta Immoseen. Annukka Heinonen (2012) on tarkastellut omassa pro gradu -tutkielmassaan muotikuvia ja tyylejä Suomessa vuosilta 2000 ja 2010 ja niiden pohjalta luotujen trendiennusteiden paikkansapitävyyttä. Sonja Iltanen (2005) on käsitellyt vuonna 1941–1955 syntyneiden naisten pukeutumista sekä teollisen vaateuotannon historiaa naisten elinvuosikymmenien ajan. Satu Kivimäki (2003) on tutkinut naisen eri rooleja tarkastelemalla suomalaisten naisten suhtautumista omaan pukeutumiseensa, ja Elina Heikkilä (2015) puolestaan tutkinut naisten identiteetin ilmaisua pukeutumisen näkökulmasta.

Omaa tutkimustani lähimpänä on Sinikka Ruohosen (2001) väitöstutkimus suomalaisten toisen asteen opiskelijoiden pukeutumistyylistä 1990-luvun lopulla Helsingissä, Tampereella ja Joensuussa. Ruohonen (mt., s. 24) valikoi kyselyaineistosta 15 henkilöä, joita hän haastatteli. Haastateltavien pukeutumistyylejä hän tarkasteli esteettis-sosiaalisen, kulttuuriorientaatioiden sekä kulutuksen näkökulmista. Koska Ruohonen (2001) keskittyi nuoriin, en halunnut omaa tutkimustani kohdentaa heihin. Neene Honkavaaran tutkimus (2003) 30–40-vuotiaiden suomalaisten käsityksistä omasta pukeutumisestaan on myös lähellä omaa tutkimustani. Honkavaara (mt., s. 278) valitsi teemahaastatteluun kuusi henkilöä, joiden henkilökohtaisia kokemuksia pukeutumiseen liittyen hän pyrki tuomaan esille. Hänen tutkimuksensa rajoittuu koskemaan niin ikään tiettyä ikäryhmää, mitä minä en halunnut oman aineistoni suhteen tehdä.

Kaikki edellä mainitut tutkimukset ovat olleet laadullisia tutkimuksia, minkä vuoksi niiden avulla ei ole ollut luotettavaa tarkastella koko kansaa. Rajasin oman tutkimukseni koskemaan suomalaisia yli 20-vuotiaita aikuisia sukupuoleen katsomatta kaikkialta Suomesta, koska aiemmin esille tuomani mielikuvat yhdistetään ennemminkin aikuisiin kuin nuoriin. Aikuisten pukeutuminen eroaa nuorista tyyllillisesti, ja aikuisten pukeutumiseen vaikuttavat

eri tekijät kuin nuorilla (vrt. Kaiser 1998, ss. 429–433, 545–547). Valitsin tutkimusmenetelmäksi mixed methods -menetelmän eli monimenetelmällisyyden, joka tarkoittaa, että tutkin aihetta määrällisesti ja laadullisesti. Laadin sähköisen kyselylomakkeen, jonka linkin jaoin julkisesti sosiaalisen median eri kanavilla. Vastauksia sain kaikkialta Suomesta yhteensä 521 kappaletta. Tutkimuksen kulusta sekä sen tuloksista kirjoitan luvuissa 6–9.

Pukeutuminen on yhteydessä aikaan, paikkaan, muotiin kuin myös kulttuuriin ja jokaisen identiteettiin (Barnard, 1996; Kaiser, 1998). Jotta voin tarkastella tuloksia tässä ajassa ja ymmärtää päivän ilmiöitä, on minun aluksi hieman perehdyttävä pukeutumisen teoriaan ja käsitteistöön. Kirjoitan suomalaisesta pukeutumisen historiasta kansainvälisen näkökulman kautta, sillä suomalaisessa yhteiskunnassa pukeutumiseen ovat vaikuttaneet Suomen talouspolitiikan sekä maantieteellisen sijainnin lisäksi merkittävät maailmanlaajuiset ilmiöt ja muotivirtaukset.

2 Vaate viestin välittäjänä

Ihmiset ovat yhteydessä toisiinsa ja ympäröivään maailmaan oman puetun kehonsa avulla (Calefato, 1997, s. 69). Tutkimusta tehdessäni alkoi Suomen televisiossa pyöriä alun perin hollantilaiseen formaattiin perustuva tosi-tv-ohjelma, jossa henkilöt ovat olleet halukkaita etsimään kumppania sokkotreffiin kautta. Ohjelma eroaa muista samankaltaisista siten, että treffikumppanukset ovat toisensa tavatessaan alasti. Tämä on vastoin nyky-yhteiskunnan normatiivista käsitystä, johon pukeutuminenkin kuuluu (Calefato, 1997, s. 76; Koskenurmi-Sivonen, 2012b, s. 9; Lönnqvist, 2008, s. 69). Osallistujilla ei ole yllään symbolisia merkityksentuottajia, kuten vaatteita, meikkiä tai koruja, joista toinen osapuoli voisi päätellä henkilön statusta, ammattia tai yleisesti ottaen mitään (Kaiser, 1998, s. 146; Lönnqvist, 2008, ss. 69–70; Nelonen, 2014). Ainoat vihjeet toisen tyylistä on tulkittavissa hiuksista ja mahdollisista tatuoinneista ja lävistyksistä. Kirjoitan näistä pukeutumiseen liittyvistä merkityksistä luvussa 2.3, mutta sitä ennen käsittelen tyyliä luvussa 2.1 ja muotia luvussa 2.2. Vaatteiden yhteydestä kommunikointiin kerron luvussa 2.4.

2.1 Tyyli

Minun tyyliissäni on nähtävissä urheilun jättämä jälki identiteettini kun olin pikkulapsi. Ajankaksosta riippuen olen ollut aktiivinen tai passiivinen liikkuja. Passiivisena kautena etsin itseäni ja pukeuduin enemmän naisellisesti, ja näin jälkikäteen ajateltuna epämukavasti ja epäkäytännöllisesti. Iän tuoma mukavuudenhalu on heittänyt korkokengät kaapin perukoille, ja käytössä kuluvat nykyään tenniskengät eli *tennarit*, matalakantaiset saapikkaat tai vettä pitävät ulkoilujalkineet. Poikkeustilanteita ovat juhlat, joihin pukeudun tilaisuuden vaatimalla tavalla. Urheilullisuus ei tule esiin vain pukeutumisessani, vaan myös kampaukseni sekä reipas kävelytyyliini ja päämäärätietoinen asioiden suorittaminen kuvastaa urheilullista tyyliäni.

Urheiluminäni on Pierre Bourdieun (1984, ss. 172–173, 218) tulkinta sisäänrakennetusta *habituksesta*, jota henkilön on hyvin hankala muuttaa. Habitus on henkilön tapa olla, toisin sanoen henkilön koko olemus, johon kulloinenkin elinympäristö vaikuttaa ja jättää jälkensä. Habitukseseen eli tyyliin kuuluvat henkilön koko elämäntyyli sekä vartalon eleet, ryhti ja liikkuminen. Bourdieu (mt., ss. 199–201) jakaa ihmiset esimerkinmukaisesti kahteen luokkaan: työväenluokkaan ja keskiluokkaan. Hänen mukaansa habitus ilmenee kyseisissä luokissa siten, että työläiset ilmentävät ”olemista” ja keskiluokka ”näyttäytymistä”. Työläisille merkitsee ennemminkin vaateen käytännöllisyys, ja ylemmän keskiluokan henkilöille vaateen ulkonäkö ja status. Bourdieun (mt., s. 21) esimerkissä heidän habituksensa eroavat toisistaan siten, että työläiset pukeutuvat sinisiin työhaalareihin ja keskiluokka pukuihin. Malcolm Barnard (1996, s. 61) selittää tämän siten, että työläiset (*blue-collar*) likaavat kätensä, mutta pukuun pukeutuvat (*white-collar*) eivät. Bourdieu (1984, s. 21) jatkaa, että naisten kohdalla korkea palkkataso ilmentää näkyvämmiin heidän statustaan. Suomalaisessa yhteiskunnassa luokkajako on toistaiseksi vieras käsite, mutta olen osittain Bourdien kanssa samaa mieltä, koska tuttavapiirissäni eivät työmiehet käytä vapaa-ajallaan pukua, mutta sitä vastoin pukua työssään käyttävät pukeutuvat vapaa-ajallaan samalla tavoin kuin työmiehet. Naisten kohdalla tunnistan Bourdieun ajatukset.

Tyyli on väline, jolla henkilö ilmentää identiteettiään ja elämäntapaansa (Jacobson, 1994, s. 26; Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 189). Tyylin ja identiteetin ilmentäminen ei rajoitu uniikkien vaatteiden käyttöön, vaan myös massavaatteita osataan käyttää yksilöllisesti (Barnard, 1996, s. 58). Urheiluvaatteet muun muassa ovat samanlaisuudessaan massaa

eli samantyylisiä, mutta käyttäjät ilmentävät omaa identiteettiään ja yksilöllisyyttään käyttämällä vaatetta eri tavoin tai yhdistelemällä niitä erilaisiin vaatekappaleisiin. (Barnard, 1996, s. 27; Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 188; Woodward, 2008, ss. 67, 71.)

Tyyliä voi edustaa yksin, sillä jokaisella ihmisellä on jokin tyyli. Myös pukeutumattomuus eli alastomuus on oma tyyhinsä. Joissakin kulttuureissa ei vaatteita käytetä lainkaan, jolloin tyyliä ilmennetään muulla tavoin (Koskennurmi-Sivonen, 2012b, s. 5). Kouluttautuneet sisustussuunnittelijat tai pukeutumisneuvojat eivät omasta päästään keksi asiakkailleen tyyliä, vaan he kysyvät henkilön mieltymyksiä ja ihanteita sekä asioita, jotta voivat luoda asiakkaalle hänen mukaisensa tyylin. Tyyli edustaa siis henkilön koko elinympäristöä, joka käsittää yksilön pukeutumisen lisäksi kodin, auton, harrastukset, ihanteet ja mieltymykset.

2.2 Muoti

Toisin kuin tyyliä, ei muotia voi harjoittaa yksin, koska se on monien henkilöiden käyttämää (Barnard, 1996, s. 39; Koskennurmi-Sivonen, 2003, s. 5). Tyyliä on olemassa muodista riippumatta (Jacobson, 1994, s. 26), mutta muotia ei voi olla ilman yhteisöä (Barnard, 1996, s. 39; Simmel, 1986). Antimuodistakin voi tulla muotia, niin kuin kävi 1970-luvun hippie- ja punktyyleille, jotka olivat vastalauseita muotipukeutumiselle, mutta monien omaksuessa ne, syntyi niistä muotia (Barnard, 1996, ss. 41–43; Savolainen, 2011, ss. 68, 72). Toisin kävi Firenzessä 1390-luvulla, jolloin kaikki miehet pukeutuivat erikoisesti edustaen jokainen yksittäistä tyyliään (Simmel, 1986, s. 37). Muoti on siis pukeutujien yleinen tyyli, joka saa laajaa kannatusta tiettyinä aikoina ja tietyn ajan (Jacobson, 1994, s. 26; Koskennurmi-Sivonen, 2012b, s. 32). Muoti ei käsitä pelkästään vaatteita, vaan sana muoti ilmenee monissa konteksteissa (Koskennurmi-Sivonen, 2003, s. 5), kuten ruokalajeissa, elämäntyylyissä sekä puhutussa kielessä.

Muoti on antiikin ajoista lähtien siirtynyt varakkaiden henkilöiden parista tavallisen kansan käyttämäksi. On ihailtu korkeampiarvoisia ihmisiä, ja heidän tyyliään on imitoitu, jolloin tyylistä on tullut valtavirtaa. (Barnard, 1996, ss. 39–41; Kaiser, 1998, s. 14; Simmel, 1986, ss. 26–31.) Tyyli-ikonien kuvia ja vaatteita tarkastellessa on henkilön mahdollista vertailla omaa minäänsä sellaisenaan kuin myös sellaisena, joksi haluaa tulla (Davis, 1992, s. 3; Ruohonen, 2001, s. 39). Tänä päivänä korkeampiarvoisia ihailtuja henkilöitä edustavat julkisuuden henkilöt: näyttelijät, muusikot ja urheilijat. Kaikki varmasti tietävät englantilaisen

jalkapalloilijan David Beckhamin ja hänen kasvonsa useiden merkkien edustajana (Breward, 2008, s. 38; Simpson, 2008).

Internet ja sen myötä sosiaalinen media sekä verkkokaupat ovat mahdollistaneet muotivirtauksien ja tyylien nopean leviämisen (Lee & Jones, 2008, s. 54; Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 188). Kuka tahansa voi imitoida ihailemaansa henkilöä reaaliajassa, kun aiemmin tämä oli toteutettavissa vain lehtien ja television välityksellä (Ruohonen, 2001, s. 61). Patrizia Calefato (1997, s. 71) kirjoittaa, että elokuvalla on muotiin suurempi vaikutus kuin valokuvalla. Hänen väitteensä on lähes kaksikymmentä vuotta vanha, ja uskonkin, että tänä päivänä valokuvalla on elokuvaa suurempi vaikutus, sillä muotiblogien ja erityisesti kuvapalvelu Instagramin suosio on ollut nousussa. Tärkeintä näissä formaateissa on nimenomaan kuvat. Myös lehdistöllä on kuviensa ja internetartikkeliansa ansiosta vaikutusta. Kun Cambridgen herttuatar Catherine Middleton tai valtaa pitävän Yhdysvaltain presidentin vaimo, Michele Obama, pukevut ylleen jonkin halpavaateketjun mekon, on kyseinen vaatekappale myyty loppuun hetkessä (Daily Mail, 2013; Tarna, 2010).

Muotia seuraavat henkilöt pukeutuvat usein uusiin vaatteisiin (Simmel, 1986, s. 36), minkä vuoksi vain varakkailta on oletettu olevan varaa muotiin. Myös Diana Cranen (2000, s. 3) mukaan pukeutumisen avulla voidaan ilmentää sosiaaliluokkiin kuulumista. Ligaya Salazarin (2008, s. 65) mielestä sitä vastoin urheiluvaatteisiin pukeutuneita ihmisiä on vaikea kategorisoida sosiaaliluokkien mukaan, sillä urheiluvaatteiden on käsitetty lieventävän varakkaiden ja vähäosaisten eroavaisuuksia pyrkiessään olemaan samanlaisia. Toisaalta Salazarin väite pitää paikkansa, sillä Umbrolle miestenvaatteita suunnitteleva Kim Jones (Lee & Jones, 2008, s. 52) on myös sanonut, että jos urheiluvaatteista ottaisi merkit pois, ei niitä voisi ulkonäöllisesti erottaa toisistaan. Kuitenkin muotisuunnittelijat ovat tehneet enenevässä määrin yhteistyötä urheilumerkkien kanssa, ja muotimerkeillä on omat urheilumallistonsa, eivätkä urheilumerkkivaatteetkaan kovin edullisia ole, joten mielestäni omaa statustaan on tänä päivänä mahdollista korostaa urheiluvaatteilla.

Samasta muodista voi olla monia hintaluokkia (Simmel, 1986, ss. 26, 33). Georg Simmelin (1986, s. 27) mukaan muotia voi tulkita täten kahtiajakoisena, *dualistisena*, sillä se merkitsee samassa korkeassa asemassa olevien yhtenäisyyttä ja toisaalta heidän erottautumistaan alemmista luokista. Pukeutumisen avulla on helppo ilmentää omaa varallisuuttan kuin myös valheellisesti jotain muuta, mitä se todellisuudessa on (Barnard, 1996, ss. 58, 61–62). Varakkaat

henkilöt saattavat pukeutua huonosti ja käyttää edullisia vaatteita ja vastaavasti vähävaraisten on mahdollista näyttää varakkaammilta, sillä muotimerkeistä saatetaan ostaa halpoja kappioita, muodikkaita vaatteita halpavaateketjuliikkeistä tai merkkivaatteita alennusmyynneistä ja kirpputoreilta. Ääritapauksissa ihmiset käyttävät rahansa kalliisiin merkkivaatteisiin rahoittamalla niitä lainarahalla. (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 193.)

Muoti käy eräänlaista oravanpyörää; vähiten arvostetusta kapinallisesta tyylistä muodostuu tavoittelemisen arvoinen symboli, jota vanhemmat ikäluokat sekä muotihuoneet ryhtyvät jäljittelemään, ja sen saavutettuaan representoivat he jotakin uutta ja nuorekasta. (Kaiser, 1998, s. 14; Ruohonen, 2001, s. 33.) Simmel (1986, s. 38) on kiteyttänyt muodin olemuksen seuraavasti:

vain osa ryhmästä harjoittaa sitä [muotia], ja muut ovat vasta matkalla siihen. Kun täydellinen läpäisy on tapahtunut, ts. kun sitä, mitä alun perin vain harvat tekivät, tekevät todella poikkeuksetta kaikki, kuten eräiden pukeutumisen ja käyttäytymisen muotojen tosiaan käy, ei ko. ilmiötä voi enää luonnehtia muodiksi.

Muotisuunnittelijat ottavat ideansa katukuvasta ja alakulttuureista, integroivat ne huippumuotiin, josta ne siirtyvät valtamuotiin ja takaisin kadulle. Fred Davis (1992, s. 104) kuvailee muotia aaltoilevana. Hän tarkentaa, että muodit voivat ilmetä eri pituuksina ja laajuuksina samanaikaisesti, eli naisten hameenhelman pituus voi vaihdella lyhyellä aikavälillä, mutta kokonaisuus pysyä pitkään samanlaisena. Calefato (1997, s. 75) puolestaan on sitä mieltä, että muoti muuttuu nopeasti, mutta sitä pyritään muuttamaan mahdollisimman vähäisillä ponnistuksilla, minkä vuoksi menneestä ammennetaan ideoita. Oma mielipiteeni jää Davisin ja Calefaton välimaastoon, sillä mielestäni muodissa suuret linjat muuttuvat hitaasti, vaikkakin kiihtyvämpään tahtiin, mutta enemmän on alettu kierrättää vanhoja ideoita sen sijaan, että keksittäisiin uusia.

2.3 Pukeutumisen merkitykset

Pukeutumisen ansiosta ihmiset eroavat eläimistä ja pukeutumista analysoidaan tiedostamatta (Kaiser, 1998, ss. 3, 29; Koskennurmi-Sivonen, 2012a, s. 5). Pukeutuessaan henkilö verhou-tuu yhteen tai useampaan vaatekappaleeseen. Susan B. Kaiser (1998, s. 17) kirjoittaa, että psykologi Dunlapin (1928) mukaan ihmisten on alkujaan oletettu pukeutuvan suojautuakseen, ei suinkaan säätä vaan hyönteisiä vastaan. Myöhemmin vaateetusta on alettu käyttää

muun muassa suojaksi kuumuutta ja kylmyyttä vastaan (Flügel, 1950, ss. 68–69; Koskennurmi-Sivonen, 2012b, ss. 7–8). Pukeutuminen ei rajoitu ainoastaan vaatteisiin, vaan myös muu silmällä havaittava ulkoinen olemus, kuten korut, asusteet, hiustyyli ja tatuoinnit, ovat pukeutumista. Ihminen voi siis olla pukeutunut, vaikka hän ei käyttäisi vaatteita lainkaan. (Koskennurmi-Sivonen, 2003, ss. 3–4; Lönnqvist, 2008, ss. 69–70.) Myös fyysiset arvet kertovat viitteitä henkilön aiemmin eletystä elämästä. Niin ikään jo vastasyntyneen vauvan voi luokitella muun muassa hänen sukupuolensa ja ihonvärinsä perusteella. Tämä tarkoittaa, että tämän luvun johdantotekstissä mainitsemani ohjelman henkilöt eivät ole olleet treffeillään täysin alasti.

Pukeutumisella ihminen ilmentää identiteettiään ja persoonallisuuttaan sellaisena, millaisena sen haluaa muille näyttää. Pukeutumiseen vaikuttavat sukupuoli, sosiaalinen asema, elämäntavat, mieliala, harrastukset ja muoti. (Barnard, 1996, ss. 39, 58; Davis, 1992, s. 3; Kaiser, 1998, ss. 5, 22–30, 41; Ruohonen, 2001, ss. 21, 54.) Pukeutumisella halutaan ilmentää yhteisöön kuulumista, mutta myös siitä erottautumista (Barnard, 1996, s. 58; Simmel, 1986, s. 22). Pukeutuminen voidaan käsittää synonyymiksi ulkonäölle, mikä ei kuitenkaan aivan pidä paikkansa, sillä pukeutuminen keskittyy ulkonäön manipulointiin, mutta ulkonäössä yhdistyvät ihmisen fyysiset ominaisuudet sekä pukeutumisen kokonaisuus (Koskennurmi-Sivonen, 2003, s. 4).

Ihmisillä on henkinen tarve suojautua pukeutumalla vaatteisiin (Barnard, 1996, s. 49). Merkittävää on, pukeutuuko henkilö julkista vai yksityistä aluetta ajatellen (Kaiser, 1998, ss. 190–194; Ruohonen, 2001, s. 29). Jotkut saattavat naamioida todellisen minänsä vaatteiden taakse (Kaiser, 1998, ss. 22, 192; Ruohonen, 2001, s. 166), jolloin kyse voi olla tietoisesta naamioitumisesta tai henkilön eräänlaisesta suojautumisesta omia pelkotilojaan vastaan (Flügel, 1950, ss. 71–78; Koskennurmi-Sivonen, 2012a, s. 8). Näitä tilanteita ovat esimerkiksi työhaastattelut, puolison vanhempien ensitapaaminen tai juhlat, mutta yhteistä niille on, että henkilö haluaa esiintyä edukseen ja tehdä vaikutuksen itselle tuntemattomiin ihmisiin. Henkilö voi myös pukeutua jonkin ryhmän mukaisesti tunteakseen kuuluvansa ryhmään (Barnard, 1996, s. 38–41; Breward, 2008, s. 31; Flügel, 1950, s. 132; Kaiser, 1998, ss. 351–355). Näin henkilö kokee yhteisöllisyyttä muihin ihmisiin (Kaiser, 1998, ss. 41, 351; Simmel, 1986, s. 25). Naamiointiin kuuluu myös edellisessä luvussa 2.2 mainitsemani sosiaalisen luokan valheellinen ilmentäminen.

Vaatteet voivat saada omat merkityksensä eri konteksteissa (Kaiser, 1998, ss. 222–223; Koskennurmi-Sivonen, 2012b, s. 37). Mökille mukaan otetut urheilumerkin collegehousut voivat kaupungissa käytettynä ilmentää käyttäjänsä statusta ja muita sosiaalisia normeja, mutta mökillä urheilumerkki ei edusta muille tai kantajalleen mitään. Housut pakataan mukaan ennemminkin mukavuussyistä. Voi jopa käydä niin, että vaateen käyttäjä häpeää kyseisiä housuja mökkiyhteisön piirissä. Uotilan ja Koskennurmi-Sivosen (2007, s. 187) mukaan suomalaiset eivät mielellään käytä mökillä merkkivaatteita, vaikka muutoin olisivatkin varakkaita. Monet vievät vanhat, kulahtaneet ja rikkinäiset vaatteet mökille *rönttövaatteiksi*, joita he käyttävät erityisesti mökkipuuhissa. Jos mökillä vietetään juhannusta tai pidempiä aikoja, jolloin ihmiset tietävät käyvänsä asioilla, pakataan mukaan lisäksi jotain siistimpää. (mt., s. 187.) Mökille mennään pääasiassa rentoutumaan ja lepäämään, jonka vuoksi kokemukseni mukaan vaatteiden miellytävyydellä on niiden statusarvoa suurempi merkitys.

2.4 Kommunikointi vaatteella

Vaatteet edustavat aatteita, ja ne ovat osa kommunikointia (Barnard, 1996, ss. 26–31, 45; Kaiser, 1998, ss. 5–8, 307–345). Pukeutuminen voi olla asiaan perehtymättömälle tavalliselle suomalaiselle kollektiivista tiedostamatonta eli itsestäänselvää, jota ei tarkemmin mietitä (Ruohonen, 2001, ss. 26–27), jolloin ei välttämättä tulla ajatelleeksi, mitä pukeutumisella viestitetään. Kohua ovat aiheuttaneet esimerkiksi suomalaiset, jotka ovat ilmestyneet ulkomaisiin liiketapaamisiin rennosti shortseihin pukeutuneena (Studio55.fi, 2010). Tämän kaltaisen rennon tyylin ansiosta suomalaiset ovat syyllistyneet pahoihin etikettivirheisiin niin ulkomailla kuin kotimaassakin.

Vaatteilla on omat sosiaaliset roolinsa, jotka ovat näkyvimpiä ammateissa (Barnard, 1996, s. 60; Kivimäki, 2003, s. 251). Käydessäni hiljattain lainaneuvotteluja kahden eri pankkivirkailijan kanssa (molemmat naisia), koin itse huomattavasti luotettavammaksi henkilön, joka oli pukeutunut niin kuin pankkivirkailijan olettaa saattaa. Hänellä oli yllään jakkupuku ja hän oli kaikin puolin huoliteltu. Toisella virkailijalla oli epäsiistit ja roikkuvat hiukset, trikoopaita sekä nyppyinen neule farkkuihin yhdistettynä. Hän myös vaikutti lähtevänsä tilanteesta minä hetkenä tahansa pois, kun huoliteltu virkailija loi tunteen, että hän suhtautui minuun aidosti ja otti minut vakavasti. Pukeutumisella toisin sanoen viestitetään asemaa, asiantuntijuutta ja luottamusta (Barnard, 1996, s. 60; Honkavaara, 2003, s. 283; Jacobson, 1994, s. 210). Kyseisistä ammattipukeutumista koskevista käsityksistä kirjoitan tutkimustuloksissa luvussa 7.5.

Edellä mainitut vaatteisiin liittyvät olettamukset opitaan pienestä pitäen ja käytännön kautta. Olettamukset ovat sidoksissa aikakauteen ja kulttuuriin, mutta silti jokainen antaa vaatteille myös omat merkityksensä eli konnotaatiot. Juhliin ei mennä uimapuvussa ja tietyn tyyllisillä naistenvaatteilla on eroottiset merkityksensä. (Barnard, 1996, ss. 30, 45; Kaiser, 1998, ss. 22, 216; Koskennurmi-Sivonen, 2012b, s. 33.) Se mikä taannoin on merkinnyt muotia, merkitsee tänään jotain muuta ja muuttuu tulevaisuudessa (Davis, 1992, s. 6). Sekä Davisin (1992, s. 8) että Barnardin (1996, ss. 28–31) mukaan vaateen tulkinta ja merkityksenanto ovat kontekstisidonnaista, eli tulkintaan ja merkitykseen vaikuttavat pukijan identiteetti, tilaisuus, paikka ja seura kuin myös vaateen käyttäjän ja tulkitsijan mieliala.

Vaatteiden valinta on joko tietoista tai tiedostamatonta. Pukeutuja haluaa vaatetuksellaan kertoa jotain tai ottaa kantaa, ja katselija puolestaan tulkitsee näkemäänsä, sillä ihmisillä on perustavanlaatuinen tarve huomioida toisten ulkomuotoa ja tekoja (Barnard, 1996, ss. 28–31; Kaiser, 1998, ss. 7–9, 30–31, 146). Englannin kielinen *the look* tarkoittaa suomeksi ”lookkia” eli ulkoista puettua olemusta, mutta Calefato (1997, s. 76) vertailee *to look* -verbin merkitystä. Hänen mukaansa verbi tarkoittaa kahta asiaa: *to seem* (näyttää) ja *to look at* (katsoa jotakin). Hän jatkaa, että vaatteisiin verhottu vartalo on puettu katsottavaksi, mutta samalla se katselee omasta perspektiivistään ympäröivää maailmaa. Lyhyesti sanottuna: vaate kommunikoi. Toisinaan aie ja tulkinta eivät kohta keskenään, jonka seurauksena voi syntyä ristiriitaisia tilanteita. Selkein tulkinta koskee univormuja, jolloin informaatio ei jää tulkittavalle epäselväksi (Jacobson, 1994, s. 210; Koskennurmi-Sivonen, 2003, s. 7). Henkilön äärimmäisen yksityistä pukeutumistyyliä, joka ei puhuttuele ketään, voidaan kutsua kielellisenä vertauksena idiolektismiseksi, ja hyvin yllätyksetöntä ja ennalta määrättyä pukeutumista kliseeksi (Koskennurmi-Sivonen, 2012b, s. 32).

Pukeutumisen kommunikointiin vaikuttavat myös vaatteiden värit (Barnard, 1996, s. 25). Väreillä on mahdollista tuoda esiin itseään tai mahdollisesti piilottaa itsensä (Jacobson, 2009, s. 13). Tummat värit merkitsevät muodollista ja vakavaa ja vaaleat värit viattomuutta, rentoa ja vapaata (Davis, 1992, s. 6; Flügel, 1950, ss. 75–76). Värit herättävät tulkitsijassa tunteita ja muodostavat ennakkokäsityksiä (Jacobson, 1994, s. 216; Jacobson, 2009, s. 13). Nämä tulkitsijan muodostamat assosiaatiot muodostuvat tulkitsijan henkilöhistoriasta sekä sosiokulttuurisesta elämäkokemuksesta käsin (Jacobson, 1994, s. 216; Jacobson, 2009, s.

15; Koskennurmi-Sivonen, 2012b, s. 33). Väreillä on omat symboliset merkityksensä, joiden tulkinta on yhtä monimuotoista kuin vaatteiden.

Pukeutuminen on tilannesidonnaista, ja pukeutumistyyliä saatetaan vaihtaa monta kertaa päivässä. Oma elämäkokemus on osoittanut, että monella on tapana käyttää kotona erilaista vaateetusta kuin kodin ulkopuolelle pukeutuessaan. Myös Jones on samaa mieltä (Lee & Jones, 2008, s. 54). Itse vaihdan ylleni aina kotiin tullessani väljempää ja pehmeämpää vaateetusta. Samalla minusta tuntuu, että riisun virallisen ulkoisen minäni pois vapauttaen itseni henkisesti. Meikki on osa naamiota, jonka maalaan aamulla kasvoilleni ennen ovesta ulos astumista. Vapaapäivinä olen riisuttu naamioista ja kuljen ilman meikkiä vaatteissa, jotka mahdollistavat monipuolisen liikkumisen sekä luovat turvallisen ja mukavan tunteen.

3 Mukava ja rento minä

Filosofi Gilles Lipovetsky on todennut, että nykyajan rento pukeutuminen viittaa henkilökohtaisen vapauden vaatimukseen (Salazar, 2008, s. 63). Ihmisillä on kiire ja stressitekijöitä ympärillään, joten pukeutumisen avulla vaaditaan tilaa, rauhaa ja harmoniaa. Tätä puoltaa Sophie Woodwardin (2008, s. 68) suorittama lyhyt pukeutumisen tarkastelu englantilaisessa katukuvassa. Woodwardin mukaan ne henkilöt, jotka olivat pukeutuneet rennosti, olivat olemukseltaankin rentoja. Rennoiksi vaatteiksi mielletään urheilu- tai trikoovaatteet, jotka toisaalta voivat olla epämielisiä ja istua huonosti kantajansa ylle (Hethorn, 2008, ss. 68–69). Kun vaate kiristää ja ahdistaa, tulee mielestä myös kiristynyt ja ahdistunut. Vaatteiden väljyys tai joustavuus ovat liikkumisen kannalta huomionarvoisia seikkoja, ja jos haluttua liikerataa ei voi suorittaa, vaikuttaa se negatiivisesti mielialaan.

Maailma olisi mitä todennäköisemmin parempi paikka olla, jos ihmiset pukeutuisivat mukaviin vaatteisiin, sillä moni yhdistää hyvän olon tunteen mukavaan oloon. Ollessaan hyväntuulisia ihmiset kohtelevat toisia ihmisiä paremmin. Mukavia vaatteita käytetään myös usein, mikä puolestaan vaikuttaa vaatteiden kulutukseen ja elinkaareen. (Hethorn, 2008, ss. 66–70.) Moni pukeutuu mukaviin vaatteisiin erityisesti silloin, kun tietää edessä olevan jonkin jännittävän tilanteen. Ylle laitetaan rentoa ja kiristämätöntä, kuitenkin ottaen huomioon tilaisuuden arvokkuuden. Tämä ilmiö kuvastaa aiemmin luvussa 2.3 kuvailemaani J.C. Flügelin (1950, ss. 76–79) suojautumismekanismia mahdollisia jännittäviä tilanteita vastaan.

Simmelin (1986, s. 36) mukaan ihmiset tuntevat olonsa mukavammaksi vanhassa vaatteessa kuin uudessa. Hän tarkoittaa, että uudet vaatteet ovat uutuudenjäykkiä, jolloin liikkuminen on rajoitettua, mutta vanhat vaatteet ovat mukautuneet vartalon liikkeisiin ja eleisiin. Olen samaa mieltä Simmelin kanssa sen suhteen, että tunnen oloni mukavammaksi vanhassa vaatteessa, mutta määrittelen käytössä kuluneet vaatteet ennemminkin rennoksi. Mukavaksi määrittelen asun, jossa minun on hyvä ja mukava olla. Vaatekappale voi olla iltapuku, takki tai collegehousut, mutta vaateen tulee istua eikä sitä pidä joutua nykimään. Materiaalin tulee myös mukavan tuntuista ja hengittävää. Se voi siis olla ylellistä silkkiä tai kashmiria tai arkisempaa puuvillaa tai pellavaa. Pysin vaatekappaleiden ja materiaalin avulla säätelemään omaa ruumiinlämpötilaani pitäen sen koko ajan miellyttävänä, mikä vaikuttaa mukavaan olotilaan. Mukavat vaatteet ovat minulle suoja ulkomaailmaa vastaan. Tutkimushenkilöiden määritelmiin rennosta ja mukavasta pukeutumisesta palaan tulosten luvussa 8.

4 Aatteet ja vaatteet

Populaarikulttuuri muutti muodin muotoa koko 1900-luvun ajan, erityisesti toisen maailmansodan jälkeen. 1960-luvulta lähtien ovat populaarikulttuuri ja muoti olleet osa toistansa, ja muotisuunnittelijoista on tullut jopa poptähtiin verrattavia tähtiä. Muotiin vaikuttavia tekijöitä ovat olleet kaikki vapaa-ajanviettotavat: musiikki, elokuvat ja televisio sekä urheilu. (Wilson, 2005, ss. 157–158.) Seuraavissa luvuissa käsittelen populaarikulttuurin eri ilmene-mismuotoja ja niiden vaikutuksia pukeutumiseen yleisesti maailmassa ja eritoten Suomessa. Aloitan luvun 4.1 musiikista vaikutustekijänä siirtyen luvun 4.2 elokuvateollisuuden kautta luvun 4.3 urheiluun. Luvussa 4.4 kirjoitan populaarikulttuurin vaikutusten ilmenemisestä tämän päivän pukeutumisessa.

4.1 Musiikki muodin säveltäjänä

Etenkin miesten pukeutumistyyliin on musiikilla ollut suuri vaikutus. Populaarikulttuurin kehittyminen ja rockmusiikin suosio alkoivat näkyä vaateuksessa 1950-luvulla (Crane, 2000, s. 183; Jacobson, 2009, s. 192; Voutilainen, 2011, ss. 17–21). Crane (2000, s. 185) siteeraa Mablen Jonesia (1987), jonka mukaan rockmusiikissa ilmeni ”pahojen poikien” pukeutumistyyli ensin 1950-luvulla Elviksen tyyliin ja myöhemmin 1980-luvulla Bruce

Springsteenin vaatetuksessa. Myös englantilainen yhtye The Beatles yritti pukeutua kapinalliseen farkkutyyliin, mutta he nousivat suosioon vasta kun vaihtoivat tyyliinsä asiallisempaan (mt., s. 185). Yhtyeen jäsenten tyyliin kuuluivat siisti kaulukseton puku, kauluspaita ja solmio (Muoti: tyylit ja vaatteet kautta aikojen, 2013, s. 366). Nuoret ympäri maailman omaksuivat kyseisen tyylin. Kuvassa 1 on tämän tyylin mukaisesti pukeutunut mies vuonna 1967. Suomessa The Beatlesien viitoittamaan tyyliin osattiin reagoida tuomalla markkinoille farkkujen ja pukujen rinnalle siistejä khakihousuja sekä klubitakkeja (Voutilainen, 2011, s. 27).



Kuva 1. Noin 30-vuotias mies helmikuussa 1967 pukeutuneena valkoiseen kauluspaitaan, solmioon ja kauluksettomaan pukuun. Kuva tutkijan kotialbumista.

Pukeutumisen näkökulmasta on musiikkimaailman väreillä ollut tärkeä merkitys vaatetukselle. Erityisesti musta on monessa tyyliässä esiintynyt väri, joka on lähtöisin 1970-luvun punktyylin edustajista, vaikka aiempien vuosikymmenien rockmusiikin edustajat käyttivät sitä nahkatakkeissaan. Punkkarit halusivat olla jotain täysin päinvastaista rauhaa ja rakkautta edustaville värikkäille hipeille (Crane, 2000, s. 186; Jacobson, 2009, ss. 32, 216). Musta assosioidaan kapinaan, kauhuun, vihaan ja kuolemaan. Yhdistettynä nahkaan se ilmentää jopa aggressiivisuutta. Musta symbolisoi kuitenkin myös salaperäisyyttä, sensuaalisuutta sekä dramaattisuutta. Kapinaa ilmensivät 1980-luvulla taiteilijat ja kulttuurialan ihmiset, jotka omaksuivat mustan vastalauseeksi kirkuville neonväreille. (Jacobson, 2009, ss. 29–33.) Edelleen taiteilijat ja kulttuurissa vaikuttavat ihmiset mielletään pukeutuvan mustaan, mutta heidän pukeutumisensa ei symbolisoi kapinallisuutta vaan klassisuutta. Musta on jäänyt myös rock- ja metallimusiikin kannattajien pääväriksi.

Musiikkimaailman ja muodin muutoskausi alkoi vuonna 1981, kun Yhdysvalloissa Music Television, eli *MTV*, lähetti ensimmäisen musiikkivideonsa. MTV:n merkitystä tähdeksi nostamisessa ei voi korostaa liikaa joidenkin yhtyeiden ja artistien, kuten Michael Jacksonin ja Madonnan, kohdalla (CNN, 1998). Suomessa MTV-lähetyksiä saattoi nähdä 1990-luvun alussa kaapelikanavalla. Muistan, kuinka ystäväni kanssa keräännymme katsomaan videoita ja imemään pukeutumiseemme tyyllisiä vaikutteita aina sen ystävän kotiin, jossa kaapelikanava näkyi.

Populaarikulttuurin kulutus syntyi Suomessa 1960-luvulla, mutta 1990-luvulla se suorastaan räjähti käsiin. Väitänkin, että 1990-luku on ollut historiallisesti merkittävin ajanjakso populaarikulttuurille musiikin näkökulmasta. Erityisesti MTV vaikutti 1990-luvulla syntyneen grungetyylin leviämiseen. Tyyli on lähtöisin Yhdysvalloista Seattlesta. (CNN, 1998, Jacobson, 2009, s. 233; Muoti: tyyliä ja vaatteita kautta aikojen, 2013, s. 412.) Grungen kiistattona keulakuvana voidaan pitää jopa legendan maineen saavuttanutta nuorena itsemurhan tehnyttä Nirvana-yhtyeen laulajaa Kurt Cobainia. Hänen olemukseensa kiteytyi koko 1990-luvun grungetyyli, joka oli kerrospukeutumista parhaimmillaan, sillä yläosan vaatteina käytettiin t-paitaa, kauluspaitaa ja neuletakkia, jonka hihat olivat ylipitkät. Jaloissa oli farkut. Oleellista asukokonaisuudessa oli, että kaikki vaatteet olivat ylisuuria. Grungetyyli oli kaikkia tyylejä yhdistävässä nuhjuisuudessaan vastalause toista ääripäätä edustavalle kimaltevalle ja hohdokkaalle glam-tyylille sekä lumilautailijoiden kalliita merkkejä suosivalle muodille (Jacobson, 2009, s. 233). Ruohosen (2001, ss. 138–139) mukaan grunge on kiltteyskulttuurin vastakohta, jonka vuoksi tyyliä edustavat tytöt miellettiin ainakin 1990-luvulla kapinallisiksi. Grunge näkyy tänä päivänä niin muodin uudelleen tulemisena kuin silloin tyylin omaksuneiden skeittilautailijoiden vaatetuksessa.

Rentoon katumuotiin kiistattomasti merkittävimmin vaikuttanut musiikkityyli on ollut kuitenkin hiphop, joka nousi suureen suosioon 1980-luvulla. Hiphop-artistit käyttivät leveitä ja suuria farkkuja, koripallopaitoja sekä baseball-takkeja. Jaloissaan heillä oli usein tennarit. (Jacobson, 2009, s. 227; Muoti: tyyliä ja vaatteita kautta aikojen, 2013, ss. 389, 406.) Kun amerikkalainen hiphop-yhtye Run DMC laittoi 1980-luvulla Adidaksen *Superstar*-skeittikengät jalkoihinsa esiintyessään keikoillaan, alkoi kyseisiä kenkiä näkyä maailmanlaajuisesti nuorten jaloissa (Muoti: tyyliä ja vaatteita kautta aikojen, 2013, s. 406; Vogel, 2008, s. 96). Vuoden 2014 jälkeen ne ovat tulleet taas erityisen näkyviksi, ja niiden voi olettaa saa-

vuttavan takavuosisikymmeniensä suosion. Run DMC ei käyttänyt pelkästään Adidaksen kenkiä vaan myös asuja. Viimeistään heidän hittikappaleensa, *My Adidas* (1986), myötä urheilupukeutumisen vaikutusta katupukeutumiseen ei voinut estää (Jacobson, 2009, s. 227; Vogel, 2008, s. 86). Tänä päivänä Adidas on jatkanut samalla linjalla ja käyttänyt mainoskampanjoissaan ja suunnitteluapunaan erittäin suosittuja laulajia, kuten Katy Perryä, Pharrel Williamsia ja Rita Oraa. Tämän tason julkisuuden henkilöt vetoavat erityisesti nuoriin kuttajiin.

4.2 Elokuva muodin näyttäjänä

1900-luvun alun elokuvateollisuuden myötä alkoi myös muoti muuttua. Muotivirtauksien suunnannäyttäjinä eivät 1930-luvulla enää olleetkaan ylemmät yhteiskuntaluokat ja kuninkaalliset, vaan heidät syrjäyttivät elokuvatähdet (Muoti: tyyli ja vaatteet kautta aikojen, 2013, s. 288). Elokuvatähdet edustivat tuohon aikaan tyylikästä ja hienostunutta pukeutumista, joten heillä ei vaatetuksen rentouteen ja vapautumiseen ollut silloin suurta vaikutusta. Merkittävimmät elokuvat, joiden vaikutus on näkynyt rennossa pukeutumistyyliissä niiden julkaisuvuosista asti, ovat Marlon Brandon tähdittämä *Hurjapäät* (1953) ja James Deanin *Nuori kapinallinen* (1955). Molemmissa elokuvissa päähenkilö on kaikkea vastaan kapinoiva nuori mieshenkilö, joka on pukeutunut farkkuihin, valkoiseen t-paitaan, mustaan nahkapusakkaan ja bootseihin. (Crane, 2000, s. 182; Jacobson, 2009, ss. 32, 192.) Tyylin omaksuivat kaikki länsimaalaiset nuoret, sillä se edusti nuoruutta ja aiheutti vanhemmissa paheksuntaa. Tyyli myös rikkoi luokkaeroja, koska farkut olivat olleet pääasiassa työvaatekäytössä, minkä vuoksi kaikilla oli niihin nyt varaa ja kuka tahansa saattoi pukeutua kuin ihailemansa filmitähti (Crane, 2000, s. 176). Farkkuihin palaan syvällisemmin luvussa 5.3 sekä tulosten yhteydessä useissa luvuissa.

Hollywood vaikutti vaatteiden massatuotantoon, ja lehdet sekä elokuvayhtiöiden julkaisemat valokuvat lisäsivät vapaamuotoisen pukeutumisen vaikutusta muotiin. Myöskään naiset eivät jääneet tästä paitsioon. (Wilson, 2005, s. 171.) Naiset olivat käyttäneet toisen maailmansodan aikana väljää vaatetusta, mutta 1950-luvulle tultassa alettiin suosia aiempaa linjakkaampia asuja. Urheiluharrastusten innostus kasvoi, ja vaikka kaikki naiset eivät innostuneet urheilusta, ei se estänyt heitä näyttämästä urheilullisilta. (Muoti: tyyli ja vaatteet kautta aikojen, 2013, s. 346.) Elokuvien saralla naisten rentoon katupukeutumiseen on vaikuttanut merkittävämmän vasta 1980-luvun elokuva *Flashdance* (1983), joka nimensä mukaisesti keskittyy tanssiin. Elokuvan pääosaa esittää Jennifer Beals, joka on pukeutunut

kontrastinomaisesti työssä hitsaajan haalariin ja vapaa-ajalla tiukkaan tanssijan trikooasuun ja väljään t-paitaan. Elokuvan myötä tanssi sekä ylisuuret collegepuserot että t-paidat nousivat muodin huipulle, ja ne suorastaan räjäyttivät vaatteiden väljyydet äärimmilleen (Iltanen, 2005, s. 183; Muoti: tyylit ja vaatteet kautta aikojen, 2013, s. 389; Lee-Potter, 1984, s. 93). Väljyyksiä ei ole täysin unohdettu kyseisen vuosikymmenen jälkeen, mutta 2010-luvulle tultaessa on naisten vaatemuoti alkanut näyttää huomattavasti enemmän 1980-luvun kaltaiselta.

4.3 Urheilu muodin suoritteena

Muotihistorioitsija Elizabeth Wilson (2005, s. 166) toteaa, että urheilu on mahdollisesti tärkein muotiin vaikuttanut tekijä koko 1900-luvulla. Myös Iso-Britannian Vogue-lehti on ollut jo vuonna 1926 samaa mieltä tarkastellessaan modernia muotia (Beward, 2008, s. 19). Urheilupukeutuminen alkoi vaikuttaa arkipukeutumiseen merkittävästi 1800-luvun lopulla, jolloin suunniteltiin varsinaisesti urheilua ajatellen tweedistä valmistettu Norfolkkin takki, mutta jota ryhdyttiin käyttämään myös vapaa-aikana (Beward, 2008, ss. 20–23; Lindfors & Paimela, 2004, s. 123). Takki oli suunniteltu miehille, koska tuohon aikaan urheilua harrasivat pääasiassa vain miehet (Mauch, 2009, s. 26). Takki oli alkujaan suunniteltu metsästyskäyttöön (*fit-for-purpose*), mutta miehet ryhtyivät käyttämään sitä myös vapaa-ajan virallisissa yhteyksissä sekä tapaamisissa (*up-to-date*) (Beward, 2008, ss. 20–23). Takkia vastaa tämän päivän suomalaisessa yhteiskunnassa hintava merkkiulkoilutakki, joka on esimerkiksi lasketteluun tarkoitettu, mutta tarpeeksi siisti (ja tekninen), että sitä voi käyttää useissa yhteyksissä.

Naisten urheilullisuus kehittyi nopeasti 1800- ja 1900-luvun vaihteessa. Nykyisistä moderneista urheilulajeista saivat naiset pelata tennistä jo 1870-luvulla. Naisten tennisasu koostui vuosikymmenien ajan pitkästä hameesta, puserosta sekä korsetista, kunnes tennistähti Suzanne Lenglen muutti tyyliä käytännöllisempään ja modernimpaan hihattomalla leningillä. (Mauch, 2009, ss. 26–29; Wilson, 2005, ss. 160–162.) Pyöräily vaikutti naisten muodin vapautumiseen ja housujen yleistymiseen (Crane, 2000, s. 118). 1900-luvun alussa hyväksytyt pyöräilyhousut olivat *bloomerit* eli väljät pussihousut, jotka ovat saaneet nimensä yhdysvaltalaisen Amelia Bloomerin mukaan. Hän halusi järjeistää naisten pukeutumista jo 1850-luvulla. (Crane, 2000, ss. 112–113; Lindfors & Paimela, 2004, s. 24.) Bloomereita käytettiin muissakin liikunnallisissa lajeissa, muun muassa uinnissa, ja arkipukeutumisessa hameen

alla polvimittaisina alushousuina (Crane, 2000, s. 117; Mauch, 2009, ss. 26–27; Wilson, 2005, s. 162).

Gabrielle ”Coco” Chanel siirsi merkittävästi urheilumuodin vaikutteet naisten arkipäiväiseen pukeutumiseen 1920-luvulla (Wilson, 2005, ss. 40, 158). Hän ryhtyi valmistamaan vaatteita neuloskankaasta, jota oli käytetty aiemmin vain miesten alusvaatemateriaalina. Tähän vaikutti hänen oma rakkautensa ratsastusharrastusta kohtaan, minkä vuoksi Chanel halusi pukeutua käytännöllisemmin, jotta liikkuminen oli vapaampaa. (Wilson, 2005, s. 40.) Hän käytti pitkää jerseyneuletta jo vuonna 1913, mikä herätti suurta huomiota. Neuleiden myötä naisten pukeutumisesta tuli vapaampaa, käytännöllisempää ja mukavampaa. (Muoti: tyyliä ja vaatteita kautta aikojen, 2013, ss. 249–251.) Muita neulesuunnittelijoita ja Chanelin kilpailijoita samaan aikaan olivat vähemmän tunnetuiksi tulleet Jean Patou sekä uransa neulevaatteilla aloittanut Elsa Schiaparelli (Muoti: tyyliä ja vaatteita kautta aikojen, 2013, ss. 249, 297).

1920-luvulla lanseerattiin myös eräs urheilukenkämalli, joka näkyy edelleen pukeutumisessa. Nämä ovat alun perin koripallotossuiksi tarkoitettut *Converset*, ja niistä malli *All Star*. Merkin suurlähettiläs oli 1920-luvulla koripallotähti Chuck Taylor, jonka mukaan kenkiä kuulee myös kutsuttavan. Taylorin vanavedessä Converseja ovat käyttäneet urheilijat, taiteilijat ja muusikot ympäri maailman. (Converse, 2015; Muoti: tyyliä ja vaatteita kautta aikojen, 2013, s. 437.) Kengät ovat olleet erityisen suosittuja skeittilautailijoiden keskuudessa, sillä ne kestävät harrastuksen vaatimaa kulutusta kumipohjansa sekä kärjessä olevan kumikaistaleensa ansiosta (Converse, 2015). Tämän ovat vahvistaneet tuntemani lajin harrastajat. Converseista käytetään puhekielessä lempinimeä *Conssit* tai yleisempää nimitystä tennarit tai *lenkkarit*, vaikka lenkkarit ovat tosiasiaassa lyhenne lenkkikengistä, jotka ovat nimensä mukaisesti lenkkeilyyn tarkoitettut.

Tennis ei ole ainoastaan vanhimpia ihmiskunnan urheilulajeja, vaan tennisvaatteet ovat ensimmäisiä katumuotiin vaikuttaneita vaatteita. Tennisvaatteista erityisesti vaikuttivat pikeepaidat, jotka englantilainen tennispelaaja Fred Perry loi yhdessä itävaltalaisen jalkapallopelaaja Tibby Wegnerin kanssa 1940-luvulla. Fred Perry -merkki tuli pysyvästi suosioon vuonna 1952, mutta vasta 1960-luvulla kyseiset paidat näkyivät vapaa-ajan vaateuksessa. (Breward, 2008, s. 29; Perry, 2015.) Vapaa-ajan pukeutumiseen huomattavasti enemmän vaikuttanut paitamalli on t-paita, joka suunniteltiin urheilua varten jo 1800-luvun

puolivälissä, mutta jota opiskelijat ryhtyivät käyttämään 1930-luvulla (Crane, 2000, ss. 176–177). T-paita tuli suosituksi luvussa 4.2 mainitsemieni Brandon ja Deanin elokuvien myötä (Crane, 2000, ss. 182, 186; Muoti: tyyli ja vaatteet kautta aikojen, 2013, s. 343). Se on edelleen eniten käytetty paita, jonka erilaisilla logoilla ja painatuksilla on mahdollista ottaa kantaa yhteiskunnan asioihin, ilmentää ryhmään kuulumista ja omaa musiikkimieltymystään (Crane, 2000, ss. 176–177, 186; Kaiser, 1998, s. 240). Myös Barnardin (1996, s. 39) mukaan vaatteilla ylipäänsä on mahdollista ilmentää ideologiaansa.

Läpimurtonsa urheilullinen muoti teki miesten ja etenkin naisten muotiin 1970–80-luvun taitteessa (Lee, 2008, s. 91; Vedenpää, 2014). Tämä muutti radikaalisti pukeutumista, sillä aiemmat vuosikymmenet olivat olleet paikoitelleen konservatiivisia. Yhteiskunnat teollistuivat, vapaa-aika lisääntyi, ja liikunnasta tuli muotia ja sen vuoksi kaupallista. Enää ei vain ulkoiltu, vaan uudet lajit, kuten aerobic, kehonrakennus ja laskettelu, vaativat uudenlaisia asuja. (Hildén, 2007, ss. 65–67.) Paitsi että naisten pukeutumiseen vaikuttivat 1980-luvulla tanssielokuvat, niin ei pidä unohtaa samaan aikaan ilmestyneitä Jane Fondan jumppavideoita, joiden ansiosta säärystimiä ja trikoovaatteita alkoi näkyä naisten yllä joka puolella maailmaa (Muoti: tyyli ja vaatteet kautta aikojen, 2013, ss. 388–389). Lisäksi tuohon aikaan urheilun vaikutus muotiin näkyi erityisesti suurten urheilukilpailujen aikana, mutta olympialaisten tai MM-kisojen merkitystä ei voi edelleenkään kieltää (Hildén, 2007, s. 68; Lee & Jones, 2008, s. 57; Vedenpää, 2014). Jos kotimaiset urheilijat menestyvät kilpailuissa, kasvaa suomalaisten urheiluhulluus ja (penkki)urheilijoiden määrä, mikä puolestaan vaikuttaa tavalliseen arkeen ja sitä myöten oletettavasti pukeutumiseen.

Wilsonin (2005, s. 166) mielestä erityisesti tanssi on vaikuttanut pitkäjäksoisemmin naisten puvun evoluutioon. Hänen (mt., ss. 166–169) mukaansa David Kunzle on todennut, että muoti on aina läheisesti yhteydessä ajan tanssityyleihin. Tarkemmin ajateltuna näen tämän olevan lähellä totuutta: 1920-luvun jazz-tyyli, 1950-luvun rockmusiikki ja kellohameet, 1970–80-lukujen disko ja kimaltelevat paljettiasut ja 1990-luvun hiphop ja siihen liitetyt leveät housut. Arvelen kuitenkin, että tänä päivänä tanssi ei vaikuta yhtä voimakkaana muotiin kuin sen huippuvuosina 1980-luvulla, vaan ennemminkin muotia viitoittavat huippusuositut kuntosaliharrastus, juoksu sekä rauhallinen ja henkinen jooga. Jotkut tietämäni henkilöt ovatkin ostaneet neonvärisiä juoksukenkiä vain niiden ulkonäön perusteella, eikä sen vuoksi, että heidän olisi ollut tarkoitus mennä lenkille (vrt. Vedenpää, 2014). Löysien 1980-luvun

tanssipaitojen lisäksi ovat vaatekaupat olleet jo vuosia pullollaan legginsejä, joiden rinnalle ovat ilmestyneet vuoden 2015 keväällä juoksutrikoot.

Heinonen (2012, s. 54) ennusti omassa tutkimuksessaan urheilullisen 1980-luvun tyylin näkyvän tämän päivän pukeutumisessa. Tämä on seurausta osaksi siitä, että 1980-luvulla lapsuuttaan ja nuoruuttaan eläneet ovat tämän päivän muodin tekijöitä: suunnittelijoita ja stylistejä (Heikkilä, A., 2014; Ruohonen, 2001, ss. 48–49). Muodin kiertokulku myös takaa, että tuolloin nuoruuttaan eläneet eivät nykyään mielellään käytä kyseisiä vaatteita (Ruohonen, 2001, s. 49). Erona takavuosikymmenien urheiluvaikutteiseen pukeutumiseen on, että tänä päivänä urheiluvaatteiden kanssa ei ole virheellistä yhdistää kallista merkkilaukkua, villakangastakkia tai korkokenkiä. Tai vastaavasti on aivan hyväksyttävää ja normaalia käyttää vekkiametta yhdessä hupullisen puseron eli *hupparin* tai lenkkareiden kanssa. (Heikkilä, A., 2014; Hel Looks, 2014.) Nykyään suhtautuminen eri tyyliä kohtaan onkin vapaampaa ja suvaitsevampaa (Ruohonen, 2001, s. 58), ja katukuvaa katsomalla voi päätellä, että uudet sukupolvet ovat ryhtyneet enemmän tai vähemmän tietoisesti murtamaan pukeutumisen stereotyyppioita.

5 Suomalaiset katukuvassa

Kulttuurin ja urheilun lisäksi myös sääolosuhteet ovat kautta aikojen vaikuttaneet suomalaisten pukeutumiseen (Ruohonen, 2001, s. 47). Ympäröivä luonto tarjoaa monipuoliset vaihtoehdot liikkumiselle, ja alakouluissa lapset määrätään välitunneiksi ulos, oli sää mikä tahansa. Kouluissa ei ole koskaan ollut koulupukupakkoa, ja vanhemmat ovat yleisesti ottaen antaneet lasten itse päättää omat vaatteensa heti, kun lapset siihen jollakin tavoin ovat osoittaneet kykenevänsä (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 187; Ruohonen, 2001, s. 15). Kerron ensin luvussa 5.1 lyhyesti suomalaisen muodin historiasta keskittyen toisen maailmansodan jälkeiseen aikaan. Luku 5.2 käsittelee farkkuja ja niiden merkitystä suomalaisessa pukeutumisessa, luku 5.3 puolestaan tuulipukuja samasta näkökulmasta. Luvussa 5.4 käyn yleisesti läpi suomalaisten miesten pukeutumista, luvussa 5.5 puolestaan naisten ja viimeisenä luvussa 5.6 sivuutan nuorten pukeutumista.

5.1 Vaatteita liukuhihnalta

Toisen maailmansodan jälkeen Suomi jatkoi maatalousvaltaista tuotantoaan. Pian tämän jälkeen Suomi alkoi teollistua kansainvälisesti verrattuna pikavauhdilla, ja 1980-luvulle tultaessa maatalouspainotteinen valtio oli pelkkä muisto. (Aunesluoma, 2011, s. 7.) Teollistumisen myötä ihmisistä tuli vauraampia, ja heillä oli käytettävissään vaatteisiin enemmän omaa rahaa (Savolainen, 2011, s. 65; Voutilainen, 2011, ss. 16, 46). Vielä 1950-luvulla ostettiin kotimaisia vaatteita ja niitä teetettiin ompelimoissa, mutta 1960-luvulla tuonnin vapauttaminen mahdollisti ulkomaalaisten valmisvaatteiden oston (Savolainen, 2011, s. 65). Sesonkeja tuohon aikaan oli vain kaksi: kevät-kesä ja syksy-talvi. Muoti niiden välillä muuttui vähän. (Savolainen, 2011, s. 65; Voutilainen, 2011, s. 35.) Valmisvaatteet eivät 1960-luvulla kuitenkaan tuntuneet mukavilta, koska aiemmin oli totuttu mittatilaustyönä tehtyihin asuihin (Iltanen, 2005, s. 183). Kotona pukeuduttiin 1960-luvun lopulla kotitakkeihin, mekkoihin sekä koko- tai puoliesiliinaan (Savolainen, 2011, s. 69). Kotiasu ei ole pysynyt tuollaiseenaan, ja tulosten luvussa 8.4 käsittelenkin tämän päivän kotiasua.

Tekokuitujen keksiminen 1950-luvulla ja niiden yleistyminen 1960-luvulla vaikuttivat helpohoitoisten vaatteiden käytön suosioon, vaikka vaatteet olivat jäykkiä ja epämukavia hios-tavuutensa vuoksi (Hildén, 2007, s. 69; Iltanen, 2005, s. 184; Savolainen, 2011, s. 68). Samoihin aikoihin nuorisokulttuuri valtasi maailman, myös Suomen. Suomalaisnuoret eivät poikenneet muodista kuin vanhempien pakottamana tai jos oma vartalo ei sopinut kyseisen aikakauden laihuuden ihanteeseen. (Iltanen, 2005, ss. 176–180.) Vapaa-ajan rento pukeutuminen alkoi näkyä 1970-luvun muodissa (Hildén, 2007, s. 80), jolloin kaikenlainen pukeutuminen oli sallittua. Pukeutumisesta tuli kuitenkin hankalampaa, koska moni joutui yhdistelemään asukokonaisuutensa itse. Samalla siitä tuli mukavampaa, eikä pukeutumisen kontekstisidonnaisuudesta juurikaan välitetty, joten juhliin saatettiin mennä farkuissa. (Iltanen, 2005, s. 185; Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 185; Savolainen, 2011, s. 72.) Paradoksaalista kyllä, vapaa-ajan vaatetus sekä työpukeutuminen olivat erillisiä toisistaan vielä 1970-luvulla, mikä tarkoitti, että asiallinen työvaatetus oli tuolloin hyvin tiukkaan säädelty (Iltanen, 2005, s. 185).

Nuoriso varttui ja Iltasen (2005, s. 181) mukaan muoti pirstoutui 1980-luvun alussa, koska jokainen oli löytänyt oman tyylinsä. Pukeutuminen oli jakautunut vapaa-ajan ja työvaatteiden kesken eikä se ollut enää yhtäläistä (Hildén, 2007, s. 68). Yhteiskunta vaali kevyempää

ja viihteellisempää näkökulmaa, joten politiikkakin muuttui. Esteettiset halut sekä yksilöllisyys ja itsekeskeisyys korostuivat, mikä näkyi myös muodissa. Haluttiin erottautua muista. (Hildén, 2007, ss. 78–79.) Tyylien ääripäät sekä kaikki niiden välillä kulkivat rinnakkain 1990-luvulla. Luulen, että vuosituhanen lopulla suvaitsevaisuus erilaisia tyylejä kohtaan oli niin normaalia, että sen vaikutukset ovat nähtävissä edelleen. Wilsonia (2005, s. 173) myötäillen ei mielestäni nykyään voi sanoa suoralta kädeltä mikä tyyli on edustettuna voimakkaimmin, sillä kaupunkikuvassa näkee pukeutumisessa monenlaisia variaatioita ja vaikutteita.

5.2 Farkku-Suomi

Amerikkalaiset Levi Strauss ja David Jacobs suunnittelivat farkut alkujaan Kalifornian kultakuumeen aikaan työmiehille vuonna 1873. Levi's-farkkujen napillinen 501-malli lanseerattiin vuonna 1890, mutta vuonna 1901 mallia muutettiin viisitaskuiseksi, kun farkkuihin tehtiin toinen takatasku. (Levi Strauss & Co, 2015; Voutilainen, 2011, s. 21.) Kyseinen malli on ollut yli vuosisadan ajan erittäin suosittu, ja Time-lehti nimesi vuonna 1999 Levi's 501 -farkut vuosisadan muotituotteeksi (Levi Strauss & Co, 2015). Omassa lapsuudessani 1990-luvun alussa kaikkien nuorten tuli omistaa kyseiset farkut tai ei kuulunut piireihin. Maja Jacobsonin (1994, s. 118) tutkimuksen perusteella Ruotsissa oli havaittavissa samankaltaista ilmiötä. Muiden yritysten ja halpavaateketjujen ryhtyessä myymään farkkuja ei kyseisellä mallilla ole Suomessa ollut vastaavanlaista statussymbolista merkitysarvoa kuin 1990-luvulla.

Nuorisokulttuuri levisi Amerikasta Suomeen 1950-luvun puolivälissä elokuvien myötä. Aiemmin onkin tullut esille, että kapinallisista farkuista tuli Brandon ja Deanin roolihaamojen siivittäminä muotivaate, joita käyttivät työläistäustaiset tai työssäkäyvät nuoret. (Crane, 2000, s. 181–182; Voutilainen, 2011, ss. 18–21.) Suomessa ensimmäiset farkut valmistettiin vuonna 1954 Vaaksan vaatetehtaassa, ja samaisena vuonna Mattisen Teollisuus kokeili farkkutyylisten housujen valmistusta. Mattisen Teollisuus lanseerasi nuorisolle suunnatun *James Dean Style* -malliston vuonna 1959 Helsingissä, ja näin syntyi suomalainen vaatemerkki James. (Voutilainen, 2011, ss. 21–23.) Merkistä tuli Leena Voutilaisen (2011, s. 24) mukaan niin suosittu 1960-luvun taitteessa, että kansa yhtyi puhekielessä käyttämään farkuista edelleen toisinaan kuultavaa nimitystä *jamekset*.

Television yleistettyä 1960-luvulla ja ohjelmistossa pyörivien suosittujen lännensarjojen avulla paheksuva asenne farkkuja kohtaan alkoi hälventyä (Crane, 2000, ss. 181–182; Voutilainen, 2011, ss. 43). Suurten ikäluokkien varttuessa eivät farkut enää edustaneet kapinallisuutta ja nuorison pintamuotia, vaan ne hyväksyttiin laajasti eri-ikäisten vapaa-ajan vaatteeksi. (Iltanen, 2005, s. 181; Voutilainen, 2011, ss. 43, 59.) Niistä tuli myös eroottisuuden ja tasa-arvon symbolit (Ruohonen, 2001, s. 147). Kuvassa 2 istuu nuori nainen 1960-luvun puolivälin tienoilla kesämökin edessä. Hänellä on yllään farkut, valkoinen t-paita ja jaloissaan Converseet. Kontrasti taustalla näkyviin iäkkäämpiin henkilöihin on huomattava naisen edustaessa kapinallista nuorisopukeutumista. Tänä päivänä samaisessa tilanteessa tuskin voisi vaatetuksen perusteella tehdä yhtä radikaalisti eroa sukupolvien välille.



Kuva 2. Nuori nainen pukeutuneena farkkuihin, valkoiseen t-paitaan ja Converseihin kesällä 1960-luvun puolivälissä. Kuva tutkijan kotialbumista.

Farkkumuodin ehdoton huippuvuosi Suomessa oli 1975, jolloin farkkua näkyi kaikkialla (Voutilainen, 2011, s. 53). Pian tämän jälkeen sen suosio alkoi hiipumaan, sillä sekä sametti että urheilupukeutuminen syrjäyttivät farkun (Hildén, 2007, s. 81; Voutilainen, 2011, s. 53). Farkku ei ole kuitenkaan koskaan syrjäytynyt täysin, ja se käy ajoittain muodin huipulla. Farkuille on tapahtunut Davisin (1992, s. 6) kuvailema merkityksen muutos; ne merkitsivät aiemmin kapinallisuutta, mutta muuttuivat vapaa-ajan vaatteeksi ja lopulta jokapäiväiseksi arkivaatteeksi, johon ei tänä päivänä kohdisteta yhtä latautuneita merkityksenantoja. Myös Crane (2000, s. 182) on omassa tulkinnassaan tätä mieltä. Jacobson (1994, s. 187) on tiivistänyt farkkujen historiallisen merkityksen muotimaailmassa seuraavasti (oma suom.):

1960-luvun “vallankumouksellisista” vaatteista vain yksi ainoa on onnistunut säilyttämään asemansa, nimittäin indigonsiniset farkut, jotka toisaalta ovat muotoutuneet ja sopeutuneet jokaiseen uuteen muodin muutokseen.

Tänä päivänä kaupungin katukuvaa katsomalla voi todeta valtaosan ihmisistä käyttävän farkkuja. Malleja löytyy laidasta laitaan aina tiukasta pillistä skeittilautailijoiden ylisuuriin, roikkuviin farkkuihin ja merkkejä halvimmista markettifarkuista huippusuunnittelijoiden merkkifarkkuihin. Farkkujen voi sanoa syrjäyttäneen 1980-luvun tuulipuvut, ja monissa juhlissa on miesvieraiden nähty pukeutuneen farkkuun. 2000-luvun alussa nähtiin jopa farkusta tehtyjä morsiuspukuja. Nykyään farkkua käytetään kestävyytensä ansiosta myös kierrätysmateriaalina.

5.3 Koko kansan tuulipuku

Suomalaiset käyttävät itsestään yleisesti nimitystä tuulipukukansa (Hildén, 2007, ss. 64, 75). Urbaani sanakirja määrittelee sanan seuraavasti: *perus suomalainen juntti* (Urbaani sanakirja, 2015). Marjatta Hildén (2007, s. 76) määrittelee sanan tarkoittavan tavallista suomalaista kansalaista, joka on vastakohta eliitille, minkä vuoksi tuulipuku mielletään usein tavallisen kansan käyttämäksi. Tuulipukukansa-nimitys viittaa kirjaimellisesti tuulipukuihin, joita suomalaiset alkoivat käyttää runsaasti 1970- ja 1980-luvuilla, kun ne rantautuivat Suomeen. Nimityksellä yleisesti ottaen kuitenkin haukutaan tuulipukuja käyttäviä, sillä nimitystä käyttävien mielestä tuulipukuihmiset asuvat maalla, heidät mielletään tyhmiksi eli junteiksi, eivätkä he ole kiinnostuneita pukeutumisesta. (mt., ss. 64, 76.) Tuulipukukansasan näkee edelleen kirjoitettavan niin puhekielisillä keskustelupalstoilla kuin uutisartikkeleissa. Itsekin olen törmännyt tähän määritelmään usein, kun olen kertonut omasta tutkimuksestani. Jopa Instagramissa ovat ihmiset merkanneet kyseisen sanan #-tunnisteella kuvaillessaan rentoa pukeutumistaan. Kyseisissä merkatuissa kuvissa henkilöillä ei ole välttämättä tuulipukua yllään, vaan merkinnällä on viitattu urheilupukeutumiseen ja liikuntaan tai sarkastisesti omaan junttiuteen (vrt. Instagram).

Tuulipuvun johtohahmona pidetään Suomen Urheiluliiton kestävyysjuoksijoiden lajivalmentaja Mauri Jormakkaa, joka toi kyseiset vettähyllivät puvut Suomeen Englannista 1970-luvulla (YLE Keski-Suomi, 2014). Tuulipuku on kaksiosainen asu, joka 1980-luvulla yhdistettiin lenkkikenkiin (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 185). Vapaa-ajan lisääntymisen myötä myös liikunnan harrastaminen oli kasvanut, joten tuulipuku tuli tarpeeseen.

Ihmiset eivät halunneet urheillessa käyttää raskaita takkeja, minkä vuoksi 1970-luvulla hui-
masti kehittyneet tekokuidut valtasivat vaatetusalaan juuri urheiluvaatetuksessa. Samoin ai-
koihin Suomesta tuli ulkoilu- ja vapaa-ajan vaatteiden tärkeä vientimaa. (Hildén, 2007, ss.
65–66, 69–70.)

Tuulipuku oli noina vuosikymmeninä monikäyttöinen vaate, jossa ei ollut häpeällistä näyt-
täytyä edes syntymäpäiväjuhilla tai teatterissa. (Hildén, 2007, ss. 75–76; Iltanen, 2005, s.
186; YLE Keski-Suomi, 2014.) Kuvassa 3 on raskaana oleva nainen pukeutuneena miehensä
tuulipukuun vuoden 1980 kesällä. Voin henkilökohtaisesti todistaa puvun olevan aito poly-
esteripuku, jonka liukas ja kevyt materiaalin tuntu on aistittavissa jo värikuvaa katsomalla.
Puku näyttää olevan tarkoituksenmukaisesti käytössä kesämökillä eikä suinkaan juhlissa, ja
pukuun on asiaan kuuluvalla tavalla yhdistetty lenkkikengät.



Kuva 3. Raskaana oleva nainen pukeutuneena tuulipukuun kesällä 1980. Kuva tutkijan kotialbumista.

Kuka tahansa saattoi ostaa 1980-luvulla tuulipuvun, sillä siitä suunniteltiin kolmeen eri hin-
taluokkaan sopivaa mallia. Kalleimmat olivat varakkaimmille suunniteltuja, kun edullisim-
mat suunnattiin suoraan halpamarketeissa myytäväksi maalla asuville tai kaupungin
syrjäytyneille ”junteille”. (Hildén, 2007, s. 73.) Arvelen kuvan 3 puvun olevan hintaluokal-
taan keskitasoa tai sitä edullisempaa. Hintaluokittelu on Simmelin (1986, ss. 26, 33) mu-
kaista saman muodin ilmenemistä eri yhteiskuntaluokissa. Tuulipuvusta on myös käytetty
humoristisia viittauksia puhuttaessa suomalaisten kansallispuvusta (Hildén, 2007, s. 64) tai

ilmaistu puvun kahisevaan ominaisuuteen (kuva 3) viitaten, että köyhilläkin on nyt kahisevaa.

Tuulipuku on varmasti farkkujen rinnalla yksi merkittävimmistä vaatteista, jotka ovat vaikuttaneet suomalaisten arkipukeutumiseen. Materiaalit ovat kehittyneet sitten 1980-luvun, ja niissä on otettu nykyään huomioon ruuminlämmön, sääolosuhteiden ja materiaalin keskinäinen vaikutus (Hildén, 2007, ss. 64, 71–73). Vaikka tuulipuku ei tänä päivänä ole samanlainen kahiseva jokapaikan vaate kuin sen kulta-aikoinaan 1980-luvulla, vaikuttaa se edelleen jossain määrin pukeutumiseen ja on erittäin vahva osa suomalaisten kulttuuri-identiteettiä.

5.4 Miesten pukeutumistyylin suunnanvaihto

Suomalaisten miesten pukeutuminen oli 1960-luvulle tultaessa vapaa-aikanakin muodollista. Asu koostui tuolloin puvusta, kauluspaidasta ja solmiosta (Kuva 1, s. 13). Puvuntakkeihin ilmestyivät paikkataskut sekä vyö luomaan rennompaa ilmettä ja kauluspaita vaihdettiin poolopaitaan. (Savolainen, 2011, s. 71.) Solmion käyttö väheni huomattavasti 1970-luvulla, ja pukeutuminen vapautui 1980-luvun vaihteessa. Valtaosa suomalaisista todennäköisesti muistaa 1990-luvun tietämällä Lenita Airiston kauhistelun suomalaisten miesten pukeutumisesta valkoisiin tennissukkiin yhdistettynä tummaan pukuun (Lindfors, 2009). Kyseiseen ilmiöön viitataan edelleen, kun puhutaan miesten pukeutumisesta. Kuvassa 4 (s. 26) näkyy, että 1980-luvulla edes jouluaattona ei pukeutumisella ollut suurta merkitystä. Kuvan miehellä on yllään collegehousut, t-paita, tennissukat sekä tuolloin muodikkaat sandaalit. Myös kuvan lapsi on pukeutunut collegepaitaan ja villahousuihin, mutta juhlan tuntua ilmentävät tonttulakki sekä irrallinen kaulus.



Kuva 4. Vapaamuotoista juhlapukeutumista jouluaattona 1987. Kuva tutkijan kotialbumista.

Rento pukeutumistyyli on näkynyt ja näkyy edelleen miehillä sekä arjessa että juhlassa. Suomalainen rap-artisti *Paleface*, alias Karri Miettinen, nostatti kansallisen kohun ilmestyttyään valkoisiin vapaa-ajan jalkineisiin (em. Adidaksen Superstar-kengät) ja frakkiin pukeutuneena Tasavallan presidentin itsenäisyyspäivän vastaanotolle vuonna 2010 (Ilta-Sanomat, 2010). Hänen pukeutumisensa kyseenalaistettiin tuohon aikaan jokaisessa mediassa ja kahvipöytäkeskustelussa. Osa kielsi jyrkästi kyseisen pukeutumistyylin, kun toiset mielsivät positiivisena Palefacen oman identiteettinsä esille tuomisen ja etiketin rikkomisen. Oman muistini mukaan absoluuttiseen yksimielisyyteen ei asiassa päästy, ja vastaavista rikkomuksista kiistellään edelleen.

Toisaalta suomalaisten juhlapukeutuminen on yleisesti ottaen vapaata johtuen käytännöllisen pukeutumisen suosimisesta. Farkuista on tullut monille miehille vaihtoehto puvunhou-suille (Studio55.fi, 2014). Siksi ei ole yllättävää, että myös kenkien osalta irrotellaan virallisissa tilaisuuksissa. Sukupuolella on oma merkityksensä pukeutumiseen (Kaiser, 1998, ss. 120–125; Ruohonen, 2001, s. 26), ja henkilön sosiaalisesta ja yhteiskunnallisesta asemasta riippuu, kuka ja kuinka paljon irrotteltua voi tehdä (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 191). Naiset ovat tottuneita pukeutujia, ja pukeutuessaan heidän on käsitetty ottavan huomioon tilaisuuden luonne sekä vastaanottajat (Kaiser, Freeman & Chandler,

1993, s. 34; Kivimäki, 2003, s. 265), joten tämän vuoksi miehille annetaan ehkä enemmän anteeksi etikettisääntöjä rikottaessa.

Ruohosen (2001, ss. 89, 91) tutkimuksesta ilmeni, että nuoret miehet käyttivät 1990-luvun lopulla ikätovereitaan enemmän rahaa harraste- ja urheiluvaatteisiin. Miksi urheiluvaatetuksen vaikutus sitten näkyy etenkin suomalaismiesten pukeutumisessa? Todennäköisesti vuosisatoja kestäneen harrastuneisuutensa vuoksi kuin myös siksi, että miesten vaatetuksen tärkeimpiä myyntivaltteja ovat olleet 1970-luvulta lähtien urheilu ja urheilullisuus (mt., s. 91). Tämä pitää edelleen paikkansa, sillä monet miesten vaatteita tai asusteita mainostavista henkilöistä ovat suuria urheilutähtiä, esimerkiksi aiemmin mainittu David Beckham tai suomalaisille tutumpi formulakuljettaja Kimi Räikkönen. Susan B. Kaiser, Carla M. Freeman ja Joan L. Chandler (1993) ovat tutkineet naisten ja miesten mielivaatteita ja sukupuolittaisia eroavaisuuksia. Heidän (mt., ss. 30–33) tutkimuksessaan kolmannes miehistä vastasi mieli-vaatteekseen juuri urheiluvaatteen, sillä se edusti miehille muun muassa heidän saavutuksi-
aan. Jones (Lee & Jones, 2008, s. 54) puolestaan sanoo, että kansainvälisellä tasolla miesten vaatetuksesta jopa 50 prosenttia on joko farkkuun tai urheiluvaatteisiin perustuvia tuotteita. Vaikka Jonesin mielipide perustuu seitsämän vuoden takaisiin lukuihin, uskon niiden pitä-
vän edelleen jotakuinkin paikkansa, sillä vaatekaupoissa näkee miesten vaatteiden olevan suurimmilta osin farkkua, pikee- tai t-paitaa ja hupparia.

Ilahduttavaa on ollut kuitenkin huomata, että värejä on alkanut näkyä miesten vaatevali-
koimissa myös muissa kuin urheiluvaatteissa. Helsingin Sanomien pääkirjoituksessa 16.11.2014 toimittaja Anssi Miettinen (2014) perusteli suomalaisten miesten käyttävän vaa-
tetuksessaan pääasiassa tummia ja harmaita sävyjä, koska heiltä puuttuu tyyli-ikoni ja pu-
keutumisen edelläkävijä, joka näyttäisi mallia miten väreihin pukeudutaan. Hänen mukaansa on turvallisempaa valita sävy, joka sopii muihinkin vaatteisiin. Miettinen lisää, että henki-
löö, joka käyttää värejä tai rikkoo pukukoodia, tarraudutaan kriittisesti, minkä seurauksena
mies pelkää tulevansa leimatuksi naismaiseksi tai jopa homoksi. Henkilökohtaisesti jän
pohtimaan, mihin Miettinen on unohtanut jääkiekkovalmentaja ja kommentaattori Juhani
Tammisen, joka räväkällä pukeutumisellaan on keskustelujen ja ihastelujen kohteena joka-
keväisten MM-jääkiekko-otteluiden aikaan. Lisäksi takavuosien muotikäsitteet, kuten met-
roseksuaali, ovat murtaneet sukupuolirajoja. Nähtäväksi jää, onko kasvava sukupolvi
koreilunkin suhteen tulevaisuudessa suvaitsevaisempi. Mielenkiintoista olisikin tietää, missä

vaiheessa poikalapsien kirkkaat ja räikeät värit muuttuvat murretuiksi ja mustiksi, jos Mietistä (mt.) on uskominen.

5.5 Naiset miesten vanavedessä

Mielestäni naisten urheilullinen pukeutumistyyli virallisissa yhteyksissä ja juhlatilaisuuksissa ei ole saanut samanlaista kritiikkiä osakseen muotipiireissä kuin vastaavasti miesten pukeutuminen. Ainakaan mieleeni ei muistu tapausta, jossa olisi kauhisteltu naisten pukeutuvan liian kireisiin ja urheiluhenkisiin vaatteisiin. Toisaalta naiset ovat aina pukeutuneet tilaisuuden mukaan, ja eihän urheilukaan ole ollut heille yhtä sallittua kuin miehille. Tämän vuoksi urheilu ei ole vaikuttanut naisten pukeutumistyyliin vuosisatojen ajan, ja koska urheilu mielletään yleensä miehiseksi ja voimakkaaksi, on urheilullisuus vaikeampi saada näyttämään naisten muodissa naiselliselta (Lee & Jones, 2008, s. 58).

Merkittävin naisten pukeutumista kohdannut muutos on ollut housut, jotka siirtyivät pukeutumiseen urheilun kautta (Turunen, 2011, s. 217). Suomessa 1920–30-luvun vaihteessa naiset saivat käyttää housuja hiihtäessä (Turunen, 2011, ss. 217–222, 231–236). Ennen toista maailmansotaa naisten oli hyväksyttyä käyttää housuja vain urheillessa tai rannalla, toisen maailmansodan aikaan myös työhousuina ja sodan jälkeisinä vuosikymmeninä vapaalla (Savolainen, 2011, s. 67; Wilson, 2005, s. 164). Farkut tulivat muotiin 1950-luvulla, mutta ne edustivat nuoruutta ja olivat lähinnä nuorison käyttämiä (Voutilainen, 2011, ss. 17–27; Wilson, 2005, s. 164). Housut hyväksyttiin naisten käyttöön vasta 1960-luvun lopulla, jolloin muotisuunnittelija Yves Saint Laurent suunnitteli ensimmäisenä legendaksikin nimetyn naisille tarkoitetun siistin housupuvun (Brand, Teunissen & van der Zwaag, 2006, s. 26; Savolainen, 2011, ss. 67–68; Wilson, 2005, ss. 164–165). Kuitenkin asioidessaan naiset käyttivät 1960-luvun lopulla hame-paitapuseroyhdistelmää neuleen kanssa (Savolainen, 2011, s. 69).

Hameiden ja mekkojen helmat lyhenivät minimittoihinsa, ja 1970-luvulla ne hädin tuskin peittivät takapuolta (Savolainen, 2011, ss. 69, 75). Minihameiden parina käytettiin sukka-housuja, joita alettiin valmistaa Suomessa 1960-luvun alussa. Sukkahousutkin olivat alkujaan tarkoitettu urheilu- ja talvivaatteiksi, mutta minihameiden suosio lisäsi niiden arkista käyttöä, ja 1970-luvun alussa vain viisi prosenttia naisista käytti sukkaa sukkahousujen sijaan. (Savolainen, 2011, s. 67.) Housut saavuttivat lopullisen hyväksynnän vapaa-ajan vaatteena vasta 1970-luvulla (Jacobson, 1994, s. 187; Savolainen, 2011, ss. 67–68, 76), mutta työvaatteena ne saatettiin edelleen kieltää (Iltanen, 2005, s. 187). Edellä esitettyjen seikkojen

vuoksi minun onkin vaikea kuvitella, että naiset ovat käyttäneet housuja vasta muutaman vuosikymmenen ajan, koska nykyään arjessa hameeseen tai mekkoon pukeutunut suomalaisnainen edustaa sukupuolensa vähemmistöä.

Naiset ovat sinnikkäästi urheilleet miesten vanavedessä, minkä vuoksi pukeutuminen on muuttunut 1800-luvulta lähtien rennompaan, käytännöllisempään ja mukavampaan suuntaan (Kaiser, 1998, s. 13). Viime vuosina huippumuoti on hiljalleen laajentanut materiaalivalikoimaansa, ja urheilussa käytettyjä teknisiä kankaita on saattanut nähdä naisten vaatekassessa jopa iltapuvuissa (Vedenpää, 2014, Lee & Jones, 2008, s. 58). Mielestäni urheilumerkeillä on tämän suhteen potentiaalista markkinarakoa, sillä kokemukseni mukaan nuoret naiset, jotka käyvät yökerhoissa, pukeutuvat tuolloin parhaimpiinsa, mutta he myös tanssivat paljon. Sen vuoksi arvelen monien haluavan ostaa kyseiseen tarkoitukseen vaatteita, jotka näyttävät muodin mukaisilta juhlavaatteilta, mutta joissa on käytetty teknisiä materiaaleja olotilan mukavuuden ylläpitämiseksi. Mielenkiintoista on myös tarkkailla, mikä merkitys urheilutähtien naissukupuolta edustavilla puolisoilla tulee olemaan naisten pukeutumiseen, sillä esimerkiksi aiemmin mainitun David Beckhamin vaimo, Victoria, on nykyään arvostettu muotisuunnittelija, ja niin ikään Kimi Räikkösen puolison, Minttu Virtasen, tyyliä esitellään tiheään tahtiin muun muassa iltapäivälehtien sivuilla.

5.6 Nuoret kapinalliset

Ruohosen (2001, s. 92) tutkimuksen nuorten mielestä suomalaiset aikuiset pukeutuvat väritömästi, persoonattomasti ja tylsästi. Aikuisten pukeutumistyyliin tosin vaikuttavat vahvistunut tietoisuus omasta pukeutumistyylistä kuin myös järkevyys ja mukavuudenhalu (Lee & Jones, 2008, s. 54). Täytyy ottaa huomioon, että Ruohosen (2001) tutkimus on toteutettu yli 15 vuotta sitten, jolloin kulttuuri ja muoti ovat olleet erilaisia. Hänen käsitystään kuitenkin vahvistavat Jacobsonin (1994, s. 196; 2009, ss. 51, 58, 204) tutkimukset, joiden mukaan vaatteiden värit erottavat nuoret aikuisista, esimerkiksi 1990-luvulla beige on edustanut aikuisten pukeutumista ja pastellivärit nuoria. Jokaista aikakautta kuvaa omat tietyt värinsä (Jacobson, 2009), jotka nuoret ovat omaksuneet ja tulevat omaksumaan ensisijassa.

Nuorten pukeutuminen eroaa aikuisista erilaisten värien lisäksi myös tyyliiltään. Nuoret kapinoivat aikuisia vastaan ja erottautuvat heistä pukeutumalla provosoivasti ja paljastamalla vartalonosia (Jacobson, 1994, s. 196). Myös urheiluvaatteen käyttö kaupunkipukeutumisessa

ilmentää nuorien kapinallisuutta (Jacobson, 1994, s. 196; Woodward, 2008, ss. 67–68). Urheilu- ja liikuntavaatteet liitetään nuoruuteen myös niiden kirkkaiden väriensä vuoksi, jolloin ne ilmentävät energisyyttä (Jacobson, 2009, ss. 51–52). Ilmiön voi huomata pääkaupunkiseudun nuorten pukeutumistyyliä tarkkaillessa; nuorilla on yllään collegehousut, neonkirkas tai läpikuultava toppi ja jaloissaan varrettomat sukat ja vapaa-ajan jalkineet. He kenties vastustavat maailman hektisyyttä rennolla ja mukavalla pukeutumisellaan ja tekevät eroa aikuisiin paljastamalla nilkkansa.

Tyyli ja muoti ilmenevät ja vaihtuvat eritoten nuorilla, mutta aikuiset pukeutuvat jotakuinkin yhtäläisesti (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 190; Ruohonen, 2001). Aikuiset omaksuvat nuorten tyyliä, jotta he vaikuttaisivat ja näyttäisivät nuorilta. Kun tyyli on levinnyt aikuisten pariin, ovat nuoret jo kyseisen ilmiön unohtaneet ja siirtyneet toiseen tyyliin (Jacobson, 1994, s. 196; Ruohonen, 2001, ss. 16, 33, 49). Nuorten pukeutuminen onkin nopeimmin muutoksiin ja kansainvälisiin tuuliin reagoiva alue (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 189). Nähtäväksi jää, ryhtyvätkö aikuiset kaiken järjen ja käytännöllisyyden vastaisesti paljastamaan nilkkansa vai jääkö kyseinen muoti nuorison käyttämäksi. Mielenkiintoista on myös seurata urheilullisen tyylin kehittymistä ja sen mahdollisia vaikutuksia nyky-yhteiskunnan rakenteisiin ja ilmiöihin.

6 Tutkimuksen toteutus

Aloitan tämän luvun avaamalla tutkimuskysymykset luvussa 6.1. Luku 6.2 käsittelee monimenetelmällistä tutkimusmenetelmää. Luvussa 6.3 kerron, kuinka olen soveltanut menetelmää määrällisen tutkimusmenetelmän osin ja luvussa 6.4 keskityn laadullisen tutkimusmenetelmän käyttöön. Kirjoitan kyselylomakkeen (liite 1) laadinnasta luvussa 6.5 ja tarkennan kyselyn eri osioiden tarkoituksia luvussa 6.6. Viimeisessä luvussa 6.7 kerron kyselyn levityksestä ja käsittelen tuloksia vastaajien taustatekijöiden osalta.

6.1 Tutkimuskysymykset

Halusin tässä työssäni tutkia, pukeutuvatko suomalaiset todellisuudessa niin rennosti, kuin yleiset mielikuvat ovat antaneet ymmärtää. Toisin sanoen halusin tietää, millaisena rennoksi mielletty pukeutuminen suomalaisessa pukeutumiskulttuurissa näyttäytyy suhteessa vapaa-aikaan ja työelämään. Koska näkökulmani on pukeutumisen rentoudessa, tuli minun tutkia, mitä käsite rento suomalaisille merkitsee. Rentoon pukeutumiseen liitetään usein käsite mukava, joten myös sen määrittäminen oli tarpeen. Näin saatoin tutkia, mitä eroa tai yhtäläisyyksiä käsitteillä on. Lisäksi otin tutkimuksessani huomioon pukeutumiseen oletettavasti vaikuttavia tekijöitä, joita ovat muun muassa henkilön työ, harrastukset sekä vaatteiden ostopaikat. Tutkimuskysymykseni ovat:

- 1. Millaisena suomalaisten rennoksi mielletty pukeutuminen näyttäytyy erilaisissa pukeutumisen konteksteissa?**
- 2. Millaiseksi suomalaiset mieltävät rennon ja mukavan pukeutuminen? Miten ne eroavat toisistaan?**
- 3. Missä määrin erilaiset elinympäristön tekijät vaikuttavat pukeutumiseen?**

Ensimmäiseen kysymykseen vastaan luvussa 7. Vastaajien määritelmistä toisen kysymyksen rentoon ja mukavaan pukeutumiseen kerron luvussa 8. Kolmanteen tutkimuskysymykseen liittyviä tuloksia tarkastelen luvussa 9.

6.2 Monimenetelmällisyys

Ennen tutkimuskysymysten täsmentämistä kirjoitin tutkimusaiheeseen liittyvää teoriaa, minkä ansiosta tiesin, mitä halusin tutkia ja miten. Valitsin tutkimusmenetelmäksi *mixed*

methods -menetelmän eli monimenetelmällisyyden. Käytän tekstissäni suomenkielistä termiä *monimenetelmällisyys* mixed methods -sanojen sijaan suomen kielen taivutusmuotojen vuoksi. Monimenetelmällisyyttä käytetään, kun halutaan saada monipuolista tietoa tutkittavasta ilmiöstä, jota pyritään ymmärtämään. Monimenetelmällisyydessä yhdistyvät määrälliset ja laadulliset tutkimusmenetelmät, joita käytetään aineiston keräämiseen ja analysointiin. (Creswell, 2008, s. 552; Creswell, 2013.) Triangulaatio on eräs monimenetelmällisyyden muoto, mutta triangulaatiossa ei ole yhtä tarkoin määritelty määrällisen ja laadullisen aineiston keskinäistä yhdistämistä (vrt. Saaranen-Kauppinen & Puusniekka, 2006). Monimenetelmällisyydessä käytetään vain sekä määrällisiä että laadullisia menetelmiä aineiston keruussa, analysoinnissa ja tulosten tarkastelussa eli toisin sanoen tutkimuksen jokaisessa vaiheessa.

Monimenetelmällisyydessä pyritään tekemään tutkittavasta ilmiöstä tilastollisia yleistyksiä ja selittämään syitä sekä tarkastelemaan yhteyttä, jossa tutkimuskohde esiintyy (Creswell, 2013; Maaranen, 2015). Monimenetelmällisyys ei ole sattumanvaraista aineistolähtöistä tutkimustulosten monimenetelmällistä tarkastelua, vaan tutkimuksen koko kulku ja asetellu ovat strukturoitu ennakkoon menetelmästä käsin, minkä olennaisimpana osana ovat tutkimuskysymykset (Creswell, 2013; Plano Clark & Badiee, 2010, s. 276). Jotta tutkimuskysymyksiin voidaan vastata monimenetelmällisyyttä käyttäen, täytyy kerätä sekä määrällistä että laadullista aineistoa (Plano Clark & Badiee, 2010, s. 282). Monimenetelmällisyydessä määrälliset ja laadulliset menetelmät ikään kuin keskustelevat koko tutkimusprosessin ajan keskenään. Tutkimuskysymykset voivat olla joko monimenetelmällisen tutkimuksen lähtökohtana, jolloin analysointimenetelmät valitaan tutkimuskysymysten mukaan, tai tutkimuksen keskiössä, jolloin tutkimuskysymyksiin vaikuttaa koko tutkimusprosessi: tutkimuksen tarkoitus, teoria ja oletukset, menetelmät sekä validiteetti. (Plano Clark & Badiee, 2010, ss. 278–280.) Oma tutkimukseni perustuu jälkimmäiseen.

Monimenetelmällisyydestä käytetään kolmea erilaista asetelmaa, joista **ensimmäisessä** (*Convergent Design*) määrällinen sekä laadullinen aineisto kerätään samanaikaisesti. Ne vastaavat erilaisiin tutkimuskysymyksiin ja tulokset analysoidaan omina menetelminään, minkä jälkeen tuloksin vertaillaan löydöksiä (Creswell, 2008, ss. 557–559; Creswell, 2013; Maaranen, 2015). Oma tutkimukseni asettuu tähän kategoriaan, mutta en ole analysoinut aineistoa käyttämällä vain määrällistä tai laadullista menetelmää niiden omissa aineistonkeruuluokissaan, vaan olen analysoinut kysymyksiä molemmilla menetelmillä. Palaan

tähän luvuissa 6.3 ja 6.4. **Toisessa** asetelmassa (*Explanatory Design*) kerätään ensin määrällinen aineisto, joka analysoidaan ja josta tulkitaan tulokset. Tulosten perusteella kerätään laadullinen aineisto, joka niin ikään analysoidaan ja josta johdetaan tulokset. Toisen asetelman tarkoituksena on selittää määrällisen aineiston tuloksia laadullisen aineiston tuloksien avulla. (Creswell, 2008, ss. 557, 560; Creswell, 2013, Maaranen, 2015.) Tutkimus voi olla esimerkiksi kyselytutkimus, josta jatkotutkimuksena tehtäisiin haastatteluja muutamille henkilöille. **Kolmas** asetelma (*Exploratory Sequential Design*) on päinvastainen kuin toinen; ensin kerätään ja analysoidaan laadullinen aineisto, minkä jälkeen kerätään ja analysoidaan määrällinen aineisto. Toisin sanoen tutkimuskysymystä tarkastellaan laadullisin ottein, mutta ilmiön suhteita selitetään määrällisen aineiston avulla. (Creswell, 2008, ss. 557, 561; Creswell, 2013, Maaranen, 2015.)

Suurin ero määrällisessä ja laadullisessa menetelmässä on aineiston analysointitavassa. Menetelmistä löytyy myös yhtäläisyyksiä, joten niitä ei voi pitää täysin toistensa vastakohtina. (Creswell, 2008, s. 552; Day, Sammons & Gu, 2008, ss. 339–340; Pitkäniemi, 2009, s. 339.) Määrällinen tutkimus keskittyy tilastollisiin tunnuslukuihin, mutta laadullinen tutkimus pyrkii muodostamaan sääntöjä, joissa on otettu huomioon koko konteksti poikkeustapaukset mukaan lukien (Alasuutari, 2011, ss. 34, 39, 52; Creswell, 2008, s. 552). Monimenetelmällistä tutkimusta on käytetty vähän, erityisesti Suomessa, mutta viime vuosina siitä on tullut suosittumaa (Day ym., 2008, s. 331, Maaranen, 2015; Plano Clark & Badiee, 2010, ss. 283–284). Monimenetelmällisyyden käyttöä hillitsee sen työläs ja vaativa prosessi, sillä tutkijan tulee perehtyä sekä määrällisiin että laadullisiin tutkimusmenetelmiin (Creswell, 2008, s. 552; Day ym., 2008, ss. 339–340; Pitkäniemi, 2009, s. 339). Käyttämällä ainoastaan määrällistä tai laadullista tutkimusmenetelmää, voidaan saada vääristyneitä tuloksia, jotka vastaavat huonosti todellisuutta (Alasuutari, 2011, s. 32; Day ym., 2008, s. 330; Pitkäniemi, 2009, s. 328). Tästä syystä halusin omassa tutkimuksessani käyttää monimenetelmällisyyttä, vaikka tiedostin ennalta sen vaativuuden.

6.3 Määrällisen tutkimusmenetelmän käyttö

Määrällinen tutkimus etsii ilmiön säännönmukaisuuksia. (Kananen, 2008, ss. 10, 51; Tähtinen, Laakkonen & Broberg, 2011, s. 16). Menetelmällä pyritään tekemään kokonaista joukkoa edustava päätelmä analysoimalla muuttujien välisiä eroja ja niiden vaikutuksia sekä riippuvuuksia toisiinsa nähden (Alasuutari, 2011, s. 37; Kananen, 2008, s. 51). Jos tarkastelun kohteena on muutama havaintoyksikkö, ei ilmiöiden yleistettävyyys ja tilastoiminen ole

järkevää (Alasuutari, 2011, s. 39). Määrällisen analyysin tuloksia on asianmukaisempaa tarkastella prosenttiosuuksilla, sillä pelkät frekvenssit eivät kerro yhtä selvästi ilmiön yleisyydestä (Kananen, 2008, ss. 41–42, 52; Tähtinen ym., 2011, s. 127). Käsittelin jokaista kyselylomakkeen osiota määrällisin tutkimusmenetelmin, eli hyödynsin sitä myös myös laadullisen aineistoni analysoinnissa. Palaan tähän seuraavassa luvussa.

Käytin aineistoni väittämä- ja mielipidekysymysten analysointiin SPSS 22 -tietokoneohjelmaa. Yksinkertaisempaa analysointia olisi ollut mahdollista tehdä e-lomakesivustolla suoraan tai Excel-ohjelman avulla, mutta ne eivät ole toiminnoiltaan yhtä kattavat kuin SPSS. Toin oman aineistoni SPSS-ohjelmaan e-lomakkeelta, minkä vuoksi säästyin havaintoyksiköiden manuaaliselta syöttämiseltä. Manuaalinen tietojen ylös kirjaaminen olisi vienyt paljon aikaa, ja näppäilyvirheiden mahdollisuus olisi kasvanut. Joitakin vastausluokkia yhdistin suuremmiksi luokiksi, jotta tarkasteltavien solujen frekvenssien määrät eivät olisi jääneet liian pieniksi. Alkuperäistulokset säilytin tarkistusmittausten mahdollistamiseksi.

Tulkitsin aineistoa **ristiintaulukoinnilla**, jonka avulla tarkastellaan muuttujien keskinäistä riippuvuutta ja mahdollista sattumaa riippuvuudessa. Ristiintaulukointi antaa vain viitteen riippuvuudesta, mutta on yksinkertaisuudessaan helppo ja tehokas analysointimenetelmä ja pelkkää korrelaatiokerrointa monipuolisempi (Tähtinen ym., 2011, s. 123; Vehkalahti, 2008, s. 80.) Ristiintaulukointi sopii parhaiten käytettäväksi, kun muuttujia on kaksi tai joskus jopa kolme eri luokkaa (Kananen, 2008, s. 49; Tähtinen ym., 2011, ss. 126, 129). Useita vastausluokkia pyritään yhdistämään, mutta tutkijan päätettäväksi jää, miten yksiköitä yhdistää, koska tämä voi johtaa osaltaan virheellisiin tuloksiin (Holopainen, Tenhunen & Vuorinen, 2004, s. 157; Kananen, 2008, s. 49; Tähtinen ym., 2011, ss. 126, 129). E-lomakkeen avulla on mahdollista tehdä kahden muuttujan välistä ristiintaulukointia, mutta SPSS mahdollistaa ristiintaulukoinnin kolmen muuttujan välillä. Kolmen muuttujan välinen asioiden tarkastelu nostaa aineistosta esiin kahden muuttujan välistä ristiintaulukointia moniulotteisempia ja syvällisempiä tulkintoja (Tähtinen ym., 2011, s. 135). Omassa aineistossani pyrin mahdollisimman vähäiseen yhdistämiseen. Valitsin kolmen muuttujan välisen ristiintaulukoinnin, jos kahden muuttujan välinen ristiintaulukointi ei kertonut tutkittavasta ilmiöstä mitään.

Korrelaatiokertoimella (r) voidaan tutkia lineaarisen riippuvuuden voimakkuutta, joka ilmenee joko positiivisena tai negatiivisena välillä -1 – $+1$. Mitä lähempänä arvo on nollaa, sitä

vähemmän korrelaatiota ilmenee. (Kananen, 2008, s. 62; Vehkalahti, 2008, ss. 77–78.) Korrelaatio on voimakasta, kun $r > 0,7$; kohtalaista tai merkittävää, kun $0,3 < r < 0,7$; ja heikkoa tai olematonta, kun $r > 0,3$. Toisinaan yli 50 otoksen aineistoissa hieman alle 0,3 korrelaatio voidaan tulkita kohtalaiseksi (Tähtinen ym. 2011, s. 141.) Korrelaatiokertoimia ovat muun muassa Pearsonin korrelaatiokerroin, jota käytetään muuttujien ollessa välimatka-asteikollisia ja Spearmanin järjestyskorrelaatiokerroin, jota käytetään, kun vähintään toinen muuttujista on järjestysasteikollinen (Holopainen ym., 2004, ss. 173–175). Tutkimuksessani käytin näistä kahdesta aina sitä kerrointa, joka tuotti voimakkaamman korrelaation sekä tilastollisesti merkittävemmän tuloksen. Olen maininnut tuloksen tulkinnan yhteydessä, kumpi kerroin on ollut kyseessä.

Korrelaatiokerrointaulukossa esiintyvä Sig.-arvo ilmaisee erehtymisriskin suuruuden, eli kuinka todennäköinen muuttujien yhteys on perusjoukossa. Arvon ollessa alle 0,05 tarkoittaa se alle viiden prosentin erehtymisriskiä, kun tulos yleistetään koskemaan kokonaista perusjoukkoa. (Holopainen ym., 2004, s. 177; Vehkalahti, 2008, s. 88). Mitä lähempänä arvo on nollaa, sitä merkittävämpi ja tilastollisesti luotettavampi tulos on. Testaustulos on melkein merkittävä, kun $0,01 < \alpha < 0,05$; tilastollisesti merkittävä, kun $0,001 < \alpha < 0,01$ ja tilastollisesti erittäin merkittävä, kun $\alpha < 0,001$. (Holopainen ym., 2004, s. 222; Kananen, 2008, s. 49). Tässä tutkimuksessa olen käyttänyt leipätekstissä Sig.-arvon toista nimeä p-arvo eli lyhennettä p (kts. Vehkalahti, 2008, s. 136). Taulukossa ilmenevä voimakas korrelaatio ei välttämättä kerro tekijöiden riippuvuudesta toisiinsa nähden. Korrelaatiolla ei siis voida todistaa syy-seuraussuhteita, vaan se on yksinkertainen tulkinta riippuvuuksista. (Holopainen ym., 2004, s. 175; Kananen, 2008, s. 44.)

Riippuvuuden lineaarisuutta voidaan tutkia piirtämällä havaintokuvio (Holopainen, ym., 2004, s. 175; Kananen, 2008, s. 44), johon liittyvää **regressioanalyysia** käytetään perusteellisempien tulkintojen muodostamiseen lähtökohtaisesta hypoteesista. Regressioanalyysi ei analysoi syy-seuraussuhdetta, vaan miten selittävän muuttujan vaihtelu vaikuttaa selitettävän muuttujan, eli vastemuuttujan, vaihteluun. Selittäviä muuttujia voi olla useita, mutta selitettäviä muuttujia vain yksi. (Tähtinen ym., 2011, ss. 149–151; Vehkalahti, 2008, ss. 80, 124.) Selittävät muuttujat eivät saa olla toisistaan voimakkaasti riippuvaisia, jonka vuoksi korrelaatio tulee ensin tarkistaa (Tähtinen ym. 2011, ss. 149, 151). Toisin sanoen regressioanalyysissä analysoinnin kohde on vastemuuttujassa, jota tulkitaan selitettävien muuttujien

avulla. Tutkimuksessani olen tarkastellut esimerkiksi ikäluokan vaikutusta oman tyylin tunnistamiseen, missä oman tyylin tynnustaminen on vastemuuttuja ja ikäluokka selittävä muuttuja.

Regressioanalyysi on tarkoituksenmukaista silloin, kun vastemuuttuja on kohtalaisen normaalijakautunut eli symmetrinen ja yksihuippuinen (Vehkalahti, 2008, ss. 125–126). Mitä lähempänä vastaukset sijaitsevat piirretyn havaintokuvion kertoimen viivaa, sitä tarkemmin ennusteet pitävät paikkansa. Tätä tarkkuutta voidaan mitata selityskertoimen (R^2) avulla, joka näkyy piirretyssä havaintokuviossa. (Holopainen ym., 2004, s. 185.) Esimerkiksi kuvissa 17 ja 23 (liite 2) näkyvät toisistaan eroavat havaintokuviot ja niiden selityskertoimet. Kuvassa 17 on huomattavasti enemmän hajontaa kuin kuvassa 23, minkä vuoksi sen vastausmäärät ovat jakautuneet suuremmalle alueelle ja selityskerroin (R^2) on pienempi. Kyseisiin kuviin palaan tulosten luvuissa 9.1 ja 9.3.

6.4 Sisällönanalyysi laadullisena tutkimusmenetelmänä

Laadullinen tutkimus pyrkii ymmärtämään ja selittämään tutkittavaa ilmiötä, jossa aineistoa tarkastellaan kokonaisuutena (Alasuutari, 2011, s. 38; Kananen, 2008, ss. 10–11). Laadullisessa aineistossa eroavaisuudet eri havaintoyksiköiden välillä ovat tärkeitä, sillä niiden ansiosta voidaan tarkastella, mistä eroavaisuudet johtuvat. Kuitenkaan ei ole mielekäästä tehdä aivan loputonta eroavaisuuksista juontuvaa analyysia, vaan havainnoista pyritään muodostamaan mahdollisimman suppeita havaintojen joukkoja. (Alasuutari, 2011, s. 39, 43.) Laadullisessa tutkimuksessa harvoin käytetään laajaa haastattelu- ja kyselymenetelmin kerättyä aineistoa, vaan haastattelut suoritetaan minimaaliselle joukolle. Pertti Alasuutari (2011, s. 39) on sitä mieltä, että laadullisessa tutkimuksessa aineiston kerääminen ja analysointi suurelta joukolta ei ole tarpeen tai mahdollista. Oma aineistoni on tämän vuoksi poikkeuksellinen, koska en rajannut aineistostani erillistä otosta laadulliseen analysointiin. Olen kuitenkin samaa mieltä Alasuutarin (mt., ss. 38–39) kanssa siitä, että ison aineiston tarkastelu on työlästä ja aikaa vievää, mutta halusin tulosten luotettavuuden kannalta säilyttää aineiston kokonaisuutena.

Tutkin aineistoani käyttäen **sisällönanalyysia**. Kyselyni avoimet kysymykset (liite 1, kysymykset 2.4, 3.1, 4.1–2) sekä kuvailut kotivaatetuksesta (liite 1, 2.3) koodasin Atlas.ti-tietokoneohjelman avulla. Aineiston koodaaminen oikeiden koodien alle on tärkeää. Vaikka asia olisi eri tavoin aineistossa ilmaistu, voidaan se koodata saman käsitteen alle. Käsitteiden

tulee olla sellaiset, että kuka tahansa päätyisi samoihin käsitteisiin (Alasuutari, 2011, ss. 120–121). Alkujaan muodostin kustakin koodattavasta kysymyksestä oman PDF-tiedostonsa, jonka siirsin Atlas.ti-ohjelmaan. Säilytin vastaajan järjestysnumeron tekstikenttien yhteydessä, jotta minun oli tarvittaessa mahdollista tarkistaa ja tutkia henkilön muita vastauksia ja muodostaa siten luotettavimpia päätelmiä. Analysoitavia A4-kokoisia sivuja oli yhteensä 90.

Tämän tapaisessa tutkimusaineistossa, jossa tutkimuskohteena on ollut kuka tahansa suomalainen aikuinen, on tutkijalle hyötyä, jos hän tunnistaa ja tietää käsitteiden erilaisia nimityksiä ja kirjoitusasuja. Erityisesti vierasperäiset sanat voidaan kirjoittaa monella eri tavoin, ja aineistossa saattaa ilmetä sanojen lempinimiä ja lyhenteitä. Omasta aineistostani havaitsin esimerkiksi sanoista *college* ja *collegehousut* yhteensä 12 erilaista kirjoitusmuotoa. Kohtasin myös minulle ennestään tuntemattomia nimityksiä, kuten *jegginsit*. Eräs vastaaja on kuvailvasti selittänyt tämän vaatekappaleen näin:

joustavaa farkkukangasta olevat legginsit. Näyttää farkuille, tuntuu legginsille. (v456)

Käsittelin aineistoa induktiivisesti, eli siirryin yksittäisestä käsitteestä kohti yleisempää (Alasuutari, 2011, ss. 40–41; Creswell, 2008, s. 244). Käytännössä tämä tarkoitti sitä, että koodasin aluksi esimerkiksi *hyväntuulisen*, *hauskan* ja *leikittelevän* tyylin omiksi koodeikseen, mutta yhdistin ne myöhemmässä vaiheessa suuremmaksi yksiköksi koodin *hauska* alle. En määritellyt kaikkia koodeja etukäteen, vaan suurin osa koodeista nousi aineistolähtöisesti esiin. Virheiden minimoimiseksi tarkistin lopuksi koodaukset jokaisen henkilön vastauksen kohdalta.

Käyttäen ohjelman automaattista koodausta (*Auto Coding*) minun oli helppo etsiä vastauksista tiettyjä sanoja ja nopeuttaa omaa tehtävääni. Saman toiminnoin suoritin myös määrällisesti eniten vastattujen väittämäkysymysten kommentointikentän vastauksille. Atlas.ti-ohjelmassa on mahdollista tarkastella tiedostoja rinnakkain ja täten tehdä syvällisiä analyyssejä. Itse tarkastelin muun muassa kysymysten *3.1 Kuvaile pukeutumistyylysi* sekä *3.3 Kuinka määrittelet rennot vaatteet* yhteyttä toisiinsa siten, että jos vastaaja määritteli olevansa tyyliltään rento, tarkistin hänen määritelmänsä rennosta pukeutumisesta.

Laadullisen aineiston analysointi onnistuu helposti määrällisin menetelmin, mutta omassa tutkimuksessani analysoin määrällistä aineistoa myös laadullisin menetelmin, eli sisälönanalyysin avulla. Tämän toteutin siten, että tutkin määrällisen aineiston tuloksista saatuja poikkeuksia tarkemmin. SPSS-ohjelman avulla selvitin poikkeavien vastaajien järjestysnumerot, jotka syötin e-lomakkeen hakukenttään. Vastaajan lomaketta tarkastelin kokonaisuutena ja loin henkilöstä profiilin omiin muistiinpanoihini. Fiktiivinen esimerkkiprofiili on luettavissa profiilista 1 (liite 4). Samanlaista profilointia käyttivät Christopher Day, Pam Sammons ja Qing Gu (2008, s. 336) omassa tutkimuksessaan. Koodasin nämä aineistostani luodut profiilit ja vertailin niitä keskenään. Otin huomioon henkilöiden koko elämän sekä tarkastelin mahdollisia yhteispiirteitä profiilien keskuudessa. Tätä toimintoa en toteuttanut kaikkien kysymysten kohdalla aikarajoitteiden vuoksi, vaan keskityin mielenkiintoisiin tapauksiin.

6.5 Kyselylomakkeen laadinta

Lomaketta laadittaessa on syytä ottaa huomioon analyysimenetelmät sekä kuinka tulkintoja muodostetaan, ja niiden vaatimukset (Plano Clark & Badiee, 2010, s. 276; Tähtinen ym., 2011, s. 22). Monimenetelmällisyyteen perustuen tein sähköisen kyselylomakkeen eli e-lomakkeen (liite 1). E-lomakkeen etuja on, että siitä ei koidu tutkijalle kustannuksia, ja se tavoittaa ihmiset laajalta alueelta. Halusin kartoittaa suomalaisten aikuisten pukeutumista kattavasti kaikkialta Suomesta, joten e-lomake sopi tähän tarkoitukseen erinomaisesti.

Muodostin lomakkeen kysymykset teorian, yleisten olettamusten sekä omien hypoteesieni perusteella. Yleisiin olettamuksiin kuuluu aiemmin luvuissa 1 ja 5.4 mainitsemani karkeat yleistyksiset suomalaisten pukeutumistyyleistä, ja omiin hypoteeseihini muun muassa pukeutumisen vaikutustekijät. Koska tutkin pukeutumista sen rentoudesta käsin, keskityin kysymyksissä rentoina miellettyyn pukeutumiseen sekä konkreettisiin vaatekappaleisiin. En siis tarkistanut vastaajan mielipidettä kysymällä samaa asiaa käänteisesti; 2.2 *Käytätkö lenkkareita tai tennareita versus Käytätkö korkokenkiä*. Korkokengät eivät ole yleisesti rennoksi miellettyjä jalkineita, ja jos henkilö ei käytä lenkkareita, käyttää hän muita kenkiä.

Kysely koostui pääosin väittämäkysymyksiä, joiden vastausvaihtoehdon tutkimukseen osallistuva valitsi seitsemän- tai kahdeksanportaiselta Likert-asteikolta. Näiden kysymysten painopiste oli määrällisen aineiston keruussa. Jokaisen väittämäkysymyksen yhteydessä oli

avoin kommentointikenttä vastauksen tarkennuksen mahdollistamiseksi. Laadullisen aineiston keruuseen keskityin muutamilla avoimilla kysymyksillä (liite 1, 2.4, 3.1, 4.1–2) ja kommentointikenttien vastauksilla.

Asetin alaikärajaksi kyselyyn osallistumiselle 20 vuotta, koska sen ikäisten identiteetti on valtaosin kehittyneempää kuin sitä nuorempien. En halunnut rajata vastaajia täysi-ikäisiin, sillä 18-vuotiaat yleisesti ottaen ovat toisen asteen opiskelijoita, ja oletan, että suurimmalla osalla heistä ei ole omavaraista taloutta. Lisäksi Ruohonen (2001) tutki kyseistä ikäluokkaa omassa tutkimuksessaan. En halunnut asettaa alaikärajaksi myöskään 25 vuotta, jolloin kyselystä olisi voinut karsiutua suurin osa opiskelijoista ja nuorista työntekijöistä pois. Nuoret ovat tärkeä osa suomalaista yhteiskuntaa, ja heidän vaikutustaan pukeutumiskulttuuriin ei voi olla täysin huomioimatta. Halusin tutkimukseni kuitenkin kohdentuvan työikäiseen väestöön, sillä suomalaisen pukeutumisen mielikuvat liitetään usein keski-ikäisiin henkilöihin nuorten opiskelijoiden sijaan.

Kaikkiin kysymyksiin vastaaminen oli täysin vapaaehtoista. Vapaaehtoisuuden ansiosta vastaajalla oli mahdollisuus luoda kyselyyn yleiskatsaus sekä liikkua osioiden välillä. Jätin tietoisesti mielipidevastauksista *en osaa sanoa* -vaihtoehdon pois, sillä ajattelin saavani siten laadukkaampaa tietoa. Vastaajalla oli mahdollisuus valita *en samaa enkä eri mieltä* -vaihtoehto, joka ei ole synonyymi *en osaa sanoa* -vaihtoehdolle. *En osaa sanoa* merkitsee, että vastaaja ei välttämättä tiedä mitä kysytään, mutta *en samaa enkä eri mieltä* -vaihtoehtoon vastaajalla on neutraali mielipide. (Kananen, 2008, s. 24; Vehkalahti, 2008, s. 36.) Avoimet kysymykset, jotka koskivat vaatteiden rentoutta ja mukavuutta (liite 1, 4.1–2), sijoittelin omalle sivulleen puoliväliin kyselyä, sillä halusin vastaajien kirjoittavan näihin, mutta en halunnut pakottaa niihin vastaamista.

Kyselylomakkeen testaus on oleellinen osa kyselyissä ja lomakehaastatteluissa, jotta kirjoitusvirheet ja epäselvät ilmaisumuodot voidaan korjata ennen varsinaista otosta (Kananen, 2008, s. 12; Tähtinen ym., 2011, ss. 22, 24). Ensimmäistä versiota kyselystäni testasivat samaan tutkimusseminaariin kuuluvat henkilöt sekä työni ohjaaja. Saadun palautteen perusteella korjasin lomakkeen epäjohdonmukaisuuksia ja poistin tutkimuksen kannalta epäoleellista informaatiota sekä muutamien vastauksien pakotteet, jotta kyselystä tuli vastaajalle mieluisampi käsitellä (Tähtinen ym., 2011, s. 24). Korjatun lomakkeen testasivat kymmenen

tuttavaani, jotka erosivat toisistaan asuinpaikkakunniltaan, koulutustaistoiltaan ja elämäntilanteiltaan. Erilaisten taustojensa ansiosta he edustivat hyvin varsinaista tutkimusaineistoa (Tähtinen ym., 2011, s. 22), joka koostuu suomalaisesta aikuisväestöstä. Ryhmän antamien palautteiden sekä tuloksista tekemiäni testianalyysien perusteella korjasin viimeiset kyselylomakkeen virheet, ja tein lomakkeesta niin ymmärrettävän kuin mahdollista. Lomakkeeseen jäi virheitä, jotka huomasin vasta päiviä julkaisun jälkeen. Näitä virheitä oli kuitenkin mahdollista korjata julkaistuun kyselylomakkeeseen.

6.6 Kyselylomakkeen osiot

Jaoin kyselyn (liite 1) kahdeksan eri osiota omille sivuilleen, koska kysely olisi ollut muutoin pitkä. Siten uskoin saavuttavani suuremman vastausmäärän. Jokainen sivu keskittyi yhteen asiakokonaisuuteen. Tämän kaltainen asiakokonaisuuksien järjestely on vastaajalle helpompi jäsentää (Tähtinen ym., 2011, ss. 23–24). Ensimmäisessä osiossa, *1. Taustatiedot* (liite 1, 1.1–10) kartoitin vastaajan ikäryhmää, asuinpaikkaa, perhesuhteita, koulusta sekä työelämä tietoja. Nämä olivat ristiintaulukoinnin ja vaikutustekijöiden kannalta oleellisia tietoja (Holopainen ym., 2004, s. 157). Analysoin taustatekijöistä saatuja tuloksia seuraavassa luvussa 6.7.

Toisessa osiossa, *2. Käyttövaatteet* (liite 1, 2.1–4), keräsin väittämäkysymysten (liite 1, 2.1–3) avulla tietoa, millaisia vaatteita ja vaatekappaleita henkilö käyttää ja kuinka usein. Mainitsemani vaatekappaleet olivat hypoteesieni mukaisia ja teoriaan pohjautuvia rennoiksi oletettuja vaatteita, kuten farkut, collegekankaiset, leggingsit, verryttelyhousut eli verkkarit ja vapaa-ajan erilaiset jalkineet. Jaoin sisä- ja ulkovaatteet omiksi ryhmikseen, mutta en tehnyt jakoa kesä- ja talvivaatteille pitääkseni kyselyn lyhyempänä. Vuodenaikojen mukaista pukeutumistaan oli vastaajan mahdollista tarkentaa kommentointikentässä. Osion lopussa oli avoin kysymys mielivaatetuksesta (liite 1, 2.4).

Kolmannen osion, *3. Pukeutumistyyli* (liite 1, 3.1–3) keskiössä oli henkilön pukeutumistyyli ja vaatteiden merkityksellisyys hänelle. Osion alussa pyysin vastaajaa kuvailemaan omaa pukeutumistyyliään lyhytsanaisesti. Tämän kysymyksen perusteella tutkin vastaajien määritelmiä heidän omasta pukeutumistyylistään. Osion muut kysymykset koostuivat väittämistä ja mielipiteistä, joiden avulla tarkastelin vastaajan pukeutumistyyliä kokonaisuutena. Osioiden 2 ja 3 tuloksista kirjoitan luvussa 7 pois lukien mielivaatteet, joihin keskityn luvussa 8.6.

Kyselyn puolivälissä, osiossa 4. *Rentous ja mukavuus* (liite 1, 4.1–2), vastaaja sai vapaasti ilmaista, miten hän määrittelee rennon ja mukavan pukeutumisen tai pukeutumistyylin. Nämä kysymykset olivat tutkimuksen ydin, joten ne olivat myös tärkeimmät kysymykset. Niiden avulla tutkin vastaajan näkökulmaa rentoon ja mukavaan pukeutumiseen suhteessa muiden osioiden väittämäkysymyksiin, kuten 3.3. *Pukeudun rennosti* tai *Pukeudun mukavasti* asteikolla *en koskaan–aina*. Määritelmät mahdollistivat myös rinnakkaisvertailun vastaajan pukeutumistyylin kuvailun kanssa edellisessä luvussa 6.5 esittämäni toimintamallin mukaisesti.

Vaatteiden miellyttävyyttä ja vaikutuksia henkilön olotilaan kysyin osiossa 5. *Vaatteiden miellyttävyys* (liite 1, osio 5) Osion avulla vahvistin johtopäätöksiäni ja tarkistin henkilön suhdetta mukavaksi miellettyyn pukeutumiseen sekä hänen pukeutumistyyliinsä tutkimalla esimerkiksi vaateen miellyttävyyden riippuvuutta suhteessa kotivaatteisiin tai epämukavan tuntuisen vaateen käytön riippuvuutta suhteessa juhlapukeutumiseen. Osioden 4 ja 5 vastauksia analysoin luvussa 8.

Osiossa 6. *Vaikutustekijät* (liite 1, osio 6) oli mielipideväittämiä erilaisista pukeutumiseen vaikuttavista tekijöistä, jotka perustuivat omiin olettamuksiini sekä luettuun teoriaan. Kyseisiin vaikutustekijöihin määrittelin muun muassa työn, perheen, harrastukset, sään, vaateen valmistusprosessin ja materiaalin. Vastauksessaan henkilö merkitsi omaa mielipidettään lähinnä kuvaavan vaihtoehdon. Uskon vapaa-ajan olevan yksi tärkeimmistä tekijöistä pukeutumistyyliin, jonka vuoksi pyysin vastaajaa tarkentamaan kolme hänelle tärkeintä harrastustaan osiossa 7. *Harrastukset* (liite 1, 7.1–2). Harrastukset ilmentävät ihmisten identiteettiä ja habitusta. Käytin osioiden 6 ja 7. tietoja määrällisen aineiston selittävinä muuttujina osiossa 1. saatujen taustatietojen lisäksi.

Viimeisessä osiossa, 8. *Lopuksi* (liite 1, 8.1–2) kartoitin henkilön vaatteidenostopaikkoja. Ostopaikan oletin olevan tärkeä tekijä suhteessa pukeutumistyyliin. Ostopaikoissa minua kiinnosti muun muassa mistä haja-asutusalueella asuvat henkilöt hankkivat vaatteensa ja mikä on heidän suhteensa verkkokauppaan tai mikä merkitys kierrätyksestä ostetulla vaatteella on henkilön tyyliin. Ihan viimeisenä kyselyssä oli avoin kommentointikenttä palautteelle ja vastaajan kommenteille. Palautetta annettiin vähänlaisesti, ja suurin osa siitä koostui

kannustusviesteistä. Tulosten yhteydessä ja tutkimuksen arvioinnissa luvussa 10 olen maininnut, jos palautteessa oli annettu tutkimuksen tai vastauksen kannalta oleellista tietoa. Tarkastelen osioiden 6–8 tuloksia luvussa 9.

Tuloksissa olen kirjoittanut käsittelemäni kysymyksen perään sulkuihin, mistä kysymyksestä on ollut kyse, esimerkiksi: (liite 1, 3.3). Tämä tarkoittaa, että kysymys on luettavissa liitteistä 1, osiosta 3, kysymyksestä 3. Kyseisessä kysymyksessä voi olla monta väittämää, sillä en ole jokaista väittämää numeroinut omana vaihtoehtonaan. Joissakin osioissa ei ole kuin yksi kysymysalue, minkä vuoksi esitän sen muodossa: (liite 1, osio X). X-kirjain vastaa osion numeroa.

6.7 Kyselylomakkeen levitys ja tutkimusaineisto

Jaoin linkin kyselyyn omalla Facebook-tililläni 24.02.2015. Määrittelin julkaisun julkiseksi, jotta kenellä tahansa oli mahdollisuus vastata siihen. Facebookin lisäksi julkaisin linkin omassa julkisessa käsityöaiheisessa blogissani sekä omalla julkisella Instagram-tililläni. Kehotin Facebookin saatesanoissani jakamaan linkkiä eteenpäin, jotta kysely tavoittaisi ihmisiä ympäri Suomen. Kun kysely oli ollut avoin viikon ajan, jaoin linkin Helsingin yliopiston käsityöopettajiksi opiskelevien ainejärjestön, Tekstiilarit ry:n, Facebook-ryhmässä.

Jätin tietoisesti lähettämättä kyselyn Helsingin yliopiston sähköpostilistoille, sillä halusin aineiston koostuvan enimmäkseen työikäisen väestön vastauksista ympäri Suomen. Ajattelin, että Helsingin yliopiston sähköpostilistojen kautta vastanneet henkilöt olisivat pääosin asuneet pääkaupunkiseudulla, ja heidän olevan opiskelijoita, minkä vuoksi tulokset olisivat saattaneet suhteessa muihin vastaajiin vääristyä. En voi kuitenkaan tietää, olisinko tätä kautta saavuttanut enemmän muuta väestöä Suomesta, mutta kyseisessä vaiheessa olin saanut vastauksia jo yli kolmesataa. En sähköpostittanut tai jakanut kyselylomakkeen linkkiä minkään muun organisaation tai yrityksen listoille tai sivuille. Kyselyn oltua yli viikon auki, muistutin siitä omia ystäviäni Facebookissa, sillä joltain oli saattanut ensimmäisellä kerralla jäädä kysely huomaamatta. Samalla mainitsin vastausaikaa olevan jäljellä muutaman päivän. Kyselyyn oli mahdollista vastata 24.2.–10.3.2015.

Kyselylomakkeen huonoihin puoliin kuuluu, että vastaaja voi harvoin lomaketta täyttäessään selventää kysymystä (Tähtinen ym., 2011, s. 21). Vaikka kyselyssäni ohjeistin vastaajia tar-

koin, huomasin palautteiden ja kommenttien perusteella, että joillakin oli jäänyt epäselvyyksiä joistakin kysymyksistä, minkä vuoksi vastaaja oli vastannut väärin tai ei ollenkaan. Paikkasin kyseisiä virheellisiä ja puuttuvia tietoja parhaaksi katsomallani tavalla, jotta vastauksien eräkatot jäi mahdollisimman pieneksi. Paikkaus vaikuttaa tulosten parempaan luotettavuuteen (Vehkalahti, 2008, s. 81). Sain paikattua osan muuttujista luotettavasti väittämäkysymysten kommentointikentän vastausten ansiosta, mutta osan kohdalla jouduin tarkastelemaan henkilön muita vastauksia ja tekemään paikkauspäätökset niiden perusteella. En voinut paikata kaikkia muuttujia, joita olivat muun muassa henkilön ammattiala, ammattitaste tai vaatteiden käyttötiheydet tai oman tyylin tunnistaminen.

Kyselyä jakoi Facebookissa yhteensä 82 ihmistä, joista 20 oli omia ystäviäni. Vastauksia sain kaikkialta Suomesta yhteensä 521 kappaletta. Yksi vastaus oli kokonaan tyhjä, joten lopulliseen aineistoon sisältyi 520 vastausta. Olin jaotellut asuinmaakunnat kyselyssä sen hetkisen virallisen jaotellun mukaan, joka muodostui kaikkiaan 19 eri maakunnasta (liite 1, 1.4). Päätin yhdistää maakuntia tulosten tarkastelun mielekkyyden vuoksi, koska esimerkiksi Kainuusta sain vain yhden vastauksen. Uusiksi luokiksi muotoutuivat: Uusimaa, Etelä-Suomi, Itä-Suomi, Länsi-Suomi, Lappi sekä Ahvenanmaa. **Etelä-Suomeen** liitin Pirkanmaan, Kanta- ja Päijät-Hämeen sekä Kymenlaakson. **Itä-Suomi** koostui Etelä- ja Pohjois-Karjalasta sekä Etelä- ja Pohjois-Savosta. **Lappia, Ahvenanmaata** ja **Uusimaata** käsittelevä tutkimuksessa sellaisenaan, joten **Länsi-Suomeen** sisältyivät loput maakunnat eli Varsinais-Suomi, Pohjanmaa, Etelä-, Keski- ja Pohjois-Pohjanmaa, Kainuu, Satakunta sekä Keski-Suomi.

Nämä uudet luokat vastaavat vastausmääriltään lähestulkoon Suomen väestöjakauman rakennetta. Suomen väestöjakauma eroaa jonkin verran omasta jaostani, koska Tilastokeskus on laskenut väestöön myös lapset ja nuoret. Muodostamani uusi jaottelu on kuitenkin järkevämpi ja lähempänä totuutta, kuin jos olisin analysoinut maakunnat sellaisinaan. Taulukossa 1 (s. 44) näkyy vastaajien luokittuminen jaotelluni mukaan. Taulukossa esiintyvän todellisen prosentuaalisen väestöjakauman olen laskenut Tilastokeskuksen (2015) lukujen perusteella. Merkittävimmän poikkeaman muodostaa Uusimaa, jossa todellisen prosenttiosuuden mukaan asuu 30 prosenttia väestöstä, kun heitä vastanneista on 44 prosenttia (n=230). Myös Länsi-Suomi poikkeaa todellisuudesta 13 prosenttiyksikköä, Etelä-Suomi hieman. Itä-Suomi, Lappi ja Ahvenanmaa vastaavat omassa aineistossani lähes todellista jakaumaa.

Taulukko 1. Vastaajien osuus maakunnittain (kysymys 1.4) tiivistämäni jaottelun mukaan.

Vastaajat maakunnittain				
		n	%	Todellinen väestöjakauma %
Maakunta	Uusimaa	230	44,2	29,5
	Etelä-Suomi	81	15,6	19,4
	Itä-Suomi	59	11,3	12,8
	Länsi-Suomi	120	23,1	36,0
	Lappi	23	4,4	3,3
	Ahvenanmaa	7	1,3	0,5
	Yhteensä	520	100,0	100,0

Kaikki seuraavat tässä luvussa käsittelemäni kysymykset ovat osion 1 (liite 1) kysymyksiä. Kaupungissa tai lähiössä asuu vastaajista noin kolme neljännestä (77 %, n=402), taajamassa tai kirkonkylässä reilu kymmenes (12 %, n=64) ja haja-asutusalueella lähes saman verran (11 %, n=54). Vastaajien ikäjakaumaan suhteutettuna vain noin neljännes (27 %, n=139) henkilöistä on yli 40-vuotias, vaikka koko Suomen väkiluvun huomioiden yli 40-vuotiaat vastaavat väestöstä noin puolta (48 %, n=2 649 810) (Tilastokeskus, 2015). Sen sijaan 31–40-vuotiaiden osuus tutkimuksessani korostuu silmiinpistävästi, sillä heitä on kyselyyn vastanneista melkein puolet (44 %, n=227). Heidän osuutensa on merkittävä siksi, koska kysely oli jaettu Facebookissa, ja koska kuulun itse kyseiseen ikäryhmään, on Facebookin ystäväpiirini pääasiassa samaa ikäluokkaa ja vastaavasti heidän ystävänsä. Valtaosa (76 %, n=390) vastaajista elää avo- tai avioliitossa, vajaa kymmenes (9 %, n=46) seurustelusuhteessa ja loput (15 %, n=79) ovat sinkkuja. Lapsia on vajaalla puolella (42 %, n=217), ja lasta odotti kyselyhetkellä seitsämän henkilöä (1 %).

Normatiivinen sukupuolinen kahtiajako ja sen epätasa-arvoinen käyttö muihin sukupuoliin nähden on ollut viime vuosina enenevässä määrin esillä. En halunnut kyselyssäni tehdä kyseistä kahtiajakoa, joten vastaajilla on ollut mahdollisuus valita myös kolmas sukupuoli, *Muu*. Mielestäni tällä muun sukupuolen edustavuudella on pukeutumista ajatellen merkitystä. Teorian pohjalta luodun hypoteesini mukaan miesten pukeutumisessa rentous ilmenee naisia selvemmin, joten halusin tutkia, mihin kolmannen sukupuolen edustajat sijoittuvat. Kyselyyn on vastannut kolmannen sukupuolen edustajia vain viisi henkilöä (1 %), joten tilastollisia yleistettävyyksiä en ole heidän pukeutumisestaan voinut tehdä, mutta en ole sulkenut heitä kyselystä pois tai yhdistänyt muiden kategorioiden kanssa. Naisten vastauksia on selvä enemmistö (81 %, n=422) ja miesten lähes viidesosa (18 %, n=92).

Korkeimman koulutuksen suhteen on vastaajien kesken hajontaa. Kyselyssä luokittelin koulutusvaihtoehdot tarkasti, mutta tulosten tarkastelua varten yhdistin luokkia tilastollisen luotettavuuden vuoksi. Yksi vastaaja on merkinnyt, että hänellä ei ole mitään mainituista koulutuksista. Ainoana ryhmässään olen yhdistänyt hänet peruskoulun ja kansakoulun kanssa samaan luokkaan nimeltä Peruskoulu. Heitä on kyselyyn vastanneista yhteensä 4 prosenttia (n=22). Toisen asteen koulutus -kategoriaan olen sisältänyt lukion, ammattikoulun sekä opistokoulutuksen. Heitä on aineistossa 30 prosenttia (n=153). Toisin sanoen noin kolmannes, eli 34 prosenttia (n= 175), aineistossani on suorittanut korkeintaan toisen asteen tutkinnon. Lukio poikkeaa yleissivistävällä koulutuksellaan muista toisen asteen koulutuksista, mutta henkilö voi suorittaa ammattikoulussa myös ylioppilastutkintoa. Ruohonen (2001) oli keskittynyt omassa tutkimuksessaan lukiota ja ammattikoulua käyvien henkilöiden pukeutumisen eroavaisuuksiin, joten sen vuoksi olen omassa tutkimuksessani yhdistänyt nämä luokat keskenään. Ammattikorkeakoulusta olen muodostanut oman kategoriansa, jonka mukaan kyseisen tutkinnon on suorittanut 22 prosenttia (n=116) kyselyn henkilöistä. Yliopistotutkintoon olen sisällyttänyt sekä alemman että ylemmän korkeakoulututkinnon. Yliopiston suorittaneita on aineistossani eniten, 41 prosenttia (n=213). Liseniaatin ja tohtoritutkinnon suorittaneista olen muodostanut yhtenäisen luokan, mutta heitä on silti vain 3 prosenttia (n=16) vastaajista.

Tutkimusaineisto koostuu valtaosin päätoimisesti työssäkäyvistä henkilöistä, joita on reilu puolet (65 %, n=338). Päätoimisia opiskelijoita on alle viidesosa (15 %, n=77). Työttömiä on vajaa kymmenes (7 %, n=38), ja yhden henkilön erolla saman prosenttiosuuden muodostavat yhteensä vanhempainlomalla (n=15) tai hoitovapaalla (n=24) olevat henkilöt. Eläkeläisiä on aineistossa edustettuna vähemmistö (3 %, n=14). Sama määrä henkilöitä on jättänyt kohdan tyhjäksi.

Ammattikunnista niin ikään olen muodostanut suurempia luokkakategorioita seuraavasti: kaupallinen ala, kotona olevat (työttömät, eläkeläiset ja kotiäidit), kasvatus- ja opetusala, kulttuuri- ja taideala, tekniikka ja liikenne (teollisuuden eri alat ja kuljetusala), matkailu- ja ravitsemusala, sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala, yhteiskunta ja laki, ympäristö ja luonnontieteellinen sekä tyhjät. Eniten vastauksia sain kasvatus- ja opetusosalta heidän edustaessa lähes viidennestä (19 %, n=100) vastaajista. Toiseksi eniten (17 %, n=86) ovat vastanneet tekniikan ja liikenteen alan henkilöt. Vähiten (2 %, n=12) on tyhjiä vastauksia, mutta aloilta pienin edustus on matkailu- ja ravitsemusalalta (4 %, n=19).

7 Tyyli ennen kaikkea

Tyyli on harvoin pysyvä olomuoto, sillä sitä voidaan vaihtaa jopa päivittäin. Tyylejä on monia erilaisia, jotka ovat tilanteeseen sidottuja. Tyyli muokkautuu ajan kuluessa henkilön kasvamisen ja muotien myötä. Elämän suuret muutokset voivat niin ikään vaikuttaa tyyliin. Tässä luvussa käsittelen aineistossa valtaosin esitettyjä erilaisia tyylejä edeten luvun 7.1 tavallisista tyyleistä luvun 7.2 käytännölliseen pukeutumiseen. Luvussa 7.3 kirjoitan tulosteni pohjalta suomalaisten perusvaatetuksesta. Muotipukeutumisesta ja sen ilmenemisestä suomalaisten arkipukeutumisesta kirjoitan luvussa 7.4. Luku 7.5 käsittelee tuloksia, joita olen saanut tilannesidonnaisesta pukeutumisesta.

7.1 Tyylitön, tylsä ja tavallinen

Oman tyylinsä tunnistavat (liite 1, 3.2) lähes kaikki aineiston henkilöt, joista vain 2 prosenttia (n=12) sanoo, että ei tiedä omaa tyyliään. Oman tyylinsä tunteville henkilöille ovat vaatteet merkityksellisiä, ja heidän pukeutumistyyliinsä vaihtelee tilanteiden mukaan (liite 1, 3.2). He myös pukeutuvat muita useammin tyylillisesti toisiinsa sopiviin vaatteisiin (liite 1, 3.3). Tyyliä voidaan rikkoa myös tietoisesti:

Rikon tahallisesti kaavaa. (v55)

53 prosentille (n=275) kyselyyn vastanneista vaatteet ovat jossain määrin merkitykselliset, ja peräti 85 prosenttia (n=427) vastaajista välittää, miltä näyttää kodin ulkopuolella. Pukeutuminen on siis suomalaisille tärkeää muutoin paitsi kotona, jolloin päälle puetaan usein jotain epämuodollista. Tähän palaan luvussa 8.5.

Olen koostanut aineistosta koodauksieni perusteella henkilöiden kuvailemia tyylejä taulukkoon 8 (liite 3). Käsittelen tässä luvussa taulukossa mainittuja tyylejä, joten en viittaa taulukkoon erikseen. Tyyliden määrä on korkeampi kuin kysymykseen ja kyselyyn vastanneiden määrä, koska jotkut ovat kuvailleet omaavansa useita tyylejä. Tyhjiä vastauksia, eli eräkatot, on 7 prosenttia (n=34). Kyseisestä taulukosta on korostettu kolme eniten mainintaa saanutta tyyliä.

Enemmistö aineiston henkilöistä, eli 31 prosenttia (n= 162), mainitsee tyylinsä olevan rento. Toiseksi eniten, 12 prosentissa (n=60) vastauksista, tyyli määritellään mukavaksi. Tämän vuoksi oli aiheellista kysyä henkilöiltä kyseisten käsitteiden määritelmät, jotta eroavaisuuksien tarkasteleminen oli helpompaa. Rennon tyylin yhteydessä moni mainitsee pukeutuvansa

myös siististi, mikä tässä asiayhteydessä on synonyymi sanalle *asiallinen*. Tarkoittaako tämä, että rentoa tyyliä ei yleisesti ottaen mielletä siistiksi, jonka vuoksi sen siisteyttä tulee korostaa? Näihin ajatuksiin palaan luvussa 8.

Kolmanneksi eniten eli tavalliseksi tyylinsä kuvailee 9 prosenttia (n= 45) vastaajista. Lukuun olen sisällyttänyt myös henkilöt, jotka kuvailevat omaa tyyliään arkiseksi ja neutraaliksi. Tavallisen pukeutumisen yhteydessä mainitaan pukeutumisen olevan huomaamatonta peruspukeutumista. Tavallisen käsite voi tosin tarkoittaa mitä vain. Tarkasteltuani tavalliseen tyylin pukeutuvien käyttövaatteita ilmeni, että tässä yhteydessä tavallinen peruspukeutuminen merkitsee tennareita tai lenkkareita, farkkuja, t-paitaa, neuletta sekä collegekankaisia vaatteita. Syvennyn tähän aiheeseen luvussa 7.3.

Kyselyyn vastanneista 2 prosenttia (n=8) kuvailee olevansa tyyliä. Tämä voidaan luokitella omaksi tyylikseen, sillä vastaajilla on omasta mielestään tyyliä. He tuskin kulkevat ilman vaatteita, joten pukeutuminen itsessään edustaa eräänlaista tyyliä. Tyyliä voi myös tässä yhteydessä merkitä vastaajalle joko vastakohtaa sanalle tyylikäs tai että hän pukeutuu miettimättä sen syvällisemmin, mitä laittaa päälleen:

Ei minkäänlaista [tyyliä], puen sitä mitä minulla on. (v241)

Sen sijaan tyylikkääksi tyylinsä ilmoittaa 8 prosenttia (n=39) vastaajista. Joukossa on kaikkien sukupuolien edustajia. Heistä valtaosalla on korkeakoulututkinto, ja heistä lähes kaikki työskentelevät korkeassa ammattiasemassa. Tyylikkyyden yhteydessä mainitaan myös adjektiivit *siisti* (8 %, n=39), *ajaton* (3 %, n=13) sekä *klassinen* (8 %, n=40). Honkavaaran (2003, s. 280) aineistossa esiintyy niin ikään termi siisti. Suomalaiset arvostavat toisin sanoen ajanjaksosta riippumatta pukeutumisen siisteyttä, mikä voidaan käsittää myös tyylikkääksi.

Tyyllittömyyden kanssa synonyyminomaisesti voi ymmärtää vastaukset, joissa henkilöt ovat suoraan todenneet, että heidän tyylinsä on hukassa. Kyseisiä henkilöitä on vain kaksi. He edustavat kolmenkymmenen ikävuoden molemmin puolin olevia kaupunkilaisia naisia, joiden tämän hetkiset elämänvaiheet määrittelevät heidän pukeutumistaan; toinen on juuri saanut lapsen ja on hoitovapaalla, toinen on opiskelija. Oletan heidän elämäntilanteidensa vaikuttavan hukassa olevaan tyyliin, sillä molempien henkilöiden mukaan varallisuus asettaa

rajoitteet heidän pukeutumiselleen. He eivät ehkä voi ostaa, mitä haluavat. Arvelen elämäntilanteiden vaikuttavan heidän tyyliinsä, koska oletan heidän pääprioriteettiensa tällä hetkellä olevan muualla kuin pukeutumisessa. On siis perusteltua olettaa, että kadoksissa oleva tyyli on löydettävissä, sillä vastaajat olisivat käyttäneet muutoin toisenlaisia ilmaisia.

Tyyliinsä tylsäksi tai tylsäköksi ilmoittaa kymmenen vastaajaa (2 %). Tutkin heidän koko kyselylomakkeensa perusteellisesti, koska halusin tietää, onko henkilöillä yhteisiä tekijöitä tylsäksi kuvailemansa tyylin suhteen. Yksityiskohtaisempi näiden henkilöiden yhteisprofilointi on luettavissa profiilista 2 (liite 4). Huomattavaa on, että jokaisella heistä on jonkin asteen korkeakoulututkinto ja he ovat yli 30-vuotiaita. Lähes kaikki ovat naisia, joiden ammattialat ovat miesvaltaiset kolme henkilöä lukuunottamatta. Kivimäen (2003, s. 252) sekä E. Heikkilän (2015, ss. 57–62) mukaan naisen työpukeutuminen riippuu siitä, kuinka he itse ja ympäristö heidät kategorisoivat ammattiinsa nähden. Siksi tutkimukseni henkilöiden voi olettaa pukeutuvan miehisesti, jotta heidän oma naiseutensa ei korostu miehisessä ympäristössä. Tavallinen ja tylsä ilmenevät tulosten perusteella suomalaisten pukeutumisessa lähes samanlaisina, sillä samat profiilin 2 (liite 4) yleistyksen pätevät moniin, jotka kuvailevat omaa tyyliään tavalliseksi.

Vastakohtana tylsälle pukeutumiselle voidaan pitää hauskaa ja leikkimielistä pukeutumista. Näitä huumorimielisiä ja hyväntuuliseksi omaa pukeutumistaan kuvailevia henkilöitä on aineistossa kahdeksan (2 %). Mustan ja tummanpuhuvan graafisen tyylin omaavia henkilöitä on yllättäen vain 3 prosenttia (n=18), joten kaikki eivät pukeudu harmaaseen massaan, vaikka Miettinen (2014) kirjoituksessaan oli sitä mieltä (vrt. myös Ruohonen, 2001, s. 100). Värikkääksi omaa pukeutumistaan kuvailee vastaajista peräti 6 prosenttia (n=30), joista puolestaan 63 prosenttia (n=19) sanoo tuntevansa oman tyyliinsä. Väriä käyttävien joukossa on kolme miestä ja kaksi muun sukupuolen edustajaa. Yhteistä, ja jopa erikoista, värikkäisiin vaatteisiin pukeutuville on, että heidän tärkeimpiin harrastuksiinsa eivät suinkaan kuulu urheilu ja liikunta, vaan valtaosa heistä harrastaa käsitöitä, musiikkia, taiteita, lukemista sekä elokuvia ja televisiota. Toisin sanoen heidän harrastuksensa ovat lähempänä korkeakulttuuria kuin populaariseksi miellettyä urheilua, ja vain naiset mainitsivat liikunnan tärkeimmissä harrastuksissaan. Tähän palaan luvussa 9.3.

Rockhenkinen pukeutuminen mielletään ehkä joksikin muuksi kuin tylsäksi ja tavalliseksi pukeutumiseksi, mutta toisaalta se on suomalaisten keskuudessa erittäin tavallista kun tarkastelee nykypäivän katukuvaa. Rockhenkiseksi tyyliä määrittelee 3 prosenttia (n=16) vastaajista. Rockhenkisyys tulee esille myös kyselyn muissa osioissa, joissa se on mainittu edellisen lisäksi 3 prosentin (n=14) vastauksissa, ja mielivaatetuksenaan (liite 3, taulukko 19) sen on maininnut 4 prosenttia (n=19) vastaajista. Mielestäni kuitenkin rockhenkisyys nousee aineistosta konkreettisia mainintoja vahvemmin esille. Tähän vaikuttaa se, että näkemyseni mukaan maihinnousukengät, mustat reisitaskuhousut, tiukahkot farkut tai trikoo-housut yhdistettynä t-paitaan tai löysähköön yläosaan edustavat rockhenkistä pukeutumista, vaikka vastaajat eivät välttämättä miellä omaa tyyliään kyseiseksi vaan esimerkiksi rennoksi. En näitä mainittuja omia mielikuvia koodannut rockhenkiseksi tulosten luotettavuuden vuoksi. Rockhenkinen tyyli voi siis edustaa tänä päivänä jotain muuta, kuin millaiseksi se vuosikymmeniä sitten miellettiin, mutta se on lähtöisin 1980–90-lukujen musiikillisten vaikutteiden tyyleistä, jotka muodin evoluutio on muokannut. Menneistä vuosikymmenistä vaikutteita ottaneet muodit kun eivät koskaan ole yksi yhteen alkuperäisten kanssa.

Oman aineistoni perusteella on vaikeaa määrittellä, mitä edellä mainitsemani tyylit, kuten tavallinen, tyyliön ja tyylikäs, kullekin merkitsevät. Vaikka ihmiset yleisesti ottaen tietävät mitä kyseiset käsitteet tarkoittavat, ovat ne silti samanlaisia subjektiivisia käsitteitä kuten rento ja mukava, ja vaatisivat sen vuoksi tarkempaa tutkimusta.

7.2 Käytännöllinen ulkoilupukeutuminen

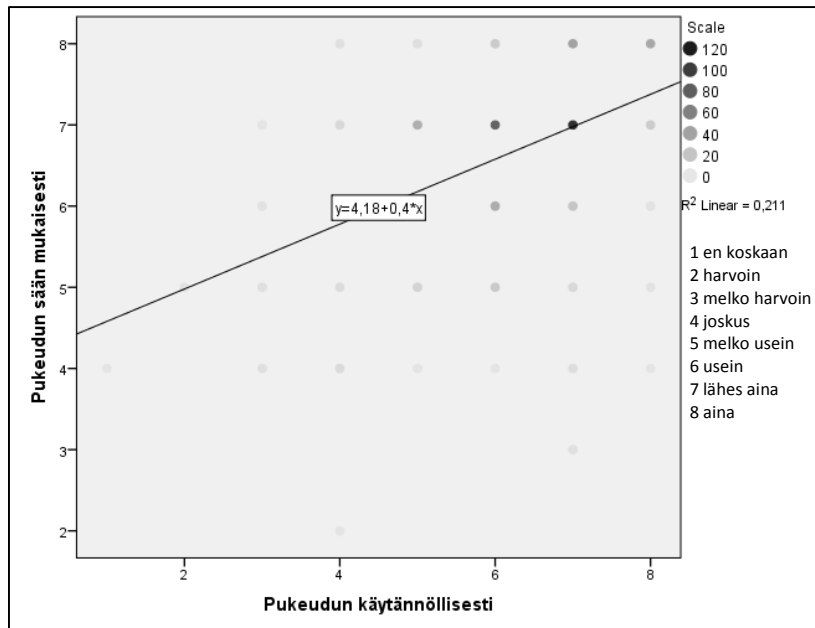
Käytännölliseksi tyyliä määrittelee 7 prosenttia (n=36) vastaajista. Taulukko 2 (s. 50) puolestaan osoittaa, että 74 prosenttia vastaajista (n=383) pukeutuu omasta mielestään useimmiten käytännöllisesti. Vain yksi henkilö ilmoittaa, että ei pukeudu käytännöllisesti koskaan. Tarkastelin hänen profiiliaan, ja hänen vastauksensa ei vaikuta erheelliseltä, sillä henkilö on täysin tietoinen omasta tyylistään ja mainitsee pukeutuvansa rennosti vain harvoin. Hän ei käytä juurikaan rennoksi miellettyjä jalkineita eikä koskaan farkkuja. Sen sijaan sukkahousuja hän käyttää usein. Oma tyyliään hän kuvailee yksinkertaiseksi, joten oletan hänen pukeutuvan skandinaavisen hillitysti, pelkistetysti ja asiallisesti. Lähes samanlaisia vastauksia ovat antaneet kaksi muuta henkilöä kohdassa *harvoin*. Kaikille kolmelle henkilölle yhteistä on, että he pukeutuvat lähes aina tyyllillisesti toisiinsa sopiviin vaatteisiin. Heille ei sää ole pukeutumisen kannalta yhtä merkityksellinen kuin valtaosalle kyselyn vastaajista.

Taulukko 2. Käytännöllisten vaatteiden käyttö (kysymys 3.3).

		Pukeudun käytännöllisesti		
		n	%	Kumulatiivinen %
Valid	en koskaan	1	,2	,2
	harvoin	2	,4	,6
	melko harvoin	11	2,1	2,7
	joskus	38	7,3	10,0
	melko usein	83	16,0	26,1
	usein	145	27,9	54,1
	lähes aina	182	35,0	89,2
	aina	56	10,8	100,0
Yhteensä		518	99,6	
Tyhjiä		2	,4	
Kaikki yhteensä		520	100,0	

Voisikin kuvitella, että sään mukainen pukeutuminen (liite 1, 3.3) on suomalaisille itsestäänselvyys, sillä peräti viidennes (19 %, n=99) vastaajista pukeutuu siten aina. Vastaajista löytyy niitäkin, jotka pukeutuvat sään mukaisesti joskus tai harvemmin (5 %, n=24). Kukaan ei tosin ilmoita, että ei pukeutuisi koskaan sään mukaisesti. Myös E. Heikkilän (2015, s. 53) tutkimustuloksissa ilmeni, että pukeutumiseen vaikuttavat käytännöllisyys ja sääolosuhteet. Oletan, että omat tulokseni ovat lähellä todellisuutta ottaen huomioon, kuinka intohimoisesti suomalaiset suhtautuvat säähän sen ollessa joko liian kuuma, kylmä, kuiva, sateinen tai (vähä)luminen.

Pukeutumisen käytännöllisyys sekä sään mukainen pukeutuminen korreloivat toistensa kanssa merkittävästi. Spearmanin korrelaatiokerroin antaa sille arvon $r=0,468$, joka on lähes puolivälissä välillä $0-+1$. Mitä lähempänä arvo on numeroa yksi, sen korkeampi korrelaatio muuttujien välillä vallitsee (s. 35). Tulos on tilastollisesti erittäin merkittävä todellisuuden suhteen, sillä $p > 0,001$ (s. 35). Toisin sanoen tulos ei ole vain sattumanvarainen. Muuttujien lineaarinen korrelaatio on esitetty hajontakuvion avulla kuvassa 5 (s. 51). Kuvassa oleva selityskerroin $R^2=0,211$ tarkoittaa, että käytännöllistä pukeutumista voidaan selittää sään mukaisella pukeutumisella 21,1 prosentin tarkkuudella. Mitä tummempana piste kuviossa näkyy, sitä useampi vastaaja on vastannut samoin; lähes aina käytännöllisesti pukeutuvat pukeutuvat lähes aina myös sään mukaisesti ja harvoin käytännöllisesti pukeutuvat pukeutuvat harvoin sään mukaisesti. Kuvassa 5 tummin piste edustaa 120 henkilön, eli 23 prosentin, vastaajan merkintää.



Kuva 5. Käytännöllisten vaatteiden käyttö (kysymys 3.3) suhteessa sään mukaisen vaatetuksen käyttöön (kysymys 3.3).

Aineiston perusteella voi suomalaisten todeta olevan kerrospukeutujia etenkin talvisin, vaikka aineistossa lähes neljänneksen (24 %, n=124) mielestä kerrospukeutuminen tekee olon tukalan tuntuiseksi (liite 1, osio 5) joskus tai sitä useammin. Tukalasta olosta huolimatta vain 15 prosenttia (n=75) pukeutuu kerroksittain (liite 1, 3.3) joskus tai sitä harvemmin. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että suomalaiset ovat tottuneet lapsuudestaan asti kerrospukeutumiseen (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 187). Valtaosa suosii ihoa vasten olevissa vaatteissa vartalonmyötäisyyttä, mutta alavartalon vaatteissa ei poikkeuksellisesti kerroksia juurikaan käytetä, sillä legginsejä, pitkiä alushousuja tai sukkahousuja enemmistö pukee ylleen harvemmin jos ollenkaan (keskimäärin 44 %, n=222). Pitkien aluskerrastojen käytöstä tekee ongelmallisen niistä muodostuva ahtauden tuntu, sillä aluskerrastot mahtuvat vain väljien vaatteiden alle.

Ulkoliikuntavaatteita, mukaan lukien vaellus- tai ulkoilukenkiä (liite 1, 2.2), käytetään pääasiassa kaupassa käydessä ja koira ulkoiluttaessa. Myös työmatkoilla nämä vaatteet saataan pukea ylle, etenkin jos matka taittuu pyöräillen tai kävellen. Ulkoiluun tarkoitettuja urheiluvaatteita käytetään harvemmin kuin liikuntavaatteita, mutta enimmäkseen ulkourheiluvaatteita käytetään talvisin, koska vastaajien mukaan ne suojaavat hyvin kylmältä. Urheilumerkkien suosiollisuus ilmenee erityisesti ulkoiluvaatteissa, ja vain muutama on

maininnut käyttävänsä jotain muuta kuin liikuntaan ja urheiluun tarkoitettua merkkiä. Kommenttien perusteella monet mieltävät hintavamman merkkivaatteen olevan laadun tae, mutta kaikki eivät ole samaa mieltä:

Ulkoilupuvut ovat yleensä jotain kuvitellusti laadukasta merkkiä. (v278)

Tulokset voivat olla hieman vääristyneitä, koska kaikki eivät ole osanneet tehdä eroa liikunta- ja urheiluvaatteille, vaikka olin sen selittänyt. Liikunta tarkoittaa mielestäni kevyttä tai satunnaista liikkumista ja urheilu suorituskaskeista, jolloin lajissa käytetään teknistä, lajille suunniteltua vaatetta. Tästä esimerkinnä tavallinen toppatakki, joka on liikuntavaate. Lasketteluun tarkoitettu takki teknisine ominaisuuksineen vastaa urheiluvaatetta, sillä urheiluvoitteesta johtuva kehon lämpötilavaihtelu sekä säiden vaihtelevuus ja niiden aiheuttamat vaatimukset on otettu huomioon takin suunnittelussa, materiaalissa ja kerroksissa (vrt. Risikko & Marttila-Vesalainen, 2005, ss. 65–66, 105–106). Myös Hildén (2007, ss. 68–69) on tehnyt oman määritelmäni mukaista eroa liikunta- ja urheiluvaatteiden välille. Liikunta- ja urheiluvaatteiden käyttöjen väliset korrelaatiot ovat tulkittavissa taulukosta 9 (liite 3). Taulukon arvojen mukaan on todennäköistä, että jos henkilö käyttää liikuntavaatetta käyttää hän myös urheiluvaatetta. Tähän tulokseen vaikuttaa edellä mainitsemani käsitteiden erottaminen toisistaan.

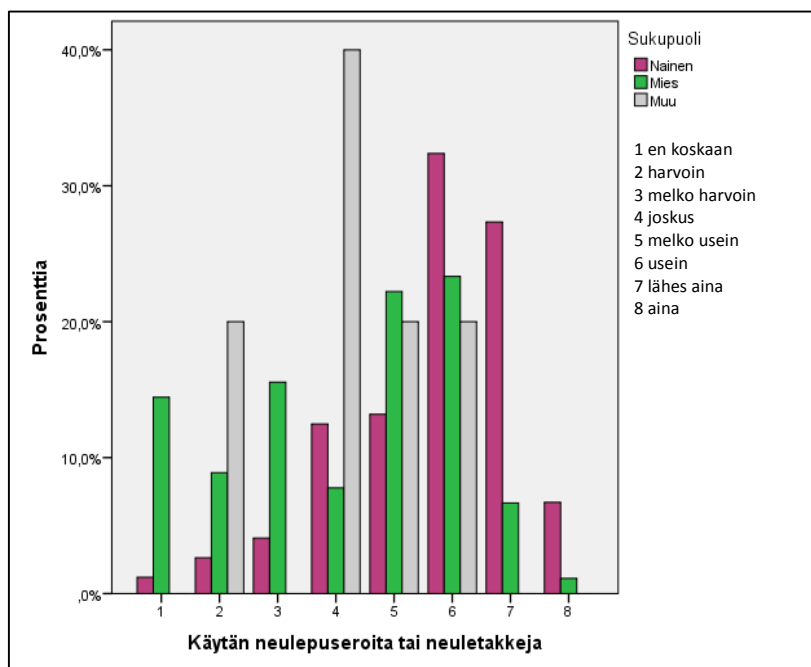
Urheilumerkkien ja toppavaatteiden lisäksi ulkoilutakkeina käytetään siistimpiä villakangastakkeja, sadevaatteita sekä nahkatakkeja. Kesäisin käytetään farkkutakkeja (liite 1, 2.2), vaikka se onkin verrattain harvinaista, sillä vain 6 prosenttia (n=32) vastaajista sanoo käyttävänsä sitä melko usein tai sitä useammin. Farkkutakin käyttöön vaikuttaa lisäksi tämän hetkinen muoti, joka suosii nahkatakkeja. Farkkutakki voi myös muistuttaa liikaa 1980-luvusta, jolloin siihen on kyllästytty, koska se on ollut kaikkien käytössä.

Uotila ja Koskennurmi-Sivonen (2007, s. 187) ovat sitä mieltä, että jos aikuiset pukeutuisivat yhtä käytännöllisesti kuin lapset, eivät he muun muassa järjen vastaisesti paljastaisi ihoaan talvella. Tästä esimerkkinä aiemmin esille tullut nykymuodin mukainen nuorten aikuisten nilkkojen paljastelu jopa keskitalven pakkasilla. Raajojen kautta, etenkin pään alueelta, haihtuu suurin osa lämmöstä (Risikko & Marttila-Vesalainen, 2005, ss. 76–83), joten on yllättävää että vain 59 prosenttia (n=304) vastaajista pitää talvella nämä kehon alueet lämpiminä erilaisilla asusteilla (liite 1, 2.2). Uotilan ja Koskennurmi-Sivosen (2007, s. 187) mielestä lasten pukeutuminen on aikuisia käytännöllisempää sekä säänmukaisempaa sen vuoksi, että

lapset leikkivät ulkona, jolloin kuivana pysyminen ajaa tyylikkyyden edelle. Valtaosa aikuisista harvoin oleskeleekin pitkiä aikoja pihalla muutoin kuin liikunnallisista syistä tai lastensa vahteina, minkä vuoksi heidän pukeutumistaan eivät sääät määrittele yhtä tarkoin.

7.3 Suomalaisen perusvaatteet

Tässä luvussa käyn läpi kyselyn toisen osion sisävaatteita koskevia väittämiä (liite 1, 2.3). Aloitan neuleista, joka tarkoittaa sekä neulepuseroa että neuletakkia. Neuleiden käyttö on erittäin suosittua. Vain 4 prosenttia (n=18) vastaajista ei pukeudu neuleeseen koskaan, ja heistä 72 prosenttia (n=13, koko aineistosta 3 %) on miehiä. Toki miehetkin pukeutuvat neuleeseen, mutta he käyttävät tulosten perusteella muun muassa flanellipaitaa naisia huomattavasti useammin. Tähän vaikuttaa varmasti nykymuoti, joka suosii ruudullista, flanellista kauluspaitaa, joka ilmentää *lumberseksuaalia* miestä. Sukupuolten väliset erot neuleiden käytössä on nähtävissä kuvasta 6. Muun sukupuolen edustajat jakautuvat tasaisesti eri asteikolle, kuitenkin enemmistön käyttäessä neuletta joskus. Yli puolet vastaajista (60 %, n=307) kommentoi käyttävänsä neuleita vuodenajasta riippumatta usein tai sitä toistuvammin. Kesäisin käytetään pääasiassa puuvillaisia ja talvella villaisia neuleita. Neule kuuluu siis tyylistä riippumatta useimpien suomalaisten perusvaatevalikoimaan ja sitä käytetään niin arjessa kuin juhlassa.



Kuva 6. Neulepuseroiden tai neuletakkien käyttö (kysymys 2.3) sukupuolittain (kysymys 1.1).

Luvussa 5.2 toin esille farkkujen historiaa Suomessa. Ruohosen (2001, s. 170) tutkimuksesta ilmeni, että hänen haastateltavistaan (n=15) kaksi henkilöä (13 %) eivät omistaneet farkkuja. Omassa aineistossani 5 prosenttia (n=26) vastaajista ei pukeudu farkkuihin koskaan. Tämä on tulkittavissa taulukosta 3, jossa on esitetty farkkujen käyttötiheys. Vastaajista farkut vetävät jalkaansa aina 9 prosenttia (n=48), lähes aina niitä käyttää 29 prosenttia (n=149) ja usein 28 prosenttia (n=144). Lukujen perusteella voin todeta valtaosan suomalaisista pukeutuvansa suurimman osan ajastaan farkkuihin. Vain reilu kymmenes (15%, n=76) vastaajista käyttää farkkuja harvakseltaan tai ei koskaan.

Taulukko 3. Farkkujen käyttö (kysymys 2.3).

		Käytän farkkuja		
		n	%	Kumulatiivinen %
Valid	en koskaan	26	5,0	5,0
	harvoin	29	5,6	10,7
	melko harvoin	21	4,0	14,7
	joskus	40	7,7	22,5
	melko usein	59	11,3	33,9
	usein	144	27,7	61,8
	lähes aina	149	28,7	90,7
	aina	48	9,2	100,0
Yhteensä		516	99,2	
Tyhjiä		4	,8	
Kaikki yhteensä		520	100,0	

Tutkittuani tarkemmin heitä, jotka eivät käytä farkkuja koskaan (5%, n=26), kävi ilmi että valtaosa heistä on naisia (65 %, n=17), jotka ovat suorittaneet ylemmän korkeakoulututkinnon (46%, n=12). He käyttävät pääasiassa mekkoja sekä sukkahousuja. Eniten kyseistä yhdistelmää käytetään kasvatus- ja opetusalan sekä kulttuurin ja viestinnän alan työntekijöiden keskuudessa. Mekko tai hame ja sukkahousut olivat Suomessa suosittu yhdistelmä 1960–70-luvuilla (Savolainen, 2011, s. 67), joten voiko retrobuumi vaikuttaa saamiini tuloksiin, vai onko korkeakoulututkinto juurtanut pukeutumiskriteerit niin syvään, että niitä on vaikea rikkoa? En osaa sanoa, sillä myös ompeluinnotus ja *hipsterimuoti* puoltavat mekon ja hameen käytön suosiota. Loput yhdeksän farkkuja käyttämättömät vastaajat ovat miehiä, jotka pukeutuvat joko pukuun tai mahdollisesti muihin siisteihin housuihin tai päinvastaisesti reitasku- tai collegehousuihin.

Neulepuseroiden lisäksi trikoopuserot kuuluvat suomalaisten perusvaatetukseen. Niitä käyttävät lähes aina tai aina 60 prosenttia (n=305) vastaajista. Trikoopaitojen käyttö ei ole käyttökontekstiinsa sidottu samalla tavoin kuin farkkujen, vaan niitä pidetään kotona, työssä tai juhlassa paidan mallista riippuen. Tiukempi malli puetaan alusvaatteeksi ja väljemmät mallit puolestaan päällimmäiseksi kerrokseksi. Mielivaateyhdistelmäkseen (liite 3, taulukko 18) farkut ja trikoopaidan mainitsee vastaajista 5 prosenttia (n=28) ja farkut ja neuleen 6 prosenttia (n=32). Usein nämä kolme vaatekappaletta, farkut, trikoopaita ja neule, yhdessä muodostavat henkilöiden vaatekokonaisuuden, sillä siten niitä kertoo käyttävänsä mielihdistelmänään niin ikään 6 prosenttia (n=30) vastaajista. Taulukosta 10 (liite 3) voi varmistua farkkujen ja trikoopaitojen keskinäisestä yhteydestä niiden käyttötiheyksien perusteella. Sama yhteys on havaittavissa farkkujen ja neuleiden kesken taulukosta 11 (liite 3). Toisin sanoen kyseisistä taulukoista on tulkittavissa, että mitä useammin henkilö käyttää farkkuja, sitä todennäköisemmin hänellä on joko trikoopaita tai neule yläosana. Suhteet ovat lähes identtiset, niin kuin ne ovat mielifaatevastauksissakin. Tämä vahvistaa tuloksen luotettavuutta.

Aineistosta nousee vahvasti esiin myös muiden trikoovaatteiden eli hameiden, mekkojen ja tunikoiden käyttö. Näitä vaatteita vastaajista käyttää kommenttien perusteella keskimäärin 11 prosenttia (n=59). Muita trikoovaatteita käyttää usein tai sitä useammin tasan kolmannes, eli 33 prosenttia (n=171), aineiston henkilöistä, joista kaikki ovat naisia lukuun ottamatta kahta muun sukupuolen edustajaa (liite 2, kuva 16). Kuten aiemmin on tullut ilmi, yhdistetään mekko usein sukkahousuihin, minkä vuoksi tarkastelin muiden trikoovaatteiden suhdetta sukkahousuihin ja legginseihin. Spearmanin korrelaatiokertoimet on tulkittavissa taulukosta 4 (s. 56). Tulosten perusteella niiden välillä vallitsee voimakas korrelaatio, joissa erehtymisriski on lähes olematon kun $p > 0,001$. Toisin sanoen muuta trikoovatetta käyttävä käyttää todennäköisesti myös sukkahousuja. Myös legginsien ja sukkahousujen käytön kesken on korrelaatiota ($r=0,299$).

Taulukko 4. Muiden trikoovaatteiden käytön (kysymys 2.3), legginsien käytön (kysymys 2.3) ja sukkahousujen käytön (kysymys 2.3) keskinäiset korrelaatiot Spearmanin korrelaatiokertoimella.

Correlations					
			Sisävaatteista käytän muita trikoovaatteita	Sisävaatteista käytän legginsijä	Sisävaatteista käytän sukkahousuja
Spearman's rho	Sisävaatteista käytän muita trikoovaatteita	Correlation Coefficient	1,000	,480**	,532**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
		N	505	500	502
	Sisävaatteista käytän legginsijä	Correlation Coefficient	,480**	1,000	,299**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
		N	500	508	506
	Sisävaatteista käytän sukkahousuja	Correlation Coefficient	,532**	,299**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
		N	502	506	514

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

7.4 Muodikkaat suomalaiset

On jopa yllättävää, että muodikkaaksi tai trendikkääksi omaa tyyliään kuvailee vain 2 prosenttia (n=12) kyselyn vastaajista (liite 3, taulukko 8). Tarkasteltuani muotipukeutumista väittämäkysymyksen *3.3 Pukeudun valtamuodin mukaisesti* perusteella ilmeni, että muoti kiinnostaa hyvin harvoja aineiston henkilöitä, sillä valtamuodin mukaisesti usein tai sitä tois-tuvammin ilmoittaa pukeutuvansa vain 13 prosenttia (n=65). Käsite valtamuoti on herättänyt vastaajien keskuudessa kuuden kommentoineen henkilön osalta kummastusta, joten oletan useamman olleen yhtä ymmällään, millä on ollut todennäköisesti vaikutusta tuloksiin. Minä käsitän valtamuodiksi sen, joka näkyy medioissa sekä katukuvassa etenkin nuorten päällä. Olettamukseni kysymyksen pohjalla on ollut, että muotia seuraava henkilö itse tietää seuraavansa muotia ja näin ollen tunnistaa käsitteen valtamuoti, jonka vuoksi hänellä on mieli-pide sen suhteen, pukeutuuko hän valtamuodin mukaisesti vai ei. Näihin pohdintoihin palaan luvussa 11.

Terveys ja kuntoilu ovat nyt muodissa. Käsitteisiin törmää kaikkialla, ja ne ilmenevät sekä sosiaalisessa mediassa että jokapäiväisessä uutisjournalismissa. Tämän vuoksi voisi olettaa valtaosan ihmisistä pukeutuvan myös urheilullisesti. Näin ei kuitenkaan ole, sillä urheilullisen tyylin edustajia on aineiston joukossa vain 3 prosenttia (n=18) (liite 3, taulukko 8). Liikunta- ja urheiluvaatteita harvoin käytetään muulloin kuin niille on tarkoituksenmukaista.

Kuitenkin urheiluvaatteet ovat tulleet hiljattain muotiin, ja niistä erityisesti neonväriset juoksukengät (Vedenpää, 2014), joiden käyttöä tutkin vastaajien keskuudessa. Niiden muodikkuus tuli ilmi myös kommentointiosiossa:

Muodin mukana (?) niket jalassa...on hyvä kulkea! (v382)

”Niket” viittaavat Nike-merkkisiin juoksukenkiin, joita on viime sesonkien mallistoissa ollut saatavilla pääasiassa kirkkaissa väreissä. Juoksukenkiä muutoin kuin urheillessa (liite 1, 2.2) vastaa käyttävänsä usein tai sitä toistuvammin 5 prosenttia (n=28). Puolet vastaajista (50 %, n=261) eivät käytä niitä koskaan muutoin kuin urheillessa.

Aineistosta nousee vahvasti esiin toinen lenkkikenkätyyppinen malli, nimittäin luvussa 4.3 mainitut tennarit (nimitys puhekielessä tunnettu, virallinen nimitys koripallotossut). Myös näiden osalta aineisto vahvisti käsitettävän ne tämänhetkiseksi muotijalkineiksi:

[käytän tennareita] myös kaupunkivaatteiden kanssa nykymuodin mukaisesti. (v311)

Neljäsosa, 25 prosenttia (n=132), vastaajista sanoo käyttävänsä tennareita, tai tänä päivänä niiden synonyymina tunnettuja lenkkareita, (liite 1, 2.2) usein, 15 prosenttia (n=77) lähes aina tai aina. Toisin sanoen vajaalla puolella, 41 prosentilla (n=209), aineiston henkilöistä on pääasiallisesti käytössään vapaa-ajan tasapohjaiset jalkineet, olivatpa ne sitten tennarit tai lenkkarit, mutta eivät kuitenkaan juoksukengät. Tämä oletamus suomalaisten lenkkarityylistä pitää siis edelleen paikkansa, vaikkakin lenkkareiden ulkomuoto on muuttunut 1980-luvun juoksukengistä kangastennareihin.

Katukuvaa katsomalla ja yleistä ilmapiiriä tarkastelemalla, olen huomannut, että luvussa 4.3 mainitut Converse-merkkiset kengät ovat tänä päivänä äärimmäisen suosittuja. Ne mainitaan aineiston eri osioissa kymmenen eri henkilön vastauksessa, eli ainakin 2 prosenttia vastaajista on kyselyhetkellä omistanut kyseiset kengät. Tämän lisäksi termi tennarit esiintyvät 6 prosentin (n=33) vastauksissa. Arvelen tennareiden ja Conversejen käyttäjien määrän lisääntyneen kyselyn jälkeen, sillä lumet ovat sulaneet ja ihmiset ovat alkaneet käyttää kevät- ja kesäkenkiä, joihin tennarit on vastaajien keskuudessa pääasiassa luokiteltu. Converseista ja muista samantyyppisistä kengistä on ollut esillä huomattavia mainoskampanjoita, ja niitä on tarjottu normaalia edullisempaan hintaan. Helsingin yliopiston käsityönopeettajien lukuvuodenpäättötalaisuudessa 7.5.2015 panin merkille, että noin kolmasosalla tilaisuuteen osallistuneesta reilusta kolmestakymmenestä henkilöstä oli Converse jaloissaan.

Muotipukeutumista koskevissa tuloksissa ilmenee muodin paradoksi; ihmiset eivät miellä pukeutuvansa muodin mukaisesti, mutta valtaosan pukeutuessa samantyyllisesti voi sen sanoa edustavan muotia (Simmel, 1986). Ihmiset todennäköisesti mieltävät muodiksi sen, mitä muotilehdet ja mainokset näyttävät. Simmelin (1986) näkökulman mukaan aineistoni perusteella suomalaisiksi aikuisten muodiksi voisi kuvaila tiukkaa alaosa yhdistettynä väljään yläosaan, sillä pelkästään mielivaatteissa niin kertoo pukeutuvansa kodin ulkopuolelle virallisempiin tilaisuuksiin 16 prosenttia (n=84) vastaajista (liite 3, taulukko 19). Todellista valtavirran pukeutumista edustavat edellisessä luvussa mainitut farkut, trikoopaidat sekä neuleet. Mielestäni ne eivät kuitenkaan osaltaan edusta muotia, vaan ovat pikemminkin vuodesta toiseen ilmenevää peruspukeutumista, joka muuttuu kunkin ajanjakson hengen mukaisesti ja heijastaa sen aikaista muotia.

7.5 Pukeutumisen tilannesidonnaisuus

Oman tyyliä tilannesidonnaiseksi määrittelee vain muutama (2 %, n=9) vastaaja (liite 3, taulukko 8). Yli puolet (56 %, n=300) vastaajista kuitenkin sanoo pukeutumisensa olevan jossain määrin tai sitä enemmän riippuvainen käyttötilanteesta (liite 1, 3.2). Ne harvat (5 %, n=26) vastaajat, jotka eivät ole kyseisen tilannesidonnaisen pukeutumisväittämän kanssa samoilla linjoilla, mainitsevat vaihtavansa vaatteitaan mutta eivät tyyliään. Väittämä onkin voitu käsittää kahdella tavoin, mutta tarkoitin sillä tilaisuuksien mukaista pukeutumista: töissä työvaatetusta, juhlissa juhlavaatetusta ja ulkoillessa ulkoiluvaatetusta. Väittämään kirjoitettujen kirjallisten kommenttien johdosta uskon suurimman osan vastaajista käsittäneen väittämän tarkoitukseni mukaisesti.

Tilannesidonnaisen pukeutumisen rajat hälvenivät radikaalisti 1960-luvulla, ja ne poistuivat kokonaan 1970-luvulla (Iltanen, 2005, ss. 184–185), mutta omien tulosteni mukaan pukeutumisessa otetaan nykyään paremmin huomioon tilaisuus, jossa vaatetta käytetään. Yli puolet vastaajista (58 % n=300) vaihtavat vaatteensa, kun he lähtevät ulos kodista kaupungille tai hoitamaan asioita (liite 3, taulukko 12). Kommentoidut vastaukset vahvistavat tämän:

Pyrin välttämään esim. jumppavaatteiden käyttämistä muualla kuin jumppassa käydessäni, enkä usein mene lököhousuissa roskista tai puolen korttelin päässä olevaa lähikauppaa kauemmaksi. (v333)

[urheiluvaatteet] Laitan päälle urheillessa. En hillu treenitrikoot jalassa kauppakeskuksessa. (v370)

En koskaan mene kotivaatteissa kaupungille. (v118)

Merkittävää yhtäläisyyttä (Spearman $r=0,309$; $p > 0,001$) suhteessa kotivaatteiden käyttöön ilmenee, jos henkilö on sitä mieltä, että työnkuvaan kuuluva asianmukainen tai olettamusten mukainen pukeutuminen viestittää henkilön ammattitaidosta (liite 1, 3.2). Vain viidesosa (19 %, $n=97$) vastaajista ei ota kantaa tähän väittämään tai ei ole sen kanssa samaa mieltä. Väittämä on mielenkiintoinen, koska se on herättänyt vastaajissa eniten mielipiteitä ja perustelun tarvetta. Sen kanssa samaa mieltä ovat aineistostani eniten kaupallisen sekä kasvatustieteellisen alan ihmiset. Vähiten samaa mieltä ovat kulttuuri- ja taidealan henkilöt. Moni selittää ammattitaidon ilmenemisen riippuvan ammatista sekä työstä. Tässä muutamia poimintoja:

Pankin tädillä oli kerran aivan liian antava paita päällä niin kyllä se söi uskotavuutta. (v428)

Työpukeutuminen on viime vuosina vapautunut todella paljon, ennen tarvitsin töissäni jakkupukua, mutta nykyään se merkitsisi ylipukeutumista. (v114)

Olen assistenttina tilitoimistossa eli eräänlaisessa asiantuntijatehtävässä. Huppareissa ja verkkareissa oleva kirjanpitäjä ei vakuuta. (v267)

Ihmisten kanssa työskennellessä kannattaa pukeutua niin, että ihmiset pystyvät kunnioittamaan sinua. (v88)

Arvostan opetusalaalla toimivia, jotka pukeutuvat muuhunkin kuin Marimekkoon. (v138)

Opettajana en voi pukeutua liian paljastavasti tai teinimäisesti. (278)

Yksilöllinen vapaus sallittava, kun perusteltua. (v22)

Kaikki edellä esitetyt lainaukset ovat yhteneväisiä Barnardin (1996, s. ss.59–60), E. Heikkilän (2015, ss. 56–62), Jacobsonin (1994, s. 210) sekä Honkavaaran (2003, s. 283) tulkintojen kanssa. Heidän mukaansa oikeanlaisella pukeutumisella voidaan ilmaista asiantuntevuutta ja luottamusta. E. Heikkilän (2015, ss. 57–59) tutkimusaineiston lääkäri sekä parturi-kampaaja ovat sitä mieltä, että asianmukainen pukeutuminen on tärkeää etenkin palveluammateissa, opettajien keskuudessa ja muilla julkisen sektorin työntekijöillä ja viranomaisilla. Vastaavanlaisia mielipiteitä nousee myös omasta aineistostani esiin. Barnardin (1996, s. 50) mukaan tietyissä ammateissa odotetaan pukeutuvan tietyllä tavalla ja pukeutumisen kautta ilmentävän tiettyä roolia. Opettajien pukeutumisen asiallisuutta perustellaan sillä, että liian teinimäinen ja seksikäs pukeutuminen voi murentaa opettajan auktoriteettia, jonka vuoksi vaatteiksi valitaan usein asiallinen vaate (vrt. Jacobson, 1994, ss. 89, 210), mutta sitä vastoin kirjailijan pukeutumisen ei koeta olevan niin merkityksellinen työn asiantuntevuuden näkökulmasta.

Työpukeutuminen on siis vahva osa kommunikointia ja pukeutumisella edustetaan omaa itseään ja luodaan mielikuvia. Vaikka pukeutuminen on vapautunut ajan saatossa, kuten voi

tulkita vastaajan 114 ja osittain vastaajan 138 kommenteista, täytyy sen olla ammattiin sopivaa ja siistiä pukeutumista. Eri asia on, jos henkilö tekee töitä kotona ilman, että kukaan tarkkailee, jolloin vaatetus on pääasiassa kotivaatetusta.

8 Mukava tai rento, mutta ei renttu

Tässä luvussa vastaan toiseen tutkimuskysymykseen suomalaisten käsityksistä mukavasta ja rennosta pukeutumisesta. Rennon ja mukavan erottaminen on hankalaa, mikä ilmenee myös aineistostani. Aiemmin totesinkin, että mikä toiselle on rentoa voi toiselle olla mukavaa. Käsitteet voivat olla myös toistensa synonyymit, miten kukakin ne tulkitsee. Päädyin määrittelemään käsitteet valtaosan kyselyyn vastanneiden mielipiteiden mukaisesti. Luku 8.1 keskittyy mukavan vaateen kuvailuihin ja luku 8.2 rentojen. Näiden vertailua teen luvussa 8.3. Luku 8.4 käsittelee vaatteiden väljyyttä ja vartalonmyötäisyyttä. Luku 8.5 kertoo vapaa-aikana käytettävistä vaatteista: kotivaatteista, lomapukeutumisesta ja mökkivaatetuksesta. Luvussa 8.6 keskityn vastaajien kuvailuihin heidän mielifaateistaan.

8.1 Mukavan tuntuiset vaatteet

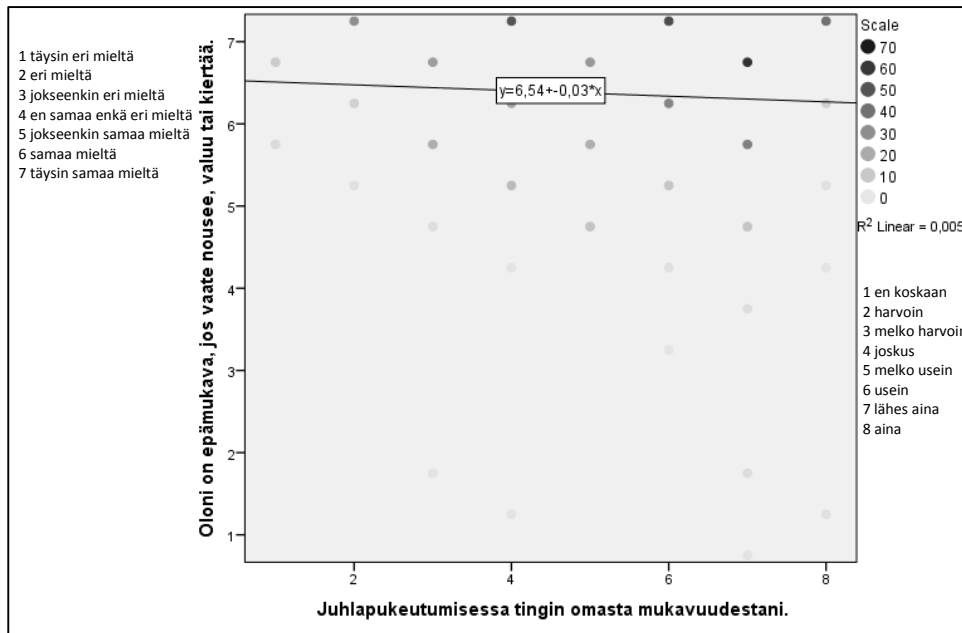
Vastaajista yli puolet eli 53 prosenttia (n=276) kertoo pukeutuvansa mukavasti lähes aina tai aina (liite 3, taulukko 14). Käsite mukavista vaatteista liitetään tunnetiloihin: vaate tuntuu miellyttävältä päällä ja siinä on itsevarma ja hyvä olla. Tätä mieltä on enemmistö vastaajista, mikä on nähtävissä mukavien vaatteiden koodauksista koostamastani taulukosta 13 (liite 3). Mukavat vaatteet ovat kuin toinen iho, jolloin vaatteeseen ei kiinnitetä huomiota, vaan henkilö voi olla oma itsensä keskittyen muihin asioihin. Koko aineiston henkilöistä 90 prosenttia (n=468) on jotakuinkin tai täysin samaa mieltä, että mukava vaate ei kiristä (liite 1, osio 5). Se ei saa myöskään puristaa (liite 1, osio 5). Myös Tanja Risikko ja Ritva Marttila-Vesalainen (2005, s. 7) toteavat mukavan vaateen määritelmäksi kiristämättömyyden ja puristamattomuuden. Kyseiset adjektiivit ovat omassa aineistossani toiseksi ja kolmanneksi eniten vastaajien mainitsemia määritelmiä mukavista vaatteista (liite 3, taulukko 13). Epämiellyttävän olon tekeviä vaatteita (liite 1, osio 5) ei juurikaan käytetä kyselyyn vastanneiden keskuudessa (77 %, n=398), ja he kertovatkin poistaneensa tai poistavansa käytöstä kyseisen kaltaiset vaatteet.

Joidenkin vaatteiden osilta kiristävä tunne ymmärretään, koska niiden oletetaan tekevänkin niin. Itse en ole asiasta aivan samaa mieltä, sillä mittojen mukaisia korsetteja valmistaneena ja käyttäneenä sekä tiukkoja farkkuja ylleni pukeneena en ole koskaan kokenut niiden kiristävän tai puristavan ja olleen epämukavat, sillä ne ovat olleet sopivat. Kokemusta kiristävästä ja puristavista vaatteista on, mutta ne ovat olleet siinä tapauksessa pienet. Yksi vastaaja on kanssani täsmälleen samaa mieltä:

Kaikki vaatteeni ovat mukavia mittatyön vuoksi. (v126)

Mukava on subjektiivinen määritelmä, mutta tutkiessani vastaajien sanallisia vastauksia ja niistä johdettuja käsitteitä (liite 3, taulukko 13) *sopiva* vaate sekä mielestäni sen synonyyminä pidettävää vartalon ylle *istuva* vaate, on lähes neljännes (23 %, n=122) vastaajista kanssani samaa mieltä, että vaate on mukava, kun se on sopivan kokoinen ja istuu kantajalleen. Liikkuessa mukava vaate ei saa tarkoituksettomasti paljastaa ihoa, sillä se aiheuttaa vaatteen kantajalle epämiellyttävän tunteen. Vaatteen pitää olla siltäkin osin sopiva, että se pysyy kantajansa yllä. Säädyllisyyden nimissä tämä on toivottavaakin. Yli puolet (57 %, n=298) vastaajista on täysin samaa mieltä tämän väittämän (liite 1, osio 5) kanssa. Ärsytyksen voimakkuus on aistittavissa kahden henkilön vastauksesta, joiden mukaan etenkin paidan nousemisen liikkuessa ja selän paljastuminen ovat raivostuttavinta, mitä vaatteiden käytössä voi olla.

Kyseinen väittämä vaatteiden paikoillaan pysymisestä koskee pääasiassa tavallista arkipukeutumista, mutta tuloksen paikkansapitävyyttä voi epäillä, kun tarkastelee juhlatilaisuuksissa naisia pukeutuneena olkaimettomaan mekkoon, sillä niin paljon mekon yläosasta nostamista esiintyy. Tarkistin korrelaation juhlapukeutumisen mukavuudesta tinkimisen ja vaatteiden paikoillaan pysymisen kesken. Korrelaatiota ei näiden välillä ilmene. Kuvan 7 (s. 62) havaintokuvioista voi tulkita, että selityskerroin $R^2=0,005$ väittämien välillä on hyvin heikko. Kuitenkin riippumattomuudestaan huolimatta vastauksien hajonta näyttää mielenkiintoiselta. Pisteet eivät ole täysin jakautuneet taulukon kaikkien arvojen kesken, vaan ne ovat keskittyneet epämukavan olon samanmielisyyttä osoittaviin arvoihin, jotka ovat jakautuneet mukavan juhlapukeutumisen tinkivyyden kaikkien arvojen kesken. Ristiintaulukointi näyttää lähes samanlaiselta, mutta prosenttiluvuilla ilmaistuna.



Kuva 7. Juhlapukeutumisen mukavuudesta tinkiminen (kysymys 3.3) suhteessa olon epämukavuuteen, kun vaate ei pysy paikallaan (kysymys osio 5).

Vastaajista peräti 74 prosenttia ($n=383$) mielestä istuvat vaatteet tuntuvat hyvältä päällä (liite 1, osio 5). Myös juhlavaatteen mukavuuteen (liite 1, osio 5) vaikuttaa sen istuvuus; jos vaate on oikean kokoinen, koetaan se mukavampana kuin huonosti istuva tai väärän kokoinen vaate. Vastaajista noin kolmasosan (34 %, $n=174$) mielestä juhlavaate ei ole epämukava (liite 1, osio 5), mutta päinvastaisena sen kokee muutama (4 %, $n=20$). Joka kymmenes (10 %, $n=53$) vastaaja on valmis tinkimään juhlapukeutumisen mukavuudesta (liite 1, 3.3) aina, mutta siitä ei tingi koskaan tai tinkii harvoin täsmälleen sama määrä (10 %, $n=53$). Loput vastaajista jakautuvat väittämän arvojen asteikolla suhteellisen tasaisesti. Istuvuutta käsittelemän lisää luvussa 9.1.

Sekä laadullisen että määrällisen aineiston tuloksista nousee vahvasti esille, että mukavuudessa korostetaan vaatteiden pehmeyttä. Aineiston enemmistö (70 %, $n=366$) pitää pehmeän tuntuista vaatteista, jotka eivät kutita (liite 1, osio 5). Pehmeäksi mukavan vaatteiden kuvaillee lähes joka kymmenes (9 %, $n=46$) vastaaja (liite 3, taulukko 13). Muut ovat perustelleet, että vaikka vaate on pehmeä, voi se vaatteessa käytetyn tekokuidun vuoksi tuntua epämiellyttävältä. Toinen perustelu on, että joidenkin mielestä mukavaksi miellettyjen farkkujen toivotaan olevan hieman jäməkät. Lähes kolmannes (32 %, $n=169$) vastaajista haluaa vaatteiden olevan mukavan tuntuinen ihoa vasten (liite 1, osio 5).

Mukavat vaatteet on valmistettu pehmeästä materiaalista, niissä ei ole hankaavia saumoja. Ne eivät kiristä liikaa. (v300)

Mukavuus tulee materiaalista ja siitä, että vaate on sopivankokoinen. Pehmeät, hengittävät ja kiristämättömät materiaalit ovat mukavia, ja sopivankokoinen vaate ei valu tai purista. T-paita ja collegehousut ovat mukavimmasta päästä. (v167)

Iholle miellyttävät ja eivät kiristä tai purista tai kutise tai hikoiluta tai haise jollekin materiaalille...(v145)

Vastaajat osoittavat lähes täydellistä yksimielisyyttä (96 %, n=499) sen suhteen, että vaateen materiaali vaikuttaa mukavuuden tuntuun (liite 1, osio 5). Sen merkitystä ei siis tule ohittaa, vaikka materiaalin mukavuuden tuntu ei ilmaise kuin vähäistä yhteyttä kyseessä mainittuihin vaatteisiin, poislukien trikoovaatteet. Hengittävyys on mukavuuden näkökulmasta tarkasteltuna tärkeää, minkä vuoksi mukavien vaatteiden materiaaleina suositaan luonnonkuituja. Villasta tehtyjen vaatteiden koetaan olevan hengittävämpiä kuin muiden materiaalien, joten villavaatteita käytetään jonkin verran vuodenajasta riippumatta. Asiaan perehtyneimmät tietävät, että kaikki villa ei kutita ja pistele kuten puoli vuosisataa sitten (vrt. Iltanen, 2005, s. 173). Etenkin villasukat ovat suosiossa niin kesällä kuin talvella. Kesällä käyttövaatteiden materiaalina suositaan enimmäkseen pellavaa tai puuvillaa, sillä vaatteiden halutaan hengittävien lisäksi olevan myös kevyet (vrt. Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 187).

Väittämäkysymys vaateen materiaalin hiostavuudesta (liite 1, osio 5) jakaa vastaukset lähes tasaisesti jokaisen arvon kohdalle. Väittämän kanssa täysin samaa mieltä on 14 prosenttia (n=72) vastaajista, joista yhdeksän henkilöä (2 %) kertoo tekokuitujen vaikuttavan vaateen hiostavuuteen, mikä on totta. Yksi vastaaja kirjoittaa erheellisesti nahkatakkinsa olevan hengittämätön, mutta väitän, että hänen takissaan on tekokuidusta valmistettu vuori, joka aiheuttaa hikoilua. Myös muissa kyselyn osioissa tekokuidut saavat useita negatiivissävyytteisiä mainintoja, joten materiaalitietous tuntuu pääosin olevan suomalaisilla hallussa. Kuitenkin täytyy ottaa huomioon, että esimerkiksi urheiluvaatteissa käytetyt tekniset kankaat on valmistettu pääosin tekokuiduista, mutta ne eivät teknisen ominaisuutensa ansiosta tunnu hiostavalta tai epämiellyttävältä. En usko, että vastaajat ovat kysymykseen vastatessaan ottaneet näitä vaatteita huomioon, vaan ovat ajatelleet ennemminkin arjessa ja juhlassa käytettäviä vaatteita, kuten itsekin kysymystä laatiessani.

Kehon fyysinen lämpötila vaikuttaa mukavaan olotilaan, joten sitä säädellään vaatteiden materiaalivalinnan lisäksi vaatekappaleiden avulla (Risikko & Marttila-Vesalainen, 2005, ss. 7, 20–25). Risikon ja Marttila-Vesalaisen (2005, ss. 31–37) mukaan talvisin vaatekerroksien

vähentäminen mahdollistaa viilentämisen, jolloin kehon lämpötasapaino pysyy itselle sopivana. Näin toimivat myös aineistoni vastaajat. Neuletakkeja sekä muita avattavia ja suljettavia yläosia käytetään, jotta keho saadaan pidettyä itselle sopivan ja miellyttävän lämpöisenä. Vaateasusteita käytetään vaihtelevasti sekä kesällä että talvella. Kesäasusteet ovat pääasiassa sisälläkin pidettäviä huiveja. Kerrospukeutumisesta kirjoitin aiemmin luvussa 7.2, joten en palaa siihen tätä syvemmin.

Flügelin (1950, s. 78) mukaan lämpötila vaikuttaa henkilön turvallisuuden tunteeseen. Lähtiessään kotoa pois tai tuntiessaan olonsa turvattomaksi henkilö kietoutuu tiukemmin vaateisiinsa. Flügel jatkaa, että säiden lämmentyessä ihmiset vähentävät vaatekerroksiaan ja kantavat vaatteitaan huolettomammin, koska heillä on lämmin ja turvallinen olo. Tämä on nähtävissä suomalaisten käyttäytymisessä, kun kevään tullen ilmat lämpenevät. Takkia roikotetaan rennosti käsivarsilla ja pukeutumisesta ei stressata yhtä paljon, sillä sananlaskukin sen kertoo, että kesä kuivaa sen minkä kastelee. Kuumina kesinä sateeseen suhtaudutaan jopa riemumielin, mutta syksyllä ja talvella sateessa kastuneet vaatteet saavat harvojen suomalaisten suupielet kääntymään ylöspäin.

Aineistossa vastaajien kesken niin ikään huomattavaa yksimielisyyttä (93 %, n=485) osoittaa alusvaatteiden merkitys mukavaan olotilaan (liite 1, osio 5). Naiset korostavat rintaliivien istuvuuden ja puristamattomuuden tärkeyttä. Yksi vastaaja ei käyttäisi rintaliivejä lainkaan, ellei niiden käyttö olisi yhteiskunnallisesti suotavaa ja sen vuoksi pakonomaista. Eräs vastaaja rajaa alusvaatteiden laadun ja istuvuuden vaikuttavan olotilaan ja alusvaatteiden ulkonäön ja seksikkyyden vaikuttavan mielentilaan. Sanoilla *olotila* ja *mielentila* on pieni ero. Olotila on tila, jossa jokin on, ja mielentila kuvaa puolestaan psyykkistä mielentilaa ja on synonyymi mielialalle (Kielitoimiston sanakirja, 2015). Mieliala puolestaan vaikuttaa olotilaan, joten alusvaatteiden ulkonäkö vaikuttaa epäsuorasti myös olotilaan. Tässä yhteydessä oletan vastaajan viittaavan seksikkäisiin alusvaatteisiin yleisesti miellettyillä pitsisillä alusvaatteilla, mutta koska seksikkyyks on henkilökohtaista, voivat joidenkin mielestä puuvillaiset trikooalusvaatteet olla seksikkäät. Tällaista mielikuvaa ovat luoneet suuret muotimerkit, kuten Calvin Klein mainoksissaan 1990-luvulla, tai vuoden 2015 keväällä alusvaatemerkki Sloggi (2015) mainostaessaan yksinkertaisia alusvaatteitaan mallinaan tyyli-ikonina ja jopa seksiobjektina tunnettu australialaislaulaja Kylie Minogue. Onkin yllättävää, että kukaan vastaajista ei ole kommentoinut mitään alusvaatteiden materiaaleista.

Konkreettisina mukavina vaatekappaleina mainitaan farkkuja (6 %, n=32) useammin collegevaatteet (10 %, n=54) (liite 3, taulukko 13). Collegevaatteiksi voidaan mitä todennäköisemmin mieltää myös hupparit, jotka on mainittu 6 prosentissa (n=33) aineiston vastauksissa. Eräs vastaajista kirjoittaa, että hän tietää henkilön, joka tuntee olonsa epämuukavaksi vartalonmyötäisessä t-paidassa, mutta olonsa omimmaksi väljemmässä kauluspaidassa.

Yhteenvetona totean, että mukavat vaatteet voivat olla kotivaatteet, työvaatteet tai juhlavaatteet, mutta niiden tulee ennen kaikkea olla sopivan kokoiset ja istua kantajansa ylle. Ne voivat olla henkilön yleisestä tyylistä riippuen väljät tai vartalonmyötäiset sekä muodolliset tai epämuodolliset, mutta henkilön täytyy tuntea olonsa niissä omaksi, eli mukavaksi. Konkreettista vaatetta tärkeämpää on, että mukava vaate on pehmeä ja muokkaantunut käytössä kantajansa liikeratojen mukaan eikä se myöskään rajoita liikettä. Lisäksi mukava vaate hengittää ja on valmistettu pääasiassa luonnonmateriaaleista. Toisin sanoen mukavassa vaatteessa henkilö kokee olonsa lämpimäksi, turvalliseksi ja vapaaksi. Yksi aineiston henkilöistä on kiteyttänyt mukavien vaatteiden määritelmän yhteen sanaan, *lempivaatteet* (v406). Asiaa tarkemmin pohdittuani, olen hänen kanssaan täysin samaa mieltä; käytän pääasiassa kaikista mukavimpia vaatteitani, jotka ovat sopivia kuhunkin tilaisuuteen. Myös E. Heikkilän (2015, s. 75), Kaiserin ym. (1993, s. 35) sekä Anna-Mari Raunion (1996, ss. 185–186) tutkimuksissa ilmeni mielivaatteen ja niistä muodostuvan mukavan olon yhteys toisiinsa. Mielivaatteista kirjoitan luvussa 8.6. Uskon tulosteni perusteella monien myös allekirjoittavan aiemmin esittämäni Janet Hethronin (2008, ss. 66–70) väitteen, että maailma olisi mukava paikka, jos ihmiset tuntisivat olonsa mukavaksi.

8.2 Rennon näköiset vaatteet

Taulukon 15 (liite 3) perusteella rennosti pukeutuu lähes aina tai aina 39 prosenttia (n=204) aineiston henkilöistä. Koodauksiini pohjautuen olen koostanut rennon käsitteistä taulukon 16 (liite 3). Aineistosta nousee vahvasti esiin, että juhlapukeutuminen ei ole rentoa pukeutumista, mutta koodia ei ole tällä nimellä taulukossa 16 (liite 3) nähtävissä, sillä olen koodannut kyseiset kommentit muiden vastaavien koodien, kuten *epämuodolliset*, alle. Vain kaksi vastaajaa on eri mieltä, mutta heidänkin mielestään juhlan luonteen täytyy olla salliva vapaammalle pukeutumisetiketille. Vaikka juhlapukeutumista ei mielletäkään rennoksi, ei rennon pukeutumisen käsitettä ole täysin epäsiistiä pukeutumista, puhekielisellä termillä kutsuttua rönttöistä pukeutumista:

Rennot vaatteet voivat olla mitä tahansa paitsi juhlapukeutumista. Myös pikkutakeista tai jakkupuvuista löytyy rentoja tyyliä. Rentous on tyyliäsymys. (v55)

Rennot on silti siistit, asialliset. Esim gollarit oikeassa paikassa on rennot, jos jalassa kuitenkin tennarit. (v165)

Siistit ja tyylikkää, mutta ei yliampuvat. Edustava, sopii erilaisiin tilanteisiin. Näyttää hyvältä yllä. (v185)

Rennot vaatteet ovat sellaiset, jotka on tarkoitettu vapaa-aikaan mutta jotka päällä ei voi mennä virallisempiin tilanteisiin. (v205)

Kaikki seuraavat esittämäni tulokset on nähtävissä taulukossa 16 (liite 3). Vastaaajista reilun neljänneksen (28 %, n=144) mielestä käsite rento koskee enemminkin tyyliä eli kokonaisuutta ja ulkonäköä, mutta rennon vaateen määritelmässä korostuu mukavia vaatteita huomattavasti enemmän konkreettiset vaatekappaleet. Eniten koodeja kaikista vastauksista ovat saaneet osakseen farkut, jotka rennoksi mieltää lähes kolmannes (31 %, n=159) vastaajista. Rennot farkut ovat siistit ja löysähköt, mutta ne eivät roiku päällä. Farkkujen jälkeen vaatekappaleista toiseksi eniten (15 %, n=76) on mainintoja saanut t-paita.

Vähän löysemmät farkut, t-paita ja huppari (v437)

Eivät ole ylipukeutumista. Farkut ovat rennot, suorat housut välttämättä eivät... T-paita on rento, pikkutakkikin silloin kun muilla on puku... (v508)

Yllätyksekseni aineistosta nousee esiin urheilullisten vaatteiden käsittäminen rennoiksi vaatteiksi, joiksi ne vastaajista mieltää 6 prosenttia (n=31) (liite 3, taulukko 16). Jotkut käyttävät niitä sellaisinaan, koska ne sopivat tyyliin ja toiset yhdistävät niitä muiden ei-urheilullisten vaatteiden kanssa.

epämuodollinen yhdistelmä, esim. urheiluvaate + ei-urheiluvaate yhdessä (v124)

Urheiluvaatteetkin on tällaisia. (v193)

Urheiluvaatteet (jooga, jumppa, ulkoilu) ovat usein rentoja. Vaatteita on kerroksissa ja ne eivät välttämättä ole samaa "tyyliä" vaikka sopisivatkin yhteen. (v346)

Rento tyyli viestittää pukijansa elämänasenteesta. Rento pukeutuminen voi tarkoittaa kalliita merkkivaatteita: esimerkiksi lautailijoiden tyyli on rentoa mutta kallista. Samoin kuin Solsidanin Mickanin. (v352)

Kerrottakoon lyhyesti, että Solsidan on ruotsalainen tv-sarja, jossa eräs päähenkilöistä on Mickan. Hän on varakkaan miehen vaimo ja kotiäiti ja pukeutuu kalliisiin merkkivaatteisiin. Yllä oleva kommentti (v352) ei ole aineiston ainoa rentojen vaatteiden hintaluokkaa käsitävä määritelmä. Yksi henkilö mainitsee liittävänsä rennon pukeutumisen surffilautailuun, joka yleisesti käsitetään keskivertoa varakkaampien urheilulajiksi ja elämäntyyliksi. Toinen henkilö mainitsee golfin ja purjehduksen, joihin vain varakkailla oletetaan olevan rahaa (ja

aikaa). Toisaalta aineistossa mainitaan rennon määritelmässä myös toisen ääripään vastauksia: kaksi boheemityyliä ja kaksi hippityyliä. Yhteistä kaikille tyyliä käsittävillä maininnoilla on kuitenkin se, että ne edustavat kokonaisvaltaisesti henkilön elämäntyyliä. Nämä ovat Bourdieun (1984, ss. 172–173) tulkintoja habituksesta ja Kaiserin (1998, s. 545) mielipiteitä yhteisöllisyydestä ja siihen kuulumisesta.

Tarkastelin rennon määritelmiä (liite 3, taulukko 16) sekä omaa tyyliään rennoksi kuvailevien henkilöiden vastauksia keskenään (liite 3, taulukko 8). Tein huomion, että lähes poikkeuksetta ne, jotka kuvailevat omaa tyyliään rennoksi, ovat kirjoittaneet sen ensimmäisenä tai ainoana adjektiivina vastaukseensa. Vastauksissa korostuvat tyylin epämuodollisuus; rentoja vaatteita ei käytetä kuin vapaa-aikana ja pukeuduttaessa töihin epävirallisesti. Kaikkia tyyliään rennoksi kuvailevia henkilöitä on aineistossa 31 prosenttia (n=162), johon sisältyy rennon ensimmäisenä tai ainoana adjektiivinaan kirjoittanut reilu neljännes, 28 prosenttia (n=144). Eroa on siis vain kolme prosenttiyksikköä.

Kun tutkin edellä mainittua 28 prosentin (n=144) otantaa, havaitsin, että heidän määritelmänsä rennosta tyylistä vastaa jotakuinkin koko aineiston määritelmiä (liite 3, taulukko 16). Otantajoukosta 33 prosenttia (n=47) mieltää farkut rennon tyyliinsä ilmentäjiksi. Samasta otantajoukosta 15 prosenttia (n=22) pukee yläosaksi t-paidan ja 7 prosenttia (n=10) sujauttaa jalkoihinsa tennarit. Urheilullisuus edustaa tyyliä otantajoukosta 6 prosentille (n=8). Koko aineiston ja otantajoukon välillä on vastauksissa collegevaatteiden, hupparien sekä siistien vaatteiden osalta vajaan kahden prosenttiyksikön heitto, joten niidenkin osalta voi tuloksia pitää mielestäni luotettavina. Sen vuoksi näiden eri ryhmien lähes samankaltaisiin tunnusluokuihin perustuen arvioin, että rennon pukeutumisen määritelmä voidaan siirtää luotettavasti koskemaan kaikkia suomalaisia aikuisia.

Vastaajien mielestä rento vaatetus on synonyymi sanalle arkivaatetus, joka tässä yhteydessä tarkoittaa epämuodollista. Vaikka joidenkin mielestä rento pukeutuminen on siistiä vaate-tusta, edustaa se joillekin huoletonta ja helppohoitoista pukeutumista. Ei siis haittaa vaikka rennot vaatteet rypistyisivät tai niihin tulisi jotain likaa, koska ne eivät ole *pönötysvaatteet* (v283), vaan väljähköt ja kevyet, jotka voidaan pukea ylle sen kummemmin miettimättä.

8.3 Mukava versus rento

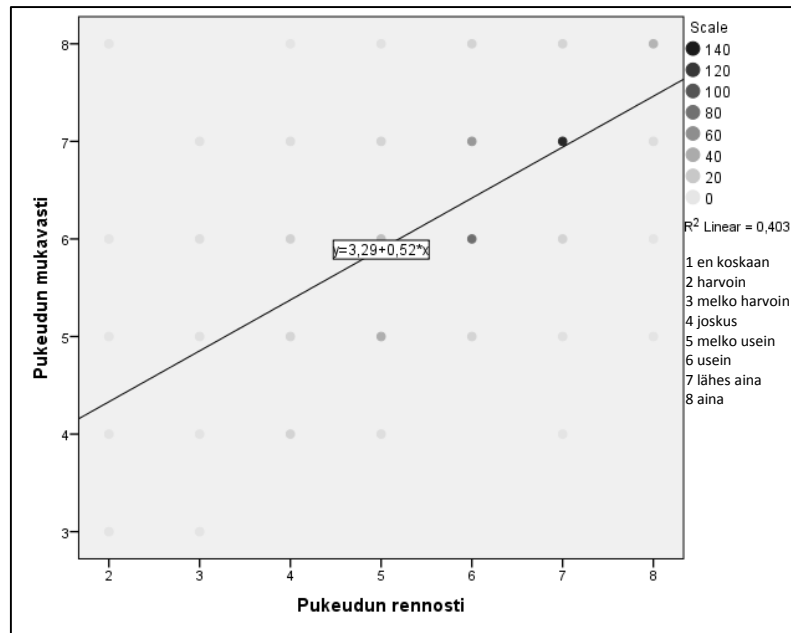
Mukava ja rento pukeutuminen eroavat keskenään tarkasteluina toisistaan, vaikka kirjallista vastauksista (liite 1, 4.1–2) laskemani mukaan peräti 10 prosenttia (n=53) vastaajista on sitä mieltä, että rennot ja mukavat vaatteet ovat jokseenkin tai täysin sama asia. Alla olevan taulukon 5 mukaan määritteet myös korreloivat vahvasti keskenään, sillä Spearmanin korrelaatiokerroin antaa niille arvon $r=0,653$. Vaikka kerroin r jää alle 0,7, voi korrelaatiota pitää tämän kokoisessa aineistossa erittäin voimakkaana. Erehtymisriski on lähes olematon, koska $p > 0,001$.

Taulukko 5. Rentojen vaatteiden käytön (kysymys 3.3), mukavien vaatteiden käytön (kysymys 3.3) ja käytännöllisten vaatteiden käytön (Kysymys 3.3) keskinäiset korrelaatiot Spearmanin korrelaatiokertoimella.

Correlations					
			Pukeudun rennosti	Pukeudun mukavasti	Pukeudun käytännöllisesti
Spearman's rho	Pukeudun rennosti	Correlation Coefficient	1,000	,653**	,602**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
		N	518	514	517
	Pukeudun mukavasti	Correlation Coefficient	,653**	1,000	,593**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
		N	514	515	514
	Pukeudun käytännöllisesti	Correlation Coefficient	,602**	,593**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
		N	517	514	518

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tulosta tukee kuva 8 (s. 69), josta voi nähdä käsitteiden välisen vahvan keskinäisen yhteyden, mikä tarkoittaa että aina rennosti pukeutuva pukeutuu 40,3 ($R^2=0,403$) prosentin todennäköisyydellä aina myös mukavasti. Näiden kahden määritteen välinen korrelaatio on yksi aineistoni voimakkaimmista. Lähes yhtä voimakasta korrelaatiota ilmenee molempien määritteiden suhteessa käytännölliseen pukeutumiseen, mikä on tulkittavissa taulukosta 5. Spearmanin korrelaatiokerroin on rennon pukeutumisen suhteessa käytännöllisyyteen $r=0,602$ ja mukavan $r=0,593$. Molempien kohdalla $p > 0,001$.



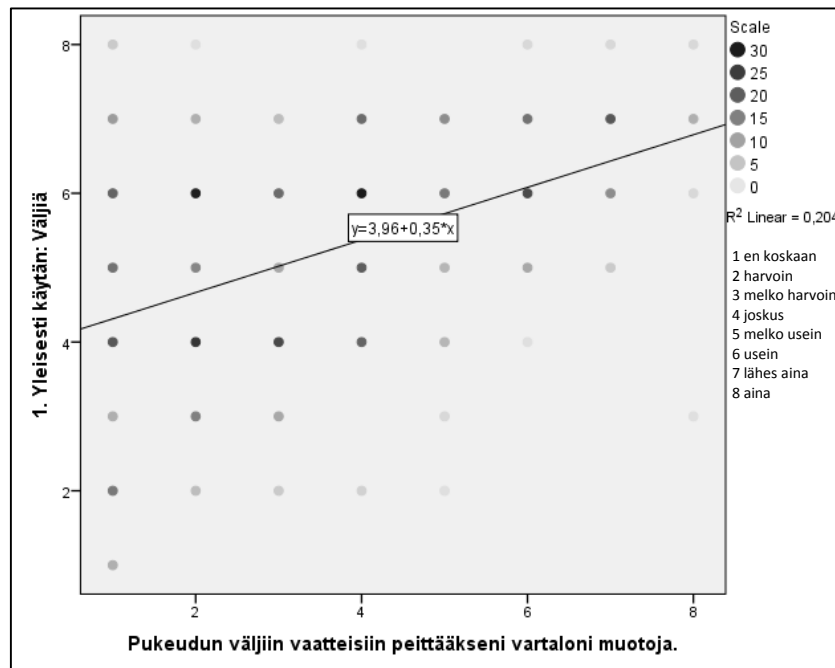
Kuva 8. Rennojen vaatteiden käyttö (kysymys 3.3) suhteessa mukavien vaatteiden käyttöön (kysymys 3.3).

Yhteystään huolimatta voidaan rennon ja mukavan määritelmät erotella edellä sekä aiemmin luvussa 8.1 esittämieni tulosten perusteella. Rento liitetään kuvaamaan henkilön tyyliä ja vaateen ulkonäköä ja mukava puolestaan liitetään vaateen luomaan olotilaan ja mukavuuden tuntuun. Toisaalta joidenkin mielestä rennot vaatteet voivat myös tuntua mukavilta päältä, mutta tunne ja olotila eivät ole rennoissa vaatteissa yhtä vahvasti läsnä kuin mukavassa pukeutumisessa. Kuvasta 8 sekä taulukoista 14 (liite 3) ja 15 (liite 3) on tulkittavissa, että vastaajien joukossa ei ole yhtään henkilöä, joka ei koskaan pukeutuisi omasta mielestään mukavasti tai rennosti. Näiden kahden pukeutumistyylien vaikutustekijöitä käsitellen luvussa 9.2.

8.4 Vartalonmyötäistä ja väljää

Tarkastelin tutkimuksessani henkilöiden pukeutumista väljiin tai tiukkoihin vaatteisiin (liite 1, 2.1). Oletan että suurin osa mieltää väljäksi vaatteeksi sellaisen, jossa on runsaasti liikkumatilaa ja tiukaksi vaatteeksi sellaisen, joka on vartalonmyötäinen ja rajoittaa liikkumista huomattavasti. Tiukka vaate on kokemukseeni pohjautuen myös huomattavasti hankalampi pukea päälle. Vastaajista yli puolet (52 %, n=264) sanoo käyttävänsä väljää vaatetta usein tai aina. Harva kyselyn henkilöistä pukeutuu väljiin vaatteisiin peittääkseen vartalonsa muotoja (liite 1, 3.3), vaan peräti yli puolet (53 %, n=274) kertoo tekevänsä näin melko harvoin, jos koskaan. Kuitenkin väljien vaatteiden käyttöiheyden sekä vartalon muotojen peittämisen kesken on havaittavissa jonkinlainen yhteys Pearsonin korrelaatiokertoimen ollessa $r=0,452$.

Tulos on melkein merkittävä p-arvon jäädessä alle 0,05 ($p=0,022$). Tämä on havaittavissa myös kuvasta 9, jossa selityskerroin $R^2=0,204$.



Kuva 9. Vartalonmuotojen piilottaminen väljillä vaatteilla (kysymys 3.3) suhteessa väljien vaatteiden käyttöön (kysymys 2.1).

Väljien vaatteiden käyttöön kommentoineista 52 henkilöstä (10 %) melkein puolet (42 %, $n=22$) tarkentaa vastauksessaan pukeutuvansa väliin vaatteisiin vain kotiloissa. Lopuissa kommentaissa ilmaistaan, että väljä vaatekappale on yläosa, jonka parina käytetään vartalonmyötäistä tai jopa tiukkaa alaosaa, esimerkiksi pillifarkkuja. Tiukan ja väljän vaateen yhdistelmä tulee myös mielivaatteissa esiin 17 prosentissa ($n=87$) aineiston vastauksissa, mikä on nähtävissä taulukosta 19 (liite 3). Vartalonmyötäisiä vaatteita (liite 1, 2.1), jotka ovat enimmäkseen alusvaatekerrastoja, kaikista kyselyn vastaajista puolesta kertoo käyttävänsä usein tai toistuvammin vajaa puolet (43 %, $n=225$).

Tarkoituksellisesti isoja vaatteita puetaan ylle (liite 1, 2.1) harvoin, sillä aineiston henkilöistä 89 prosenttia ($n=459$) käyttää niitä harvemmin kuin joskus. Niiden käyttäjät puolestaan ovat perustelleet vastauksessaan, että he käyttävät kotiloissa itselle isoa puolison vaatetta tai ovat ostaneet kirpputorilta vahingossa liian ison vaateen. Liian isojen vaatteiden käytön positiivisena kokevat ne henkilöt, jotka ovat onnistuneet pudottamaan painoaan. Sitä vastoin pieniä tai kutistuneita vaatteita ei käytä (liite 1, 2.1) koskaan peräti 49 prosenttia ($n=249$) vastaajista. Niiden käyttäjät muun muassa kertovat, että heidän on oman kokonsa vuoksi

hankalaa löytää sopivia vaatteita. Pieni vaate pysyy käytössä, jos se on esimerkiksi kutistunut pesussa, etenkin kun kyseessä on mieluinen vaate. Niin ikään virheelliset kirpputoriosotokset vaikuttavat jossain määrin pienien vaatteiden käyttöön. Huomioitavaa on, että varallisuudella on merkitystä liian isojen tai pienien vaatteiden käyttöön. Tähän palaan luvussa 9.1.

8.5 Kellokortin ulkopuolella

Jos kollegat näkisivät kotilookini, voisivat he hämmästyä... (v278)

Kyseiseen lauseeseen voi kiteyttää monen ajatukset **motivaatetuksesta** (liite 1, 2.3). Kotona pukeudutaan rennommin ja mukavammin kuin missään muualla. Kotiin tultaessa vaihdetaan vaatteiden myötä vapaalle ja ollaan oma todellinen minä. Taulukossa 6 on esiteltyä vastaajien jakautuminen kotivaatteiden käyttötiheyden mukaan. Vajaa puolet vastaajista, 43 prosenttia (n=214), käyttää kotioloissa arjesta poikkeavaa vaateetusta. On yllättävää, että 11 prosenttia (n=55) kyselyyn vastanneista ei tee niin koskaan. Kysymykseen on jättänyt vastaamatta 3 prosenttia (n=16). He eivät joko käytä kotivaatteita tai ovat jättäneet kohdan tyhjäksi muusta syystä, mutta heidän vastaustensa paikkaaminen oli mahdotonta. Huolimatta näinkin suuresta eräkadosta, voi tuloksia tulkita mielestäni luotettavasti. Sen sijaan kommentteissa mainittujen kotivaatteiden osalta täytyy olla hieman kriittinen, koska huimat 35 prosenttia (n=182) kyselyyn vastanneista on jättänyt nimeämättä kotivaatteet. Toisaalta he muodostuvat suurimmaksi osaksi henkilöistä, jotka käyttävät kotivaatetta harvoin tai ei ollenkaan, minkä vuoksi en usko tämänkään eräkadon vaikuttavan merkittävästi tuloksiin.

Taulukko 6. Kotivaatteiden käyttö (kysymys 2.3).

		Käytän kotona kotiasua		
		f	%	Kumulatiivinen %
Valid	en koskaan	55	10,6	10,9
	harvoin	34	6,5	17,7
	melko harvoin	25	4,8	22,6
	joskus	38	7,3	30,2
	melko usein	48	9,2	39,7
	usein	80	15,4	55,6
	lähes aina	126	24,2	80,6
	aina	98	18,8	100,0
	Yhteensä	504	96,9	
Tyhjiä	System	16	3,1	
	Yhteensä	520	100,0	

Kollarit, kolitsit, colleget. Rakkaalla lapsella on monta nimeä, joka tarkoittaa collegehousuja. Seuraavat käsittelemäni tulokset ovat nähtävissä taulukosta 17 (liite 3). Collegehousut

ovat eniten mainittu kotiloissa käytetty vaate, joita aineiston henkilöistä ilmoittaa käyttävänsä joka viides (20 %, n=103). Tästä viidenneksestä lähes aina tai aina ne kotivaatteekseen valitsee noin puolet (49 %, n=50). Verryttelyhousujen, eli verkkareiden, osuus on myös kohdallaisen suuri, sillä kyselyyn vastanneista kymmenesosa (10 %, n=51) pukee ne kotona yleensä. Verryttelyhousut ja collegehousut voivat joillekin olla sama asia, mutta omasta mielestäni verryttelyhousut on valmistettu tekokuidusta, mikä erottaa ne puuvillaisista collegehousuista. Kotiasuna käytetään siis pääasiassa joustavia tai väljiä housuja, jotka sallivat liikkumisen. Vastaaajista pieni joukko mainitsee kotiasunaan farkut (3 %, n=13), mutta heidän vastauksessaan on farkkujen tarkennettu olevan vanhat ja kulutetut, jopa rikkiäiset.

Kotivaatteen yläosassa korostetaan niin ikään väljyyttä ja joustavuutta. Enimmäkseen käytetään t-paitaa, joka kuuluu kaikista vastaaajista laskettuna 16 prosentin (n=83) kotiasuun. T-paidan lähes aina tai aina kyseisistä henkilöistä valitsee reilu puolet (60 %, n=50). Kaikista aineiston henkilöistä t-paitaa ja collegehousuja yhdistelmänä käyttää 5 prosenttia (n=28). T-paidan jälkeen toiseksi käytetyin yläosa on huppari (8 %, n=43). Jalkoihin vetävät villasukat jotakuinkin vuodenajasta riippumatta 4 prosenttia (n=22) vastaaajista.

Kotivaatteissa suosituimmat vaatteiden kankaat ovat neulokset, kuten trikoo- ja collegekangas. Kudottu kangas on puolestaan pellavaa tai pehmeää puuvillaista kangasta, kuten flanelia, joka on saattanut kuluä käytössä puhki. Kukaan kysymykseen kommentoinneista vastaaajista ei mainitse sonnustautuvansa kotonaan tiukkoihin ja liikkumista rajoittaviin vaatteisiin. Tulokset ovat yhteneväisiä E. Heikkilän (2015, s. 53) aineiston kanssa, sillä myös hänen tutkimushenkilönsä vaihtavat kotiin tullessaan jotain mukavaa, rentoa ja kiristämättömää ylle. E. Heikkilän (2015, s. 53) aineistosta löytyy kuitenkin poikkeus, joka on 19-vuotias nuori nainen, joka käyttää kotona vartalonmyötäisiä farkkuja. Myös omassa aineistossani yksi 26–30-vuotias henkilö eroaa mukavien, pehmeiden ja väljien kotivaatteiden käyttäjistä omalla kotivaatetuksellaan. Hän nimittäin vastaa käyttävänsä kotona joskus korkokenkiä. Poikkeusta selittänee se, että hän on mukavaksi vaatteeksi kuvaillut nimenomaan korkokengät eikä mitään muuta. Tämä ei ole kuin yhden ihmisen vastaus, mutta se tukee päätelmää, jonka mukaan kotivaatteilla sekä mielivaatteilla on jonkinlainen keskinäinen yhteys.

Rento **lomapukeutuminen** (liite 1, 3.3) jakautuu kaikkien arvojen kesken jotakuinkin tasaisesti. Aineistosta molempiin ääripäihin ovat vastanneet keskimäärin 6 prosenttia (n=31) henkilöistä ja ääripäiden välille kuhunkin noin 14 prosenttia (n=73). Hajontaa vastausten suhteen esiintyy, koska monet pukeutuvat lomalla mielestään tavallista arkea siistimmin tai hienommin. Kommentteja väittämään on kirjoittanut 3 prosenttia (n=14) vastaajista. Kommenteissa esitettyjen perusteluiden mukaan kotimaan lomille pukeudutaan rennommin, mutta matkustettaessa ulkomaille on pukeutuminen asiallisempaa, etenkin jos kyseessä on kaupunkikohde. Oman kokemukseni mukaan ja tuloksen perusteella uskon, että useampi vastaaja on samaa mieltä, minkä vuoksi se kumoaa oletuksen suomalaisten esiintymisestä ulkomailla huonosti pukeutuneena. Toki poikkeuksia on, ja paljon vaikuttaa lomakohteeseen ja loman tarkoitus. Aiheeseen palaan luvussa 10.

Kysymykseen **mökillä pidettävistä** (liite 1, 3.3) vanhoista vaatteista tai rönttövaatteista, olen paikannut tyhjiä vastauksia, sillä osa kommentoi, että ei käy mökillä koskaan. Tyhjiä vastauksia on täten kaikkiaan 6 prosenttia (n=31). Myös tässä kysymyksessä olivat vastaukset jakautuneet tasaisesti kaikkien arvojen kesken. Kysymys on kuitenkin kaksijakoinen, sillä vanhat vaatteet eivät aina ole rinnastettavissa epäsiisteihin vaatteisiin. E. Heikkilä (2015, s. 54) määrittelee oman aineistonsa pohjalta vanhaksi vaatteeksi vaateen, joka on henkilön pääosaisesta käytöstä poistunut, ei välttämättä ole sopiva käyttäjälleen, on poistunut muodista tai käyttäjä on kyllästynyt siihen, mutta vaate säilytetään koti-, piha- tai mökkivaatteena, koska se on mieluinen. Yhdyn tähän määritelmään.

Lähes aina tai aina vanhoja tai epäsiistejä vaatteitaan käyttää mökillä peräti noin kolmannes (34 %, n=175) vastaajista. Heidän osuutensa on paljon, kun tarkastelee muita kyselyn vastauksia samojen vastausvaihtoehtojen osin. Kaksi vastaajaa mainitsee käyttävänsä kyseisiä mökkivaatteita vain niissä askareissa, joissa on vaarana vaatteiden likaantuminen, kuten puunhakkuu tai remontointi. Kaksi muuta henkilöä korostaa kommenteissaan, että vaikka vaatteet ovat vanhoja, eivät ne ole epäsiistejä. Tässä muutamia lainauksia:

Vain jos teen jotain missä vaatteet likastuvat. (v475)

Valitettavasti käytän rönttiksiä myös kotona ja raksahommissa sekä lenkeillä. ehkä jopa liikaa. (v154)

Juoksutrikoot päällä mökillä. En lue rönttövaatteeksi mutta poikkeaa arkipukeutumisesta. (v171)

Mökkivaatteet on erilaiset muttei "rönttöset", ne on romanttisemmat, countrymmat; mekkoja ja makkaralle rullattuja villasukkia, kaunista mutta arjesta poikkeavaa. (v211)

Joo, mutta toisaalta hifistelen teknisillä erävaatteilla. (v220)

Ennalta muodostamani olettaus mökkivaatteiden nuhjuisuudesta ei siis täysin pidä paikkansa, sillä jotkut eivät tee eroa kotioloissa tai mökillä pidettävien vaatteiden välille. Näin muun muassa oli vastannut neljä henkilöä. Myös vastaaja 220 on poikkeuksellinen siinä mielessä, että hänellä on erikseen mökkivaatteet, mutta hänen mainitsemansa *hifistely* tarkoittaa, että vaatteet ovat kalliit, tässä tapauksessa eräretkiin tarkoitettut vaatteet.

8.6 Mielivaatteet

Kyselyyn ei ole määritellyt mielifaatteita (liite 1, 2.4) noin viidennes (21 %, n=109) vastaajista, joten eräkatu on suuri, minkä vuoksi tilastollisiin tunnuslukuihin tulee suhtautua varauksellisesti. Vastaajista 4 prosenttia (n=21) puolestaan kertoo, että heillä ei ole mielifaattia, vaan he ovat enimmäkseen mielialapukeutujia. Kuitenkin loput vastaajat (75 %, n=390), ovat kuvailleet mielifaatteitaan kaikista kirjallisista vastauksista runsassanaisesti, joten en ole kyseistä osiota halunnut jättää tutkimuksestani pois. Olen muodostanut mielifaatteista taulukon 18 (liite 3), joka keskittyy vaatekappaleisiin, ja taulukon 19 (liite 3), jossa on muita mielifaateaineistosta poimittuja koodeja. Käsittelen tässä luvussa kyseisiä taulukoita.

Kaiserin ym. (1993, ss. 30–37) tutkimuksessa tuli esille, että mielifaatteet merkitsevät naisille enneminkin vaateen luomaa tunnetilaa ja miehille ne edustavat omaisuutta. En omassa tutkimuksessa ole ottanut kuitenkaan sukupuolittaisia eroavaisuuksia huomioon, vaan olen tarkastellut niitä yleisellä tasolla. Oman aineistoni vastaajat määrittelevät mielifaatteensa käyttötarkoituksen, tilaisuuden ja vuodenajan mukaan. Kesäisin mielifaatteet ovat kevyitä ja talvella lämpimiä (vrt. Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 186). Kaksi vastaajaa on tarkentanut, että heidän vastaukseensa on vaikuttanut talvinen vuodenaika, mutta he ovat jättäneet kertomatta, mikä heidän mielifaatteensa kesäisin on.

Mielifaatteitaan kuvailleesta 75 prosentin (n=390) joukosta viidennes (20 %, n=79) erittelee mielifaatteensa kaikille elämäalueilleen, kuten kotiin, töihin ja juhliin. Mielifaatekappaleet eivät siis poissulje toisiaan, sillä mielifaattat voivat olla töissä farkut ja juhliissa mekko. Tämän mainitsemani viidenneksen kotona käytettävä mielifaasu vastaa heidän kuvailuaan koti-faateesta; asu on pääasiassa collegevaatetusta tai muuta mukavaa ja joustavaa päälle-pantavaa.

Sitä vastoin mielivaatteitaan kuvalleesta 75 prosentista 15 prosenttia (n=59) käyttää samaa mielivaatetta kaikissa tilaisuuksissa, kuten töissä ja juhlissa (liite 3, taulukko 19). He muuttavat vaateen käyttöyhteyteen sopivaksi koruilla tai muilla asusteilla tai yhdistävät sen toiseen vaatekappaleeseen. Myös E. Heikkilä (2015, s. 75) tarkasteli tutkimuksessaan mielivaatteita, ja hänen mukaansa vaateen muunneltavuus on mielivaatteen yksi keskeisimmistä ominaisuuksista. Anna-Mari Raunio (1996) on tehnyt tutkimuksen mielivaatteista käsitönohjoittajaksi opiskelevien keskuudessa käyttäen narratiivista tutkimusmenetelmää. Raunion (mt. s. 184) tuloksissa on havaittavissa samankaltaisuutta; vaate on mieluinen, jos sitä voi käyttää monessa tilaisuudessa. Kaiserin ym. (1993, ss. 35–37) tutkimuksessa etenkin naisilla esiintyi niin ikään tätä mielivaatteen monipuolista käyttöä. Kaiser (1998, ss. 583–586) on kuvaillut kyseistä mielivaatteen muunneltavuutta asiayhteyteensä sopivaksi termillä *contextual flexibility*. Hänen mukaansa (mt., ss. 583–584) tietyn mielivaatteen voi erilaisten asuyhdistelmien ansiosta pukea hienommaksi (*dress up*) tai vähäpätöisemmäksi (*dress down*).

Mukavaksi mielivaatteensa kuvailee kyselyyn vastanneista 10 prosenttia (n=53) ja rennoksi vain 6 prosenttia (n=32) (liite 3, taulukko 19), joten tämä sekä Kaiserin ym. (1993, s. 35) tutkimus todistavat mukavan vaateen sekä mielivaatteen yhteyden toisiinsa. Moni kirjoittaa pukeutuvansa mielivaatteisiinsa jokainen arkipäivä joko työhön tai aina kotiin tullessa. En ole kysynyt lomakkeessa, kuinka usein mielivaatteita käytetään, joten merkittävästi tilastollisia johtopäätöksiä en voi asiasta tehdä. Jos sama vaate on jokainen arkipäivä käytössä, voisi sen kuvitella olevan likainen ja epäsiisti. Tämän vastaajat ovat ratkaisseet ostamalla samaa vaatetta useita kappaleita yleensä eri väreissä. Vastaajat myös kertovat käyttävänsä mielivaatteensa loppuun, kunnes sen korjaaminen tai paikkaaminen ei ole enää mahdollista. Mielivaate tuo kantajalleen rohkeutta, itsevarmuutta sekä turvallisuuden tunnetta, niin myös Raunio (1996, ss. 186–187) tutkimushenkilöille. Joskus mielivaatetta käyttämällä halutaan päinvastaisesti sulautua joukkoon ja olla muilta piilossa (vrt. Heikkilä, E., 2015, s. 77; Kaiser ym., 1993; Raunio, 1996, s. 187).

Yleensä laitan ne [mielivaatteet] päälle silloin, kun tarvitsen lisäpiristystä tai en halua miettiä pukeutumista tarkemmin, lempivaatteen tietää toimivan aina. (v206)

Jos olo on huono tai minulla on huono päivä, puen ylleni jotain vähän hienompaa ja laittaudun vähän enemmän. Näin toisinaan saan huijattua "itseäni" ja olo kohenee. (v255)

Laitan päälle ne [mielivaatteet] silloin kun on vaikea päättää mitä laittaisi päällensä tai on menossa tapaamaan sellaisia ihmisiä joita ei tunne. (v212)

Matkustaessa paksut leggingsit ja "telttä"-mallinen paita/tunika maksimoimaan mukavuutta. Pitkät hihat tuovat turvallisuuden tunteen. (v377)

Hyvät farkut, joita minulla on kahdet; sinisenä ja mustina. Muita housuja en tarvitse. Farkkujen kanssa sopii moni vaate ja niihin on helppo yhdistellä erilaisia puseroita ja tunikoita. (v351)

Mentaalitakki, eli harmaa neuletakki, minkä ulkopuolella pysyy kaikki maailman pahat asiat. (v8)

Äidin tekemät vaatteet, yhdessä suunnittelemamme vaatteet ovat tärkeitä, koska äiti kuoli akuutisti pari vuotta sitten. (v447)

Niihin [mielivaatteisiin] liittyvät yleensä iltapalan nauttiminen rauhassa sohvalla tv:n ääressä, yhdessäolo ja rentoutuminen. (v461)

Vastaajien 212, 377 ja 8 kommentteista on rivien välissä luettavissa henkilöiden suojautumishalu muita ihmisiä vastaan. He haluavat tuntea olonsa lämpimäksi ja mukavaksi. Tämä ilmentää Flügelin (1950, ss. 77–78) ajatuksia pukeutumisen suojaavuudesta; epäystävällisyyttä ja uusia tilanteita halutaan torjua kietoutumalla suojaaviin, lämpöä tuoviin vaatteisiin (vrt. Raunio, 1996, s. 186). Viimeisen lainauksen (v461) mielivaatteen käyttöyhteys ja siihen liittyvät toimintamallit luovat rutiinillaan käyttäjälleen turvallisuudentunteen (vrt. Kaiser ym., 1993, ss. 33–36). Käytettävät mielivaatteet merkitsevät kyseiselle henkilölle myös rentoutumista ja vapautumista, ja hän tuntee olonsa mukavaksi.

Edellisistä kommenttien poiminnoissa on mainittu itse tehdyt vaatteet (v477), jotka ovat koko aineistossa 3 prosentin (n=18) mielivaatteita (liite 3, taulukko 19). Vaate on useimmissa tämän ryhmän vastauksissa joko ommeltu mekko tai neulottu paita tai asuste. Vaatteen ei välttämättä tarvitse olla edustava, se voi olla jopa ruma, mutta siihen liittyvä tarina ja muisto tekevät vaatteesta mieluisan. Jos vaate on jonkun muun tekemä ja lahjaksi saatu, muistuttaa se tekijän ja vaatteen omistajan välisestä suhteesta, jonka vuoksi vaatteesta on tullut rakas. Samaan tulokseen on päätyntä E. Heikkilä (2015, ss. 80–81). Raunion (1996, ss. 183–184) aineistossa niin ikään esiintyy itse tehdyt vaatteet, mutta Raunion (mt., 186) tutkimushenkilöillä korostuu vaatteen tuottamisen koko prosessi suunnittelusta valmistukseen, mikä on tehnyt vaatteesta mieluisan. Kuitenkin hänen (mt., ss. 187–188) aineistossaan henkilöt eivät ole yhteydessä tehtyihin vaatteisiin, vaan mielivaatetta on käytetty jonkin henkilön seurassa, mikä puolestaan muistuttaa lämpimästä tunteesta (vrt. Kaiser ym., 1993, ss. 33–36).

On mielenkiintoista, että muissa kategorioissa suositut collegevaatteet ovat kyselyn vastaajien keskuudessa vain 7 prosentin (n=37) mielivaate (liite 3, taulukko 18), vaikka mielivaatteella ja kotivaatteella on jonkinasteinen yhteys keskenään. Yhtä monta mainintaa ovat saaneet t-paita sekä legginsit. Neuleet ovat merkittävästi koko aineistossa lähes neljänneksen (24 %, n=125) mielivaate (liite 3, taulukko 18). Myös edellä poimituissa lainauksissa (s. 76) on vastaaja 8 maininnut mentaalitakkinaan juuri neuleen. Neule on toiseksi mainituin mielivaate farkkujen jälkeen. Farkut on maininnut aineistossa mielivaatteekseen reilu neljännes (28 %, n=147) (liite 3, taulukko 18). Lempifarkkujen mallit vaihtelevat kaikkea tiukkojen pillifarkkujen ja väljien puhkikulutettujen välillä. Niin ikään E. Heikkilän (2015, s. 75) haastateltavat ovat maininneet farkkuja suosikeikseen. Juhlissa farkkuja siistimmän yläosan kanssa sanoo käyttävänsä viisi henkilöä (1 %). Tosin kukaan heistä ei kerro juhlan luonteesta, mutta profiilien perusteella he ovat silloin tällöin valmiita tinkimään juhlapukeutumisensa mukavuudesta. Kaikki nämä viisi asuvat pääkaupunkiseudun ulkopuolella ja käyttävät farkkuja lähes aina. Yhtä lukuunottamatta he ovat vastoin omia ennakkokäsityksiäni naisia. Tämä voi kumota käsityksen miesten käyttävän farkkuja juhla-vaatteena, mutta frekvenssi on niin pieni, että tästä ei voi tehdä edes heikosti päteviä päätelmiä. Mielivaatteena juhlassa ovat aineiston naiset vastanneet käyttävänsä pääasiassa mekkoa. Kolme miestä kertoo mielivaatteekseen puvun, yhdellä heistä se on frakki. (liite 3, taulukko 18.)

Joidenkin mielestä epämiellyttäväksi koetut sukkahousut ovat koko aineistosta laskettuna mielivaate 3 prosentille (n=18) vastaajista (liite 3, taulukko 18). Lempisukkahousut ovat mielellään paksut ja mustat, ja niitä käytetään yhdessä hameen tai mekon kanssa. Hame on mielivaate lähes joka kymmenennelle (9 %, n=45) aineiston henkilölle ja mekko mielestäni merkittävästi lähes joka viidennelle (19 %, n=100) (liite 3, taulukko 18). Naisista ja muun sukupuolen edustajista (82 %, n=427) laskettuna mekko on mielivaate lähes neljännekselle (23 %, n=100). Mielimekkoja käytetään tilaisuuden luonteesta riippuen arjessa tai juhlassa. Kukaan ei mainitse mielimekokseen pitkää iltapukua, mutta joku on saattanut käyttää siitä termiä mekko. Luulen, että henkilö olisi kuitenkin tarkentanut tällöin vastaustaan. Kaiserin ym. (1993, ss. 35–36) tutkimuksessa naisten mielivaatteissa korostuikin vaatteiden käytännöllisyys ja monipuolisuus, joten luulen, että oman aineistoni naiset ajattelevat samoin, minkä vuoksi iltapuku ei kuulu naisten mielivaatteisiin.

Yllätyksekseni jalkineiden maininta mielivaatteena nousee aineistosta esiin. Yhteensä 8 prosenttia (n=39) kyselyyn vastanneista kuvailee mielivaatteekseen jonkin kenkämallin (liite 3,

taulukko 18). Suosituimpia mielikenkiä ovat korkokengät, mutta maihinnousukengät, kävelykengät tai *nilkkurit* mainitaan niin ikään useita kertoja. Nämä ovat kaukana niistä mielikuvista, että suomalaiset aina pukeutuisivat ”lenkkareihin ja tennareihin”. Myös korut ja solmiot kuuluvat monen mielivaatekokonaisuuteen. Asusteiden avulla joko muunnellaan vaatetta käyttötarkoituksesta toiseen tai asuste itsessään on mielivaate. Huivit mainitaan mielivaatteena kaikista aineiston vastauksissa 4 prosentissa (n=21) ja villasukat 6 prosentissa (n=32). (liite 3, taulukko 18.)

Tumma väri liitetään toisinaan uhkaan (Jacobson, 2009, ss. 29–31), mutta skandinaavisessa ja suomalaisessa pukeutumisessa se voi merkitä joukkoon sulautumista. Se on helppo yhdistää muiden vaatteiden kanssa ja sitä voi piristää jollakin värillä. Mielivaatteen värinä mainitaan musta tai tummasävyinen yhteensä 18 prosentissa (n=92) aineiston vastauksissa (liite 3, taulukko 19). Kun tähän lukuun lisätään yksiväristen vaatteiden suosijat, pitää yksiväristä vaatetta mielivaatteenaan lähes neljännes (24 %, n=126). Vastaajat ovat mieltyneetkin yksivärisiin vaatteisiin monivärisiä vaatteita enemmän, sillä vain 3 prosenttia (n=17) mainitsee monivärisen vaatteen mielivaatteenaan. Olen monivärinen-koodin alle koodannut myös niiden henkilöiden vastaukset, jotka ovat vastanneet mielivaatteekseen värikkään vaatteen, vaikka värikäs voi todellisuudessa olla yhtä hyvin esimerkiksi yksivärinen sitruunankeltainen. Siinä tapauksessa tämä vähentää moniväristen ja lisää yksiväristen vaatteiden käyttäjiä, mutta kokonaisuuden kannalta sillä ei ole suurta merkitystä, sillä vastaajat ovat mieltyneitä yksivärisiin vaatteisiin.

Mielivaate voi siis olla joko perusvaate, erikoinen, muodollinen tai kotivaate, tumma tai värikäs, yksivärinen tai kirjava, mutta yhteistä kaikille on, että se on henkilön mielivaate, koska hän viihtyy siinä (vrt. Kaiser ym., 1993). Tämä tukee luvussa 8.1 esittämäni tulkintaa (ss. 59–60), että mukava vaate on mielivaate. Merkille pantavaa on, että perusvaatteina usein käytettävät farkut ja neuleet ovat vastaajien mielestä myös mielivaatteina eniten mainintoja saaneita vaatekappaleita.

9 Vaikutustekijät

Tämä luku vastaa kolmanteen tutkimuskysymykseen: Mitkä tekijät vaikuttavat suomalaisten pukeutumiseen ja missä suhteessa. Aloitan tarkastelemalla kokonaisuuteen eli tyyliin vaikuttavia tekijöitä luvussa 9.1. Lapsien vaikutuksesta pukeutumiseen kirjoitan luvussa 9.2. Rentoon ja mukavaan pukeutumiseen vaikuttavat tekijät ovat luvun 9.3 näkökulmana. Koska muoti liitetään vahvasti pukeutumiseen ja vaatteisiin, käsittelen muodin vaikutusta pukeutumiseen luvussa 9.4. Viimeisessä luvussa 9.5 tutkin, mistä vastaajat hankkivat vaatteensa ja mikä merkitys hankintapaikoilla on suhteessa pukeutumiseen.

9.1 Vaikutteet tyylin taustoilla

Taustatekijöitä (liite 1, 1.1–10) tarkasteltaessa suhteessa oman tyylin tuntemiseen (liite 1, 3.2) sain selville, että ainoastaan 20–25-vuotiaat ovat muita ikäluokkia epävarmempia omasta tyylistään. Ruohosen (2001, ss. 160–173) tulosten perusteella nuoret haluavat tietoisesti erottua aikuisista, he kokeilevat erilaisia tyylejä eikä heillä välttämättä ole kokemusta pukeutumisen tilannesidonnaisuudesta. Ruohosen (mt., s. 41) mielestä ihmiset tulevat vanhetessaan varmemmaksi omista mieltymyksistään. Crane (2000, s. 179) kirjoittaa tekstissään samoin. Heidän mielipiteensä tukevat teoriaani, jonka mukaan nuorten identiteetti ja itsetuntemus eivät ole yhtä kehittyneet kuin aikuisilla. Tutkiessani ilmiötä ristiintaulukoimalla oman tyylin tuntemisen (liite 1, 3.2) suhteessa sukupuoleen sekä ikäjakaumaan (liite 1, 1.1–2), havaitsin, että nuoret naiset ovat muita sukupuolia varmempia omasta tyylistään. Erityisen epävarmoja pukeutujia ovat 20–25-vuotiaat miehet.

Eniten vaikutusta oman tyylin tunnistamiseen taustatekijöistä on kuitenkin koulutuksella (liite 3, taulukko 20), mikä on niin ikään tulkittavissa Ruohosen (2001, ss. 160–164) tuloksista. Taulukosta voi havaita, että harva korkean tutkinnon (yliopisto, sis. alemman ja ylemmän tutkinnon, lisensiaatti tai tohtori) suorittanut sanoo olevansa väittämän *3.2 Tunnen oman tyylini* kanssa eri mieltä ja vastaavasti harva peruskoulun suorittanut sanoo olevansa samaa mieltä. Tulotaso ei selittäne ilmiötä, sillä alemman koulutuksen käyneillä voi olla jopa paremmat tulot kuin korkeasti koulutetuilla. Oletan, että tähän vaikuttaa ennemminkin koulutuksen yhteydessä ilmenevät virallisuudet, esimerkiksi yliopiston akateemiset juhlat, joissa vaaditaan pukukoodin mukaista pukeutumista, minkä vuoksi korkeasti koulutetut ovat tottuneet kiinnittämään pukeutumiseensa enemmän huomiota (vrt. Lönnqvist, 2008, ss. 26–28). Toisaalta korkeasti koulutettujen vastaajien frekvenssien vähäinen määrä muihin luokkiin

verrattuna (liite 3, taulukko 20) täytyy ottaa huomioon, mutta merkittävää on, että taulukon mukaan yliopistotutkinnon suorittaneet, joita on aineistossani eniten, eivät ole väittämän kanssa juuri lainkaan eri mieltä.

Varallisuudella (liite 1, osio 6) on paljon vaikutusta pukeutumiseen. Tätä on jokseenkin tai täysin samaa mieltä peräti 77 prosenttia (n=401) vastaajista. Seuraavat lainaukset olen poiminut kyselyn eri osioiden kommentteista:

Tuntisin sen [tyylin] paremminkin, mutta totaalinen rahanpuute estää uusimasta vaatevarastoa tiiviiksi ja mieluisaksi. Vaate kerrallaan ja vähitellen myös poistoon. (v88)

Kotihoidon tuella ei juuri shoppailla. (v227)

Selvää on, että en osta nykyisin [opiskelijana] yhtä paljon kuin kuukausipalkkalaisena. (v376)

Köyhyysrajan alapuolella eläessä valinnanvaikeus harvoin on ongelma. Uusia vaatteita ostetaan vanhojen rikkinäisten tilalle, ei rinnalle. (v267)

Itselläni tämä ei vaikuta, hauskaa on kun näkee miten se joillain vaikuttaa. (v154)

En usko, että viimeisin lainaus (v154) on tarkoitettu loukkaavaksi vähävaraisia kohtaan, vaan vastaaja enneminkin kritisoi perustelullaan sitä, että jotkut ihmiset haluavat pukeutumisessaan korostaa muotimerkkien merkitystä ja pukeutua merkkien logoilla varustettuihin vaatteisiin nostaakseen omaa statusarvoaan muiden silmissä. Tämän perusteella tarkastelin varallisuuden merkitystä suhteessa hintavien merkkivaatteiden käyttöön regressioanalyysin, ristiintaulukoinnin sekä korrelaatiokertoimen avulla. Tulosten mukaan varallisuudella ei kuitenkaan ole kalliiden merkkivaatteiden käytön suhteen mitään merkitystä. Riippumattomuutta selittänee osaltaan se, että jotkut ostavat hintavia merkkivaatteita poisto- ja alennusmyynneistä tai käytettyinä, jolloin vähävaraisillakin on niihin varaa.

Luvussa 8.4 toin esille varallisuuden vaikutuksen pienien ja suurien vaatteiden käyttöön. Tutkiessani vaikutusta tarkemmin sain selville, että varallisuus vaikuttaa enemmän pienien kuin suurien vaatteiden käyttöön. Tulos ei ollut huomattavissa niinkään määrällisiä menetelmiä käyttämällä, vaan useiden väittämäkysymysten kommentteja tarkastelemalla. Vastajat kertovat käyttävänsä pieniä vaatteita muun muassa sen vuoksi, että heillä ei ole varaa ostaa uusia. Suuria vaatteita puolestaan on helpompi pienentää tai modifioida uudeksi vaatekappaleeksi, minkä vuoksi uusien vaatteiden kustannuksissa voi säästää.

Varallisuus ja **vaatteiden tekeminen** (liite 1, osio 6) eivät kuitenkaan ole riippuvaisia toisistaan. Päinvastoin; mitä enemmän varallisuus vaikuttaa pukeutumiseen sen vähemmän vaatteita tehdään itse (liite 2, kuva 17). Lähes puolet (49 %, n=255) vastaajista ei valmista vaatteita koskaan. Käsitöitä tärkeimpinä harrastuksinaan pitää kuitenkin 28 prosenttia (n=145) aineiston henkilöistä, ja aikaa niihin kulutetaan 1–50 tuntia viikossa. Eniten ommellaan vaatteita tai neulotaan asusteita. Käsityöharrastus korreloi kohtalaisesti mekkojen tai hameiden käytön suhteen, sillä se saa Spearmanin korrelaatiokertoimen arvon $r=-0,185$. P-arvo jää alle 0,05:n, mutta erehtymisriksi on silti vain noin 3 prosenttia, kun $p=0,028$. Täytyy ottaa huomioon aineiston suuruus, joten tilasto vaikuttaa luotettavalta ja oman kokemukseni mukaan loogiselta; usein ompelua, eli käsitöitä, harrastavat ompelevat yksinkertaisia (trikoo)mekkoja ja hameita niiden helppouden ja nopean valmistuksen vuoksi.

Uotila ja Koskennurmi-Sivonen (2007, s. 184) kirjoittavat, että valtaosa suomalaisista on arvostanut vaatteissaan yleispätevyyttä ja mukavuutta **istuvuuden** (liite 1, osio 6) kustannuksella. Oma aineistoni ei tue heidän väitettään, sillä vaatteiden istuvuus korostuu vahvasti eri osioiden vastauksissa. Vastaajista vain 3 prosenttia (n=16) on sitä mieltä, että vaatteen istuvuudella ei ole pukeutumisen kannalta merkitystä (liite 1, osio 6). Istuvuuden suhteen ilmenee eriasteista korrelaatiota, mutta merkittävintä korrelaatio on paitsi vaatteiden miellyttävyyden (liite 1, osio 5) myös vaatteiden paikallaan pysymisen suhteen (liite 1, osio 5). Hieman ehkä yllättäenkin vaatteen istuvuus korreloi (Pearson $r=0,243$; $p > 0,001$) juhlavaatteeseen liitettävään epämukavan olon tunteen kanssa (liite 1, osio 5). Voisiko tämä olla yhteydessä luvussa 9.1 esittämäni kommenttiin naisten olkaimettomien mekkojen nostelusta? Todennäköisesti, ja kuvan 18 (liite 2) havaintokuviosta voikin huomata määritteiden välillä olevan yhteyttä, vaikka tilastollisesti ilmiö ei ole ennustettavissa. Tulosta tarkastellessa täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että tavalliselle kansalaiselle istuvuus merkitsee todennäköisesti sopivaa vaatetta, sillä oikeanlaisen istuvuuden huomaaminen voi olla asiaan perehtyneelle ammattilaisellekin joskus haastavaa, sillä se vaatii oppineisuutta ja työkokemusta.

Alkuolettamukseni mukaan **työ** (liite 1, osio 6) vaikuttaa henkilön pukeutumiseen. Vaikka aineistosta tutkimieni suhteiden mukaan näin ei ole, vastaajat itse kokevat työn vaikuttavan heidän pukeutumiseensa jossain tai täysissä määrin jopa 83 prosenttisesti (n=433). Tarkastelin heidän kirjoittamiaan tarkennuksia, joista tässä muutama lainaus:

Työ vaikuttaa työpukeutumiseen, mutta ei vapaa-ajalla, eikä näin ollen "pukeutumisen kokonaisuuteen". (v232)

Töissä on oltava tarkempi helman pituuden ja kaula-aukon laajuuden suhteen. (v91)

Työpukeutumiseen kuuluu työpaita ja kengät, usein jalassa on tällöin farkut. Yliopistoon ja vapaa-ajalle pukeudun yleensä siistimmin, kun kuljen täysin omissa vaatteissani. (v412)

Työpaikallani käytetään työnantajan tarjoamaa vaateetusta ja välineistöä. (v154)

Kommentit vahvistavat hypoteesini kumouksen, eli työ ei vaikuta henkilön pukeutumiseen ja tyyliin. Pikemminkin henkilön tyyli vaikuttaa työpukeutumiseen. Vastaajat ovat edellä esitetyn väittämän kanssa samaa mieltä, koska he ovat ymmärtäneet kysymyksen työn vaikutuksesta pukeutumisen tilannesidonnaisuuteen tarkoittavan, että työ vaikuttaa työpukeutumiseen, mutta ei vapaa-ajan pukeutumiseen. Tätä päätelmää vahvistaa työn kohtalainen korreloiminen (Spearman $r=0,150$; $p=0,001$) tilannesidonnaisen pukeutumisen (liite 1, 3.2) ja sitä merkittävämpi korreloiminen (Spearman $r=0,321$; $p > 0,001$) asianmukaisen työpukeutumisen (liite 1, 3.2) kanssa. Myös E. Heikkilän (2005, ss. 56–62) tutkimuksen naisille on merkitystä niillä signaaleilla, joita he nimenomaan työpukeutumisellaan viestittävät, joten työssä halutaan olla asianmukaisia ja siten työ vaikuttaa työpukeutumiseen.

Työ ei voi olla myöskään tiedostamaton vaikutustekijä, sillä edellä esittämäni mukaan ei yhteyttä ilmene suhteessa muuhun pukeutumiseen tai tyyliin. Tämä on erittäin mielenkiintoista. Voihan toki olla, että työ ja ammatti ovat niin syvään juurtuneita henkilön identiteettiin, että pukeutumistyyli on mukautunut henkilön eletyn elämän myötä, minkä seurauksena tyyli on muuttunut huomaamatta. Tai vaihtoehtoisesti halutaan pukeutua täsmälleen päinvastoin kuin työ edellyttää. Omalla kohdallani kävi näin, kun eräässä työssä minun tuli käyttää mustia suorja housuja ja paitapuseroa. Tämä menneisyys on vaikuttanut tämän päivän tyyliini siten, että en pukisi kyseisiä vaatteita ylleni kuin pakon sanelemana. Työn vaikutus pukeutumiseen on ristiriitaista ja esimerkki tiedostamattomasta pukeutumisesta. Tätä olisi tarpeen tutkia lähemmin, sillä tiedän muilla henkilöillä olevan vastaavanlaisia kokemuksia.

Vain 3 prosenttia ($n=14$) vastaajista on sitä mieltä, että **harrastukset** (liite 1, osio 6) eivät vaikuta heidän pukeutumiseensa, mutta 14 prosenttia ($n=72$) on sitä mieltä, että ne vaikuttavat. Liikunta on tärkeimpiä harrastuksia (liite 1, 7.1) 40 prosentille ($n=210$) kyselyyn vastanneista. Urheilua sen sijaan ei pidä tärkeimpänä kuin 13 prosenttia ($n=67$). Voisi kuvitella,

että nämä harrastukset korreloisivat voimakkaasti liikunta- ja urheiluvaatteiden käytön suhteen, mutta tämä ei pidä paikkansa. Sen sijaan kun tarkastelin harrastuksia yleisesti, huomasin että ne vaikuttavat jonkin verran liikunta- ja urheiluvaatteiden käyttöön. Lineaaristen havaintokuvioiden (liite 2, kuvat 19–22) perusteella harrastukset ylipäänsä vaikuttavat kohdallisesti liikunta- ja urheiluvaatteiden toistuvaan käyttöön. Myös Pearsonin korrelaatiokerroin antaa näille arvot $r=0,226-0,264$, joissa kaikissa $p > 0,001$.

Enemmän liikunta- ja urheiluvaatteiden käyttö korreloi suhteessa toisiinsa, mikä on nähtävissä aiemmin esitetystä taulukosta 4 (s. 56). Spearmanin korrelaatiokertoimet ovat näissä kategorioissa $r=0,269-0,452$, joissa kaikissa $p > 0,001$. Liikunta- ja urheiluvaatteet korreloivat myös muiden kyselyssä esitettyjen vaatekappaleiden suhteen, mutta kertoimet jäivät alle 0,200:n. Samanlaista korrelaatiota ilmenee käytännöllisten, rentojen sekä mukavien vaatteiden käytössä. Liikunta- ja urheiluvaatteet eivät kuitenkaan ilmennä minkäänlaista riippuvuutta tai suhdetta tarkastellessa pukeutumista kokonaisuutena.

Kerrospukeutuminen (liite 1, 3.3) ja **sään** (liite 1, osio 6) mukainen pukeutuminen korreloivat ulkoasusteiden käytön (liite 1, 2.2) suhteen, ja palelemisen tunne (liite 1, 3.3) puolestaan korreloi sisällä pidettävien asusteiden käytön (liite 1, 2.3) kanssa. Mitä useammin henkilö pukeutuu sään mukaisesti, sen todennäköisemmin hän pukeutuu kerroksittain ja sitä todennäköisemmin hän käyttää ulkona asusteita. Sisällä puolestaan käytetään pääasiassa huiveja, joskus pipoa. Pipo on siis säilyttänyt muodikkuutensa lähes vuosikymmenen ajan, sillä erityisen muodikas se oli Uotilan ja Koskennurmi-Sivosen (2007, s. 186) artikkelin kirjoittamisen aikaan. Poikkeuksen asusteissa muodostavat villasukat, jotka ovat suosituimmat käytetyt asusteet niin ulkona kuin sisällä. Valtaosa vastaajista käyttää niitä syksystä kevääseen, mutta jotkut eivät rajoita käyttöä vuodenaikoihin. Villasukkia pidetään myös sellaisissa työtehtävissä (esimerkiksi opettajat ja puutarhurit), joissa on sallittua ja mahdollista käyttää niitä.

Kysymys **sairauden** (liite 1, osio 6) vaikutuksesta on ymmärretty kahdella tavoin: henkilöt ovat käsittäneet sen koskevan joko perussairautta tai kehitysvammaa tai vaihtoehtoisesti heidän sairastuvan itse esimerkiksi flunssaan. Tämän vuoksi en voi tuloksista tehdä luotettavia tilastollisia päätelmiä, sillä frekvenssit jakautuvat suhteellisen tasaisesti arvojen kesken, joten en paneudu tähän lähemmin. Aineistokseni kuitenkin nousee esille vaatteiden yhteys mielialaan. Kaiserin ym. (1993, s. 35), Kaiserin (1998, s. 175) sekä Barnardin (1996, s. 57)

mukaan henkilöt, joilla on huono itsetunto ja joilla esiintyy masennusta, voivat vaatteiden avulla nostattaa itsetuntoaan. Oman aineistoni henkilöt kokevat samoin. He säätelevät vaatteilla mielialaansa eli olotilaansa; kun on huono päivä, valitaan mukavammat vaatteet mielialaa kohentamaan.

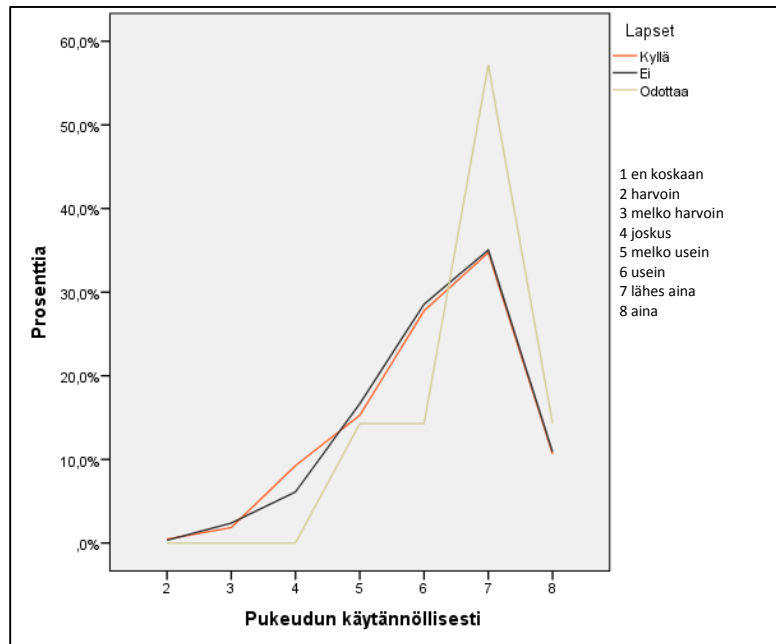
Vaikutustekijöiden vapaasti nimettävissä olevassa vastauksessaan (liite 1, osio 6) henkilöt ovat kirjoittaneetkin mielialan olevan eräs pukeutumiseen voimakkaasti vaikuttavista tekijöistä. Myös värien vaikutus sekä vartalon fyysiset mittasuhteet korostuvat useissa vastauksissa. Vaikka nämä, etenkin värit, ilmenevät aineiston muissa osioissa hieman, en ole tässä yhteydessä tarkastellut niitä lähemmin, koska mainintoja on vain muutamia. Niistä ei siis olisi ollut mielekästä tehdä tilastollisia tunnuslukuja.

9.2 Lapsiperheet vs. lapsettomat

Aineistossa yli puolen, 53 prosentin (n=274), tärkeimpiin harrastuksiin (liite 1, 7.1) kuuluu ajanvietto ystävien ja perheen kesken. Sillä ei ole mitään suoranaista vaikutusta pukeutumiseen, mutta epäsuorasti se näkyy alle kouluikäisten lasten vanhemmilla, jotka pukeutuvat pääasiallisesti säiden mukaan ja käyttävät mukavaa kotivaatetusta. Vanhempainvapaalla olevat henkilöt viettävät aikaa ulkona lastensa kanssa ja tästä johtuen käyttävät muita useammin ulkoilupukuja ja vaellus- tai ulkoilujalkineita.

Vastaajat itse kokevat, että vanhemmuus (liite 1, osio 6) jokseenkin vaikuttaa heidän käytännölliseen pukeutumiseensa. Väittämän kanssa lähes samaa tai samaa mieltä ovat aineiston henkilöistä 13 prosenttia (n=60), täysin eri mieltä 23 prosenttia (n=117) ja ei samaa eikä eri mieltä 22 prosenttia (n=115). Kahteen viimeisimpään mielipiteeseen on vaikuttanut lapsettomien vastaukset. Tilasto on tämän vuoksi hieman vääristynyt, sillä *täysin eri mieltä* on eri asia kuin neutraali *en samaa enkä eri mieltä*. Aluksi ajattelin paikata lapsettomien vastaukset tyhjiksi, mutta tulin ajatelleeksi, että heillä voi silti olla mielipide. Tämä ilmenee kommenttikentästä, jossa joidenkin lapsettomien henkilöiden perustelut mielipiteelleen ovat jotakuinkin vastaavat kuin perheellisten vastauksissa. Päätin sen vuoksi säilyttää vastaukset sellaisenaan, mutta tulokseen tulee suhtautua kriittisesti.

Alkujaan oletin, että käytännöllisten vaatteiden käyttö (liite 1, 3.3) on suoraan riippuvainen suhteessa henkilön mahdollisiin lapsiin (liite 1, 1.6). Kuitenkin saamani tulokset yllättivät minut. Kuvasta 10 voi nähdä, että lapsilla ei ole merkitystä pukeutumisen käytännöllisyyteen, koska käyrät ovat lähes samanlaiset. Poikkeuksen muodostavat ainoastaan odottavat vanhemmat, mutta heitä on yhteensä vain seitsemän vastaajaa, minkä vuoksi oletan tilastollisen eroavaisuuden olevan kuvassakin huomattava.



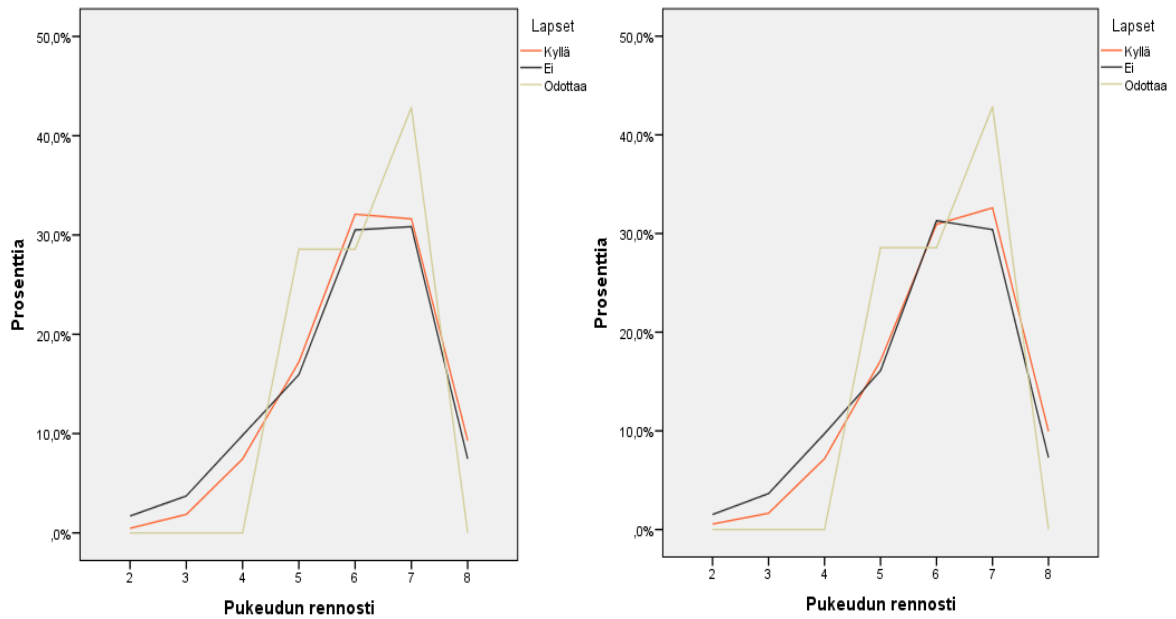
Kuva 10. Käytännöllisten vaatteiden käyttö (kysymys 3.3) jaettuna lapsiperheittäin (kysymys 1.6).

Ristiintaulukoin käytännöllisten vaatteiden käytön lasten sekä asuinpaikan suhteen. Tulokset ovat nähtävissä taulukosta 21 (liite 3), joka on jaettu kahdelle sivulle kokonsa vuoksi. Merkillepantavaa taulukossa on, että kaupunkialueella asuvat henkilöt, joilla ei ole lapsia, pukeutuvat paljon muita käytännöllisemmin, mutta taajama-alueella tai kirkonkylässä asuvat henkilöt, joilla on lapsia, pukeutuvat lapsettomia käytännöllisemmin. Sama tulos on tulkittavissa haja-asutusalueella asuvien henkilöiden suhteen, mutta solujen frekvenssit ovat valtaosin alta viiden vastaajan, joten tilastoa ei voi pitää luotettavana. Odottavia henkilöitä on niin vähän, että heidän osaltaan en voi muodostaa tilastollisesti päteviä tulkintoja. Muilla taustatekijöillä ei ole juurikaan vaikutusta käytännöllisesti pukeutuvien vaatetukseen, vaan käytännölliseen pukeutumiseen lapsiakin enemmän vaikuttavat sääolosuhteet.

Näiden tulosten yllättävyyden vuoksi ryhdyin tarkastelemaan lasten vaikutusta kokonaisvaltaisesti suhteessa muuhun pukeutumiseen. Sain jokaisessa kategoriassa samansuuntaisia vastauksia; lapsettomat kiinnittävät lapsiperheellisiä enemmän huomiota pukeutumiseensa

(liite 1, 3.2) ja käyttävät lapsiperheellisiä useammin tyyllisesti toisiinsa sopivaa (liite 1, 3.3) tai säänmukaista (liite 1, 3.3) vaatetusta. Lapsiperheelliset puolestaan pukeutuvat hieman muita rennommin. Lähipiiri (liite 1, osio 6) korreloi Spearmanin kertoimen mukaan kohtalaisesti ($r=0,306$, $p > 0,001$) suhteessa vanhemmuuteen (liite 1, osio 6), mutta lähipiirin vaikutus pukeutumiseen on heikkoa; vain 6 prosenttia ($n=33$) vastaajista on sitä mieltä, että lähipiirillä on jonkinasteinen vaikutus (liite 1, osio 6) heidän pukeutumiseensa. Kommenttien perusteella uskon kysymyksen olevan joidenkin kohdalla väärin ymmärretty, sillä he katsovat lähipiiriksi kaukana asuvat sukulaiset sen sijaan, että kokisivat puolisonsa lähipiiriksi. Yksineläjien lähipiiri muodostuu muun muassa ystävistä tai toisaalla asuvasta muusta perheestä. Kaveripiiri (liite 1, osio 6) vaikuttaa jopa yllättäen kolme prosenttiyksikköä lähipiiriä enemmän vastaajien pukeutumiseen.

Kaikki edellä esitetyt tulokset saivat minut tarkastelemaan syvällisemmin perheellisten vastauksia, minkä seurauksena huomasin, että henkilöt ovat vastanneet heillä olevan kouluikäisiä tai sitä nuorempia lapsia, vaikka lapset olisivat olleet teini-ikäisiä. Kirjattujen lasten ikien perusteella korjasin aineistoa siirtämällä yli 12-vuotiaiden lasten vanhemmat kategoriaan *ei alle kouluikäisiä lapsia*. Tämän toimenpiteen jälkeen tarkastelin lasten vaikutusta pukeutumiseen uudestaan. Uusien tulosten mukaan kouluikäisten tai sitä nuorempien lapsien perheitä on 35 prosenttia ($n=182$) ja lapsettomia 64 prosenttia ($n=330$). Ajattelin, että edellä esitettyihin tuloksiin verrattuna noin suurella erolla, 29 prosenttiyksiköllä, olisi merkittävä vaikutus, mutta näin ei ollut. Tulokset eroavat aiemmista vain muutamalla prosenttiyksiköllä, joten kuvittelen tulosten olevan samansuuntaisia koko väestön suhteen. Tämä on nähtävissä havainnollisesti kuvasta 11 (s. 87), jossa on esitetty vastetekijänä rentoihin vaatteisiin pukeutuminen asteikolla *ei koskaan–aina* ja sen selittävänä tekijänä lapset. Vasemman puoleisen (ennen korjausta) kuvion käyristä näkyy, että lapsiperheelliset pukeutuvat muita rennommin hieman useammin, mutta oikean puoleisessa kuviossa (korjauksen jälkeen) lapsiperheelliset pukeutuvat lapsettomia rennommin kategoriassa *lähes aina*. Tästä johtuen rennosti *melko usein* pukeutuvien määrä on lähes sama lapsettomien ja lapsiperheellisten keskuudessa.



1 en koskaan, 2 harvoin, 3 melko harvoin, 4 joskus, 5 melko usein, 6 usein, 7 lähes aina, 8 aina

Kuva 11. Rentojen vaatteiden käyttö (kysymys 3.3) jaettuna lapsiperheittäin (kysymys 1.6) ennen aineiston korjausta (vasen kuvio) ja aineiston korjauksen jälkeen (oikea kuvio).

9.3 Rennot ja mukavat vaatteet

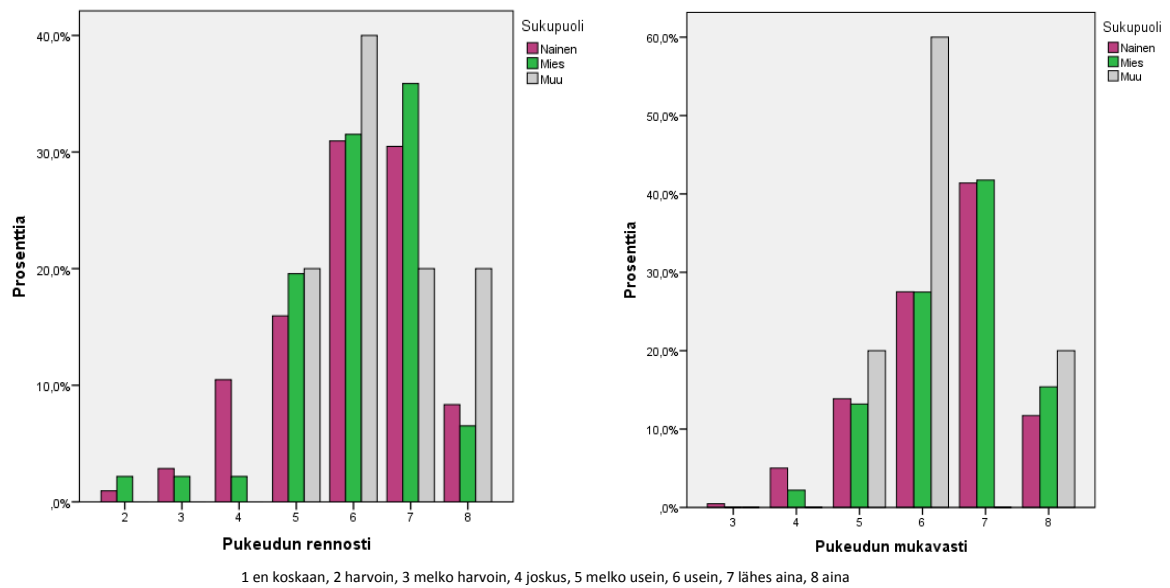
Television katselun yhdeksi tärkeimmäksi harrastukseksi (liite 1, 7.1) mainitsee 19 prosenttia (n=98) vastaajista. Ruohosen (2001, s. 132) tutkimuksen mukaan paljon televisiota katsovat pukeutuvat rennommin. Tämä ei kuitenkaan omassa aineistossani pidä paikkansa, vaan yllättäen taiteet, kuten piirustus ja valokuvaus korreloivat rentojen vaatteiden käytön kuin myös rennon tyylin omaksumisen kanssa. Tästä esitettynä taulukko 7 (s. 88), josta voi tulkita että taideharrastusten sekä rennon pukeutumisen välillä vallitsee melko merkittävä yhteys (Pearson $r=0,399$; $p=0,005$). Luvussa 8.5 totesin, että kotiin tultaessa vaihdetaan pääasiallisesti toiset vaatteet, kotivaatteet, mutta niillä ei ole yhteyttä television katselun tai taideharrastusten suhteen. Kotivaatteita käytetään kaikissa ikäryhmissä ammattikunnasta tai asuinpaikasta riippumatta. Niiden käyttöä ei selitä mikään tekijä. Huomioitavaa taulukossa 7 on, että myöskään mukavien vaatteiden käyttö ei korreloi taideharrastusten tai television katselun kanssa. Tämä vahvistaa rentojen ja mukavien käsitteiden eroavan toisistaan.

Taulukko 7. Rentojen vaatteiden käytön (kysymys 3.3), mukavien vaatteiden käytön (kysymys 3.3), kotivaatteiden käytön (kysymys 2.3), taideharrastusten (kysymys 7.1) sekä television katselun (kysymys 7.1) keskinäiset korrelaatiot Pearsonin korrelaatiokertoimella.

Correlations						
		Pukeudun rennosti	Pukeudun mukavasti	Käytän kotona ns. kotiasua	Harrastuksena taiteet; piirustus tai valokuvaus	Harrastuksena television katselu
Pukeudun rennosti	Pearson Correlation	1	,635**	,070	,399**	-,053
	Sig. (2-tailed)		,000	,115	,005	,609
	N	518	514	502	47	97
Pukeudun mukavasti	Pearson Correlation	,635**	1	,060	,202	-,139
	Sig. (2-tailed)	,000		,180	,179	,173
	N	514	515	500	46	97
Käytän kotona ns. kotiasua	Pearson Correlation	,070	,060	1	-,199	-,055
	Sig. (2-tailed)	,115	,180		,196	,595
	N	502	500	504	44	97
Harrastuksena taiteet; piirustus tai valokuvaus	Pearson Correlation	,399**	,202	-,199	1	-,568
	Sig. (2-tailed)	,005	,179	,196		,111
	N	47	46	44	47	9
Harrastuksena television katselu	Pearson Correlation	-,053	-,139	-,055	-,568	1
	Sig. (2-tailed)	,609	,173	,595	,111	
	N	97	97	97	9	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sukupuolen suhde mukaviin ja rentoihin vaatteisiin kiinnostaa erityisesti, koska teoriaosuudessa on tullut vahvasti esiin miesten pukeutuvan naisia oletettua rennommin. Tutkin oman tyyliä rennoksi ja mukavaksi määritelleiden (liite 3, taulukko 8) henkilöiden sukupuolijakauman. Tuloksista ilmeni, että sukupuolten välisiä eroja määritelmille ei ollut kuin kahden prosenttiyksikön verran. Tulosta vahvistaa kuva 12 (s. 89), jossa on eritelty vastaajien mielipiteet väittämiin 3.3 *Pukeudun rennosti* ja 3.3 *Pukeudun mukavasti* sukupuolittain. Vasemman puoleisesta kuvioista voi nähdä, että miehet pukeutuvat muita useammin rennosti *lähes aina*, mutta naiset pukeutuvat miehiä useammin rennosti *aina*. Mukavan vaatetuksen (oikean puoleinen kuvio) käyttö on jakautunut tasaisesti kaikissa sukupuolissa. Muun sukupuolen edustajat muodostavat poikkeavuuden molemmissa kuvioissa, mutta heitä on kyselyyn vastanneita viisi, joten heidän vastauksiaan ei voi yleistää. Tutkittuani muun sukupuolen henkilöiden vastauksia kokonaisvaltaisesti, voin todeta, että heillä ei ole yhteisiä tekijöitä keskenään. Heidän mielipiteensä eroavat toisistaan samalla tavoin kuin muiden henkilöiden vastaukset oman sukupuolensa keskuudessa, mikä onkin oletettavaa.



Kuva 12. Rentojen vaatteiden käyttö (kysymys 3.3.) (vasen kuvio) ja mukavien vaatteiden käyttö (kysymys 3.3) (oikea kuvio) sukupuolittain (kysymys 1.1).

Vaatteen materiaalin merkitys tulee konkreettisesti esille aineistosta. Materiaali vaikuttaa (liite 1, osio 6) vaatteiden valintaan jokseenkin tai täysissä määrin 91 prosentille (n=472) vastaajista. Etenkin mukavissa vaatteissa materiaalilla on merkitystä, koska mukavuus määritellään pääasiassa materiaalin perusteella. Tämä on tulkittavissa myös kuvasta 23 (liite 2), jossa suoran jyrkkä kulma kertoo voimakkaasta yhteydestä (Spearman $r=0,561$; $p>0,001$) materiaali vaikutustekijänä ja materiaalin vaikutus vaatteen mukavuuden tunnun välillä. Niin ikään vaatteen laadukkuus (liite 1, osio 6) on kyselyyn vastanneelle 88 prosentille (n=458) tärkeää.

Vaatteen valmistusprosessin ekologisuus (liite 1, osio 6) ei ole aineiston vastaajille yhtä merkittävä pukeutumisen vaikutustekijä kuin vaatteen materiaali tai laadukkuus. Tämän voi tulkita taulukosta 22 (liite 3), jossa Spearmanin kertoimet vaihtelevat arvosta $r=0,299$ arvoon $r=0,632$, eli ne korreloivat jokseenkin tai merkittävästi keskenään. Kaikki ovat tilastollisesti merkittäviä tuloksia, sillä $p > 0,001$. Vain 16 prosenttia (n=83) vastaajista ilmoittaa, että pukeutumisen näkökulmasta katsottuna vaatteen ekologisuus on jossain määrin merkittävä tekijä. Tulosta voi argumentoida kolmella tavalla: a) valmistusprosessin ekologisuudesta ei saada tarpeeksi tietoa tai saatuun tietoon suhtaudutaan varauksella, b) pukeutumiseen ei ajallisesti panosteta niin paljon, että tietoa hankittaisiin ja c) ekologisen valmistusprosessin mukaiseen pukeutumiseen ei ole varaa tai siihen ei olla valmiita kuluttamaan niin paljon

rahaa, kuin se vastaajien mielikuvissa vaatisi. Kaikkia edellä lueteltuja syitä esiintyy tasainen jakauma kommenttikentissä. Jälkimmäiseen perusteluun esiintyy kuitenkin vastaväitteitä:

Kierrätetty on ekologisin vaihtoehto. (v295)

Käytän paljon vintagevaatteita ja ylpeilen sillä, että ne ovat reilun kaupan vaatteita, jotka ovat kestäneet 60-70 vuottakin. Mielestäni hyvinkin ekologista ja eettistä! (v104)

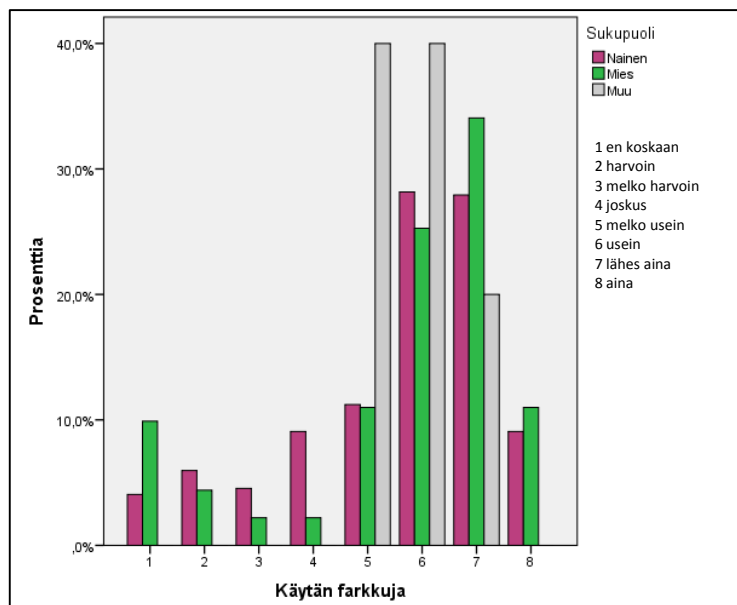
Aineistosta poimitut lainaukset tarkoittavat, että kyseiset henkilöt ovat miettineet valmistusprosessin ekologisuutta siltä kannalta, että he ostavat vain jo kertaalleen valmistettua ja kierrätettyä. Tämä on toisaalta paradoksaalista, koska kierrättämällä vaate hyväksytään epäsuorasti vaatteiden suuri tuotantomäärä ja muodin nopea vaihtuvuus. Jos asiakkaat vaatisivat aikaa kestäviä vaatteita sekä materiaalien että muotien osalta, kuten vastaaja 104, niin hidastuisiko vaatetuotanto, jonka seurauksena se ei kuluttaisi niin paljon ympäristön resursseja? Ehkä, mutta todennäköisesti ei, koska myös vaateen laadukkuus saa ristiriitaisia kommentteja osakseen.

Laadukkuus vaikuttaa (liite 1, osio 6) aineistossa erittäin merkittävästi 19 prosentin (n=98) pukeutumiseen, lähes täysissä määrin se vaikuttaa 41 prosentin (n=213) vastaajan vaatevalintoihin. Oman kokemuksen ja tietämyksen sekä aineistossa esitettyjen mielipiteiden perusteella hinta ja merkki eivät kuitenkaan takaa vaateen laadukkuutta, mikä on myös nähtävissä kuvasta 24 (liite 2). Merkkivaatteet (liite 1, 2.2–3) ja laatu eivät juurikaan korreloi toisiinsa nähden, eli laadukkuus ei ole merkkivaatteiden oston suhteen vaikuttava tekijä. Vaateen laadukkuuteen ja sen laatumääritelmiin on Tiina Granström (2015) paneutunut omassa pro gradu -tutkielmassaan.

Tuloksia tarkastellessani en huomannut sukupuolella tai muilla taustatekijöillä (liite 1, osio 1) olevan merkityksellistä vaikutusta väljien vaatteiden käytön (liite 1, 2.1) suhteen. Ainoan poikkeuksen muodostavat ammattialat (liite 1, 1.10), minkä havaitsin ristiintaulukoimalla. Kaupallisilla ja kasvatustieteellisillä aloilla suositaan eniten väljiä vaatteita, kun vastaavasti tekniikan ja liikenteen aloilla niitä käytetään hyvin harvoin tai ei lainkaan. Voisin kuvitella väljien vaatteiden käytön kasvatustieteellisillä aloilla olevan yleistä sen vuoksi, että opettajat eivät halua tuoda vartalonsa muotoja esille, koska he ovat oppilaidensa tarkastelun kohteena päivästä toiseen. Vaatteiden väljyys myös auttaa opettajia liikkumaan ja tuntemaan olonsa vapautuneemmaksi, sillä oppitunnit ovat harvoin täysin staattisia. Vaikka väljät vaatteet ovat viime vuosina olleet enenevässä määrin muodissa, ei muoti selitä niiden käyttöä. Omasta

mielestäni väljät vaatteet ovat jopa hiipumassa muodista pois, joten arvelen, että aineistossa olisi ilmennyt korkeampia tunnuslukuja väljien vaatteiden käytön suhteen kaksi–kolme vuotta sitten.

Farkkujen käyttötiheydessä on sukupuolten välillä hieman enemmän eroavaisuuksia kuin rentojen ja mukavien vaatteiden käytössä. Tämä on todettavissa kuvasta 13, kuin myös taulukosta 23 (liite 3). Naisten vastaukset ovat jakautuneet tasaisemmin farkkujen käyttötiheyksien suhteen painottuen useimmiten käyttäviin. Miehet käyttävät naisia enemmän farkkuja lähes aina tai aina, mutta heidän keskuudessaan on suhteessa sukupuoleen huomattavasti enemmän henkilöitä, jotka eivät käytä farkkuja koskaan. Asuinmaakunta tai asuinpaikka eivät selitä farkkujen käytön vaihtelevuutta. Tutkinnolla ei ole merkittävää vaikutusta, vaikka suurin osa naisista, jotka eivät käytä farkkuja, ovat ylemmän korkeakoulututkinnon suorittaneita.



Kuva 13. Farkkujen käyttö (kysymys 2.3) sukupuolittain (kysymys 1.1).

Suuret ikäluokat omaksuivat farkut itselleen (Iltanen, 2005, s. 181), mutta ikäluokasta ei ole pääteltävissä farkkujen käyttötiheyksiä. Itse asiassa selityskerroin jää tämän osalta sadastuhannesdesimaaleihin. Jos suuria ikäluokkia olisi vastannut kyselyyn enemmän, voisivat tulokset olla toisenlaiset. Tulosta ei ole luotettavaa tarkastella myöskään selittävänä tekijänä ammattiala, sillä soluihin jakautuneet frekvenssit ovat verrattain pieniä.

Farkkuja ostetaan eniten vaateliikkeistä, mutta myös tavaratalojen valikoima vaikuttaa (liite 1, 8.1). Korrelaatio on olematonta verkkokaupoista tai marketeista vaatehankintojaan tekevien (liite 1, 8.1) ja farkkujen käytön (liite 1, 2.3) välillä, toisin sanoen paljon farkkuja käyttävät eivät osta farkkuja verkkokaupoista tai marketeista, vaan hankkivat ne muualta, useimmiten vaateliikkeistä. Tämä johtuu todennäköisesti siitä, että kokemukseni mukaan farkkujen halutaan olevan täydellisen istuvat, minkä vuoksi ne halutaan sovittaa paikan päällä. Kuitenkin tarkasteltuani istuvuutta vaateen vaikutustekijänä (liite 1, osio 6) suhteessa farkkujen käyttötiheyteen, en havainnut näiden välillä olevan keskinäistä yhteyttä.

9.4 Salarakas muoti

Jokseenkin tai täysin samaa mieltä vastaajista on 40 prosenttia (n=208) siitä, että muoti vaikuttaa (liite 1, osio 6) heidän pukeutumiseensa. Kommentteja on kirjoittanut 26 vastaajaa (5 %). Seuraavat aineistosta poimitut lainaukset kuvastavat monien vastaajien suhdetta muotiin:

Muoti on niitä varten joilla ei ole omaa makua. (v135)

Muoti vaikuttaa vaikken välttämättä halua sitä myöntää. (v11)

Olen johdateltavissa, ikävä kyllä. (v438)

Kauppojen valikoiman kautta. (v206)

Sitä ostetaan mitä kaupoissa on saatavilla. Lisäksi on kiva näyttää muodikkaalta. (v7)

Muodista voi poimia parhaat palat ja esim. väriyhdistelmät. (v126)

Edellä esitettyjen kommenttien perusteella osa henkilöistä pukeutuu päämäärätietoisesti oman tyylinsä mukaisesti muodista huolimatta. Osa haluaisi pukeutua omaperäisesti, mutta kauppojen valikoima rajoittaa vaatteiden tarjontaa, jonka vuoksi heidät on omasta mielestään pakotettu pukeutumaan muodin mukaisesti. Osa puolestaan ottaa muodista vain vaikutteita ja yhdistää ne omaan pukeutumiseensa. Vastaajien 11 ja 438 kommentteista tulkitseen henkilöiden hieman jopa häpeävän sitä, että muoti vaikuttaa. Tarkastelin henkilöiden lomakkeeseen antamia muita vastauksia, joista kävi ilmi, että he ovat lähes täysin toistensa vastakohtat niin sukupuoleltaan, asuinpaikaltaan kuin yleisestikin pukeutumiseltaan. Toinen henkilö ostaa vaatteensa lähes aina verkkokaupoista (v11) ja toinen (v438) valmistaa ne lähes aina itse. Yhteistä heille on, että he hankkivat vaatteita lisäksi kirpputoreilta tai kierrätyskeskuksista (liite 1, 8.1). Suomessa on siis todennäköisesti joukko ihmisiä, joille muodin ilmentäminen on tänä päivänä jopa häpeällistä, etenkin jos suositaan ekologisuutta ja kierrätystä. Aineistossa on toki heidän vastakohtiaan eli henkilöitä, jotka kulkevat mielellään muodin mukaisesti. Vaatteiden merkittävyys (liite 1, 3.2) henkilölle korreloi muodin mukaisen

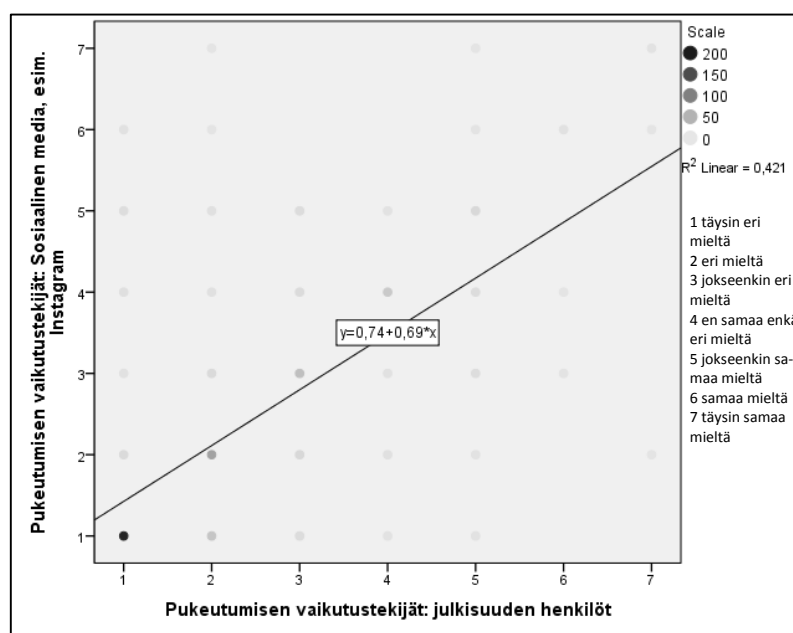
pukeutumisen (liite 1, 3.3) suhteen Pearsonin kertoimella $r=0,298$; $p > 0,001$. Kerroin on lähes 0,3, joka on tämän kokoisessa aineistossa lähes merkittävä.

Sekä oman tyylin tunnistamiseen (liite 1, 3.2) että muodin mukaisesti pukeutuviin (liite 1, 3.3) vaikuttaa taustatekijöistä eniten ikä. Alle kolmekymmenvuotiaat pukeutuvat useammin muodin mukaisesti kuin sitä vanhemmat (vrt. Crane, 2000, s. 179). Yli kuusikymmentävuotiaista peräti 11 henkilöä 20:stä (55 %, koko aineistosta 2 %) sanoo käyttävänsä muodin mukaisia vaatteita joskus tai sitä useammin. Muodin synonyymina voi pitää trendikästä, jonka omaksi tyylikseen kuvailee niin ikään 11 henkilöä (2 %) (liite 3, taulukko 8). Heistä kolme henkilöä on yli kuusikymmentävuotiaita. Nuorekkaaksi tyyliään kuvailee 12 vastaajaa (2 %) (liite 3, taulukko 8), joista kaikki yhtä lukuun ottamatta ovat yli kolmekymmentävuotiaita. Toisaalta nuori itse tuskin kuvailee pukeutumistaan nuorekkaaksi, joten ikäraja nuorekkaaksi pukeutuvilla menee todennäköisesti noin 30 ikävuoden kohdilla. Nuorekas ei ole täsmällinen synonyymi muodille, mutta koska tässäkin tutkimuksessa on monesti tullut esille muotien esiintyminen ensimmäisenä nuorten keskuudessa, voi nuorekasta pukeutumisesta pitää osaltaan muodikkaana pukeutumisena. Kaiser (1998, s. 579) mainitsee nuorekkaan miellellävän trendikkääseen. Kaikki aineistossani nuorekkaaksi tyyliään kuvailevat harrastavat aktiivisesti liikuntaa. He eivät kuitenkaan käytä muodin mukaisia juoksukenkiä (liite 1, 2.2) kuin joskus tai sitä harvemmin, mutta lenkkareita tai tennareita (liite 1, 2.2) he käyttävät päinvastaisesti joskus tai useammin.

Juoksukenkien muodikkaaseen käyttöön muutoin kuin urheillessa (liite 1, 2.2) onkin iällä erityisen näkyvä vaikutus. Alle neljäkymmentävuotiaat käyttävät niitä muita ikäryhmiä useammin, vanhimmat ikäluokat eivät koskaan. Juoksukenkien muodikkaus näkyy myös asuinpaikan suhteen, joka on esitetty taulukossa 24 (liite 3). Kaupunkilaiset käyttävät juoksukenkiä muutoin kuin urheillessa muita useammin. Lenkkareiden ja tennareiden (liite 1, 2.2) suhteen ei iällä tai asuinpaikalla ole samanlaista vaikutusta kuin juoksukenkiin, vaan niiden frekvenssit jakautuvat kaikkiin soluihin. Sukupuolella tai ammattialalla ei ole edellä mainittujen vapaa-ajan jalkineiden suhteen mitään merkitystä.

Muodin mukaiseen pukeutumiseen (liite 1, 3.3) vaikuttaa iän lisäksi sosiaalinen media sekä julkisuuden henkilöt (liite 1, osio 6). Sosiaalinen media korreloi hieman julkisuuden henkilöiden seuraamista voimakkaammin valtamuodin mukaiseen pukeutumisen kanssa. Sosiaalinen media saa Spearmanin korrelaatiokertoimella arvon $r=0,296$ ja julkisuuden henkilöt

arvon $r=0,287$. Molemmat ovat tilastollisesti erittäin merkittäviä arvolla $p > 0,001$. Sosiaalinen media tai julkisuuden henkilöiden seuraaminen eivät yllättäen ole riippuvaisia iän suhteen, minkä tarkistin sekä korrelaatiolla, ristiintaulukoinnilla että regressioanalyysillä. Sosiaalisen median ja julkisuuden henkilöiden seuraaminen korreloivat kuitenkin erittäin vahvasti keskenään (Spearman $r=0,690$; $p > 0,001$). Kuvasta 14 voidaan myös nähdä, että regressiokerroin on $R^2=0,421$. Toisen muuttujan selitysosuus on siis toisesta 42,1 prosenttia. Tummin havaintopiste koordinaatissa (1, 1) merkitsee 200 samanlaisesti vastannutta, mikä tarkoittaa, että jos julkisuuden henkilöiden ei mielletä vaikuttavan pukeutumiseen, ei siihen vaikuta myöskään sosiaalinen media.

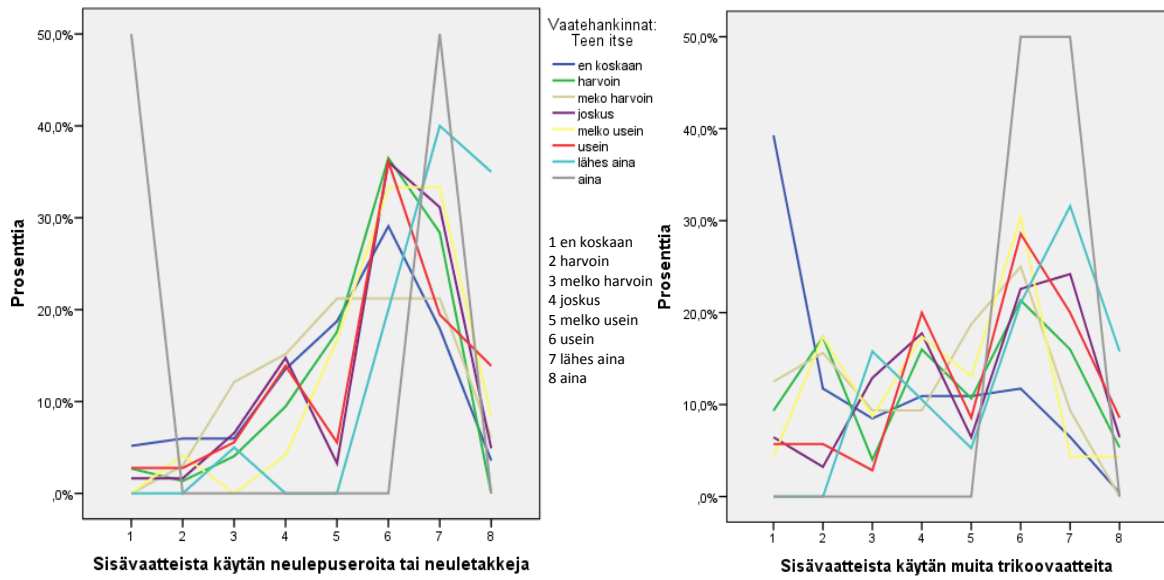


Kuva 114. Julkisuuden henkilöiden vaikutus pukeutumiseen (kysymys osio 6) suhteessa sosiaalisen median vaikutukseen pukeutumisessa (kysymys osio 6).

9.5 Vaatteiden hankintapaikat

Käsittelen tässä luvussa vaatteiden hankintapaikkoja, jotka ovat lueteltu osiossa 8, kysymyksessä 1 (liite 1), joten en viittaa väittämiin erikseen. Eniten vaatteita ostetaan vaatekaupoista, joista vaatteensa hankkii aina 7 prosenttia ($n=34$) vastaajista. Lähes aina tai melko usein niistä vaatteensa ostaa 56 prosenttia ($n=291$). Eniten vaatekauppojen valikoimat vaikuttavat farkkujen sekä kotivaatteiden hankintaan. Myös trikoopaitojen sekä neuleiden suhteen ilmenee vähäistä yhteyttä keskenään. Toisin sanoen vaatekaupoista hankitaan luvussa 7.3 esittelemäni perusvaatteet, vaikka voisi kuvitella, että vaatekaupat vaikuttaisivat enemmän muodin mukaisten vaatteiden hankintaan.

Neuleiden ja muiden trikoovaatteiden (hameiden ja mekkojen) suhteen vahvin yhteys ilmenee kuitenkin itse tehtyjen vaatteiden osalta. Tätä voi tarkastella kuvasta 15. Vaikka käyrät heittelevät voimakkaasti, voi niistä huomata, että neuleita usein käyttävät valmistavat niitä myös usein itse (vasen kuvio). Sama pätee muiden trikoovaatteiden käyttäjiin, mikä on esitettynä oikean puolen kuviossa. Keskenään vertailtuna neuleita valmistetaan trikoovaatteita enemmän itse.



Kuva 15. Neuleiden käyttö (kysymys, 2.3) (vasen kuvio) sekä muiden trikoovaatteiden käyttö (kysymys 2.3) (oikea kuvio) selittävänä tekijänä itse tehdyt vaatteet (kysymys 8.1).

Käytännöllisesti, rennosti tai mukavasti pukeutuvat aineiston henkilöt ostavat vaatteensa marketeista. Todellisuus ei ole kuitenkaan yhtä mustavalkoinen, sillä kuten on tullut ilmi, niin käytännölliset, mukavat ja rennot vaatteet käsittävät monenlaisia vaatekappaleita. Käytännöllisiin vaatteisiin lasketaan muun muassa ulkoiluvaatteet, jotka ovat luvussa 7.2 esitettyjen tulosten mukaan pääasiassa urheilu- tai liikuntavaatteita. Näitä vaatteita ostetaan kuitenkin pääasiassa urheilu- ja ulkoiluvaateliikkeistä, vaikka niiden hankinnassa näkyy markettien osuus, mikä selittyy sillä, että marketeissa on urheilumerkeille omat osastonsa, joista vaatteita voi löytää normaalia edullisempaan hintaan.

Verkkokaupan suosio on viime vuosin kasvanut, mutta 15 prosenttia (n=78) vastaajista ei tilaa koskaan internetin kautta vaatteita. Verkkokaupoista tilataan vaatteita, joita ei Suomen kaupoista saa. Myös kalliita merkkivaatteita tilataan verkkokaupoista suhteessa muihin vaatteisiin enemmän, koska muotimerkkejä on heikosti saatavilla pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Tämä päätelmä sai vahvistusta, kun ristiintaulukoin vastemuuttujanaan verkkokaupat

ja selittävinä muuttujinaan asuinmaakunta sekä asuinpaikka. Tätä voi tutkia taulukosta 25 (liite 3), joka on jaettu kahdelle sivulle kokonsa vuoksi. Tuloksista on tulkittavissa, että Uudellamaalla asuvat kaupunkilaiset tilaavat suhteessa muissa maakunnissa sekä kaupungin ulkopuolella asuviin henkilöihin vähemmän vaatteita. Lisäksi markettien merkitys korostuu muualla Suomessa enemmän, sillä taajamissa ja haja-asutusalueilla asuvat suorittavat vaateostoksensa niissä kaupunkilaisia useammin. Palveluiden saatavuudella on toisin sanoen merkitystä, mutta tulokseen tulee suhtautua varauksella, koska solujen frekvenssiluvut ovat verrattain pieniä jääden suurimmassa osassa alle viiteen henkilöön.

Mielenkiintoista on, että vaateen ekologiseen prosessiin huomiota kiinnittävät henkilöt hankkivat vaatteensa jostakin muualta kuin kyselyssä esitetyistä paikoista. Tällä on yhteys henkilöihin, jotka ilmoittavat teettävänsä vaatteensa ompelijalla tai räätätilillä. Näin henkilö voi olla varma valmistusprosessin eettisyydestä, toisin kuin jos vaate olisi tuotettu teollisesti. Kyseisiä henkilöitä ei kuitenkaan ole aineistoissa kuin viisi kommentoinutta (1 %). Kierrätystä suositaan jossakin määrin, ja vastaajista viidennes (20 %, n=106) ostaa vaatteensa melko usein tai aina kierrätettynä, mutta peräti noin neljännes (24 %, n=125) aineiston henkilöistä ei osta koskaan vaatteita kirpputoreilta tai kierrätyskeskuksista. Vähiten kierrätettyjen vaatteiden ostoa suosivat muotia seuraavat henkilöt. Voisikin kuvitella, että muodin mukaisia vaatteita ei saa kyseisistä paikoista. Mielestäni tämä ei ainakaan pääkaupunkiseudulla pidä paikkansa, sillä olen löytänyt usein kirpputoreilta kulloisenkin vallalla olevan muodin mukaisia vaatteita, joita ei ole käytetty kuin kerran tai pari.

Aikoinaan vaatteet olivat ihmisten suurin omaisuus, ja kierrätettyjä vaatteita ostivat henkilöt, joilla ei ollut varaa uusiin (Crane, 2000, s. 3). Nykyään halpavaateketjut ovat mahdollistaneet myös vähävaraisten mahdollisuudet uusiin ja muodikkaisiin vaatteisiin. Tämä on osaltaan nopeuttanut muotien vaihtumista ja vaatteiden kiertokulkua, mikä puolestaan on heikentänyt vaatteiden laatua, jolloin vaatteesta ei edes ole kierrätettäväksi sen huonokuntoisuutensa vuoksi. Kierrätettyä vaatetta suosivat lapsettomia tai odottavia henkilöitä enemmän perheet, joissa on kouluikäisiä tai sitä nuorempia lapsia. Tämä on loogista, sillä lapset kasvavat nopeasti, jolloin vaatteita ei ehditä käyttää pitkään, ja niitä tarvitsee uusia kasvun mukana.

Kirpputoreista ja kierrätyskeskuksista vaatteidenhankintapaikkana ei tilastollisesti luotettavia johtopäätöksiä voi tehdä työssäkäyvien ja työttömien tai opiskelijoiden suhteen, koska

frekvenssit jäävät jälkimmäisinä mainittujen soluissa pieniksi. Tarkastelin tämän perusteella työssä käyviä suhteessa kaikkiin muihin vastaajiin. Tuloksissa ei ilmennyt tämän jälkeen eroavaisuuksia. Toisin sanoen työssä käyvät sekä muut vastaajat ostavat vaatteita kirpputoreilta tai kierrätyksestä samassa suhteessa. Varallisuus kuitenkin vaikuttaa (liite 1, osio 6) vähäisesti kierrätettyjen vaatteiden ostoon, ja se saa Pearsonin korrelaatiokertoimen arvon $r=-0,148$; $p=0,001$, jolloin tulos on hyvin heikosti merkittävä. Varallisuus ei selitä marketeista ostettavien vaatteiden ostoa.

Sosiaalisessa mediassa kirpputori- ja kierrätysryhmien suosio on kasvussa, mutta aineiston vastaajien keskuudessa peräti 59 prosenttia ($n=305$) kertoo, että ei käytä koskaan kyseisiä ryhmiä vaatteiden hankintaan. Niin ikään 71 prosenttia ($n=368$) ei koskaan lainaa vaatteita. Vähäistä vaatteiden lainaamista ilmenee alle kolmekymmentävuotiailla kaupunkilaisilla, muiden tekijöiden suhteen se on olematonta. Ainoat mahdollisesti lainattavat vaatteet ovat juhla-asuja. Vaate ennemmin lahjoitetaan toiselle. Vastaajat perustelevat lainaamattomuuden, että tuttavat eivät ole saman kokoisia. Lähes kolmannes (31 %, $n=162$) vastaajista kertoo saavansa vaatteita joskus tai sitä useammin. Osa vaatteista on tuttavien vanhoja, jotkut saavat niitä työnsä tai harrastustensa puolesta, toiset lahjaksi. Erityisesti äidit lahjoivat lapsiaan itse tehdyillä tai uusilla vaatteilla.

Yhteenvetona totean, että suomalaiset hankkivat vaatteensa pääasiassa vaatekaupoista. Vähiten niitä ostetaan uutena marketeista. Verkkokaupoista vaatteita tilataan useammin, kuin että niitä ostettaisiin kirpputoreilta. Kuitenkaan sosiaalisen median kirpputoreja ei käytetä, vaan ihmiset ostavat konkreettisilta kirpputoreilta tai kierrätyskeskuksista. Merkkiliikkeistä sekä urheilu- tai ulkoiluvaatekaupoista vaatteensa pääasiassa ostaa noin joka kymmenes (molemmista 8,5 %, $n=44$) vastaaja. Vähemmistö valmistaa vaatteensa itse tai saa niitä tuttavilta. Vaatteita ei lainata juuri koskaan. Jotkut ostavat vaatteensa ulkomailta, koska valikoima on erilainen kuin Suomessa. Matkalta tuotu vaate on myös matkamuisto ja muistuttaa lomasta. Vaatteiden hankintapaikat eivät vaikuta merkittävästi vastaajien tyyliin ja pukeutumiseen, sillä jokainen löytää omaan tyyliinsä sopivat vaatteet pääasiallisista vaatteidenhankintapaikoistaan.

10 Tutkimuksen arviointi

Monimenetelmällisyyden käyttö on tutkimuksessani perusteltua, koska mielenkiintoni kohteena on ollut koko suomalaisen aikuisväestön pukeutuminen. Aiheen vähäisen olemassa olevan tieteellisen tiedon vuoksi olen saanut monimenetelmällisyyttä käyttämällä tutkittavasta ilmiöstä luotettavaa tietoa (Plano Clark & Badiee, 2010, ss. 281–282). Jotta tilastollisten tunnuslukujen määrittelyminen ja yleistysten muodostaminen olisi ollut mielekästä ja kannattavaa, tuli aineistoni koostua monesta havaintoyksiköstä, mikä tutkimuksessani toteutui. Olen tyytyväinen 520 vastaajan määrään, joka on mielestäni riittävä huomioiden, että tämä on pro gradu -tutkielma.

Tutkimuksen luotettavuuden takaamiseksi ja tilastojen tueksi on mielestäni ollut tärkeää huomioida tutkimushenkilöiden omat mielipiteet ja elämäntilanteet sekä tutkia heidän näkemyksiään rennosti ja mukavasta pukeutumisesta. Harri Pitkäniemiä (2009, s. 335) mukaillen olen ollut kiinnostunut yksilöistä ja heidän elämänsä yksityiskohdista kuin myös näiden yksityiskohtien yhtäläisyyksistä suuremmassa mittakaavassa. Jos olisin käyttänyt vain määrällistä tai laadullista menetelmää, olisin päätenyt vähemmän luotettaviin tuloksiin, jotka olisivat myös eronneet toisistaan. Tämä tukee monimenetelmällisyyden perusteltua käyttöä.

Tutkimukseni on ollut laaja aiheen, tutkimusmenetelmien ja aineiston kokoluokan suhteen. Näiden tekijöiden vuoksi aika on asettanut minulle rajoitteita, enkä ole voinut kaikkeen perehtyä niin syvästi kuin mielenkiinto olisi edellyttänyt. Kokonaistutkimus ei takaa täysin luotettavaa tietoa, sillä tutkimuksen kaikissa vaiheissa piilee virhemahdollisuus (Kananen, 2008, s. 51). Oman tutkimukseni kohdalla virheitä on voinut syntyä erityisesti aineiston laajuuden ja monimenetelmällisyyden vuoksi. Pelkästään laadullisen aineiston 90 analysoitavaa sivua ovat vaikuttaneet siihen, että jotain on voinut jäädä huomaamatta. Tutkimukseni on kallistunut enemmän määrällisen kuin laadullisen tutkimusmenetelmän puolelle jo kyselylomakkeen laadinnasta lähtien, puhumattakaan kyselyyn vastanneiden osalta. Vaikka kaikki kysymykset olisivat olleet avoimia, en olisi saanut kerätyksi samanlaista laadullista aineistoa, kuin jos olisin käyttänyt ainoastaan haastattelumenetelmiä (Tähtinen ym., 2011, s. 21). Oman tutkimukseni kaltainen aineisto ei olisi ollut kuitenkaan järkevää kerätä muutoin kuin käyttämällä e-lomaketta.

Olen kaikissa tutkimuksen vaiheissa pyrkinyt olemaan tarkka ja varmistamaan tuloksia. Varmistuksia olen tehnyt useina kertoina eri päivinä. Määrällisen aineiston tilastoja olen samoista kysymyksistä ja riippuvuuksista tuottanut useita eri menetelmiä hyväksi käyttäen, joten niiden tilastollinen luotettavuus on erityisen pätevä. Luvut ovat rationaalisia totuuksia, joten jos joku toinen henkilö tuottaisi aineistosta samat tilastot, päätyisi hän samoihin lukuihin. Täytyy kuitenkin huomioida, että toinen henkilö saattaisi tutkia asioita eri näkökulmasta, minkä vuoksi hän saattaisi keskittyä toisenlaisten tilastojen tuottamiseen. Oma näkemykseni vaikuttaa erityisesti laadullisen aineiston analyysissä, koska kaikki laadullisesta aineistosta johdetut tilastolliset tunnusluvut perustuvat annettuihin kommentteihin, joita kaikki eivät olleet kirjoittaneet, joten todellisuudessa tunnusluvut voivat vaihdella. Myös päätökset koodauksista ovat minun tekemiäni, jolloin joku toinen olisi saattanut päätyä erilaisiin ratkaisuihin. Laadullista aineistoa olen kuitenkin pyrkinyt tarkastelemaan määrällisen aineiston valossa sekä suhteuttamaan ne koko kontekstiin, minkä vuoksi ne ovat mielestäni päteviä.

Kysymysten ymmärrettävyys on kyselylomakkeen riski ja epäkohta, joka tutkijan on otettava huomioon (Vehkalahti, 2008, s. 90). Kaikissa kysymyksissä esiintyi eräkatoa. Luvussa 6.7 mainitsin, että olen pyrkinyt eräkatoa pienentämään mahdollisuuksien mukaan, koska mitä enemmän puutteita aineistossa esiintyy, sen epävarmemmat tulokset ovat (Vehkalahti, 2008 s. 81). Kokonaisuudessaan vastauksien eräkato oli kuitenkin vähäistä, enkä usko sillä olevan tuloksiin merkitsevää vaikutusta. Eräkato – tai sen puute – on johtunut monista syistä: kysymystä ei ole ymmärretty, ohjeita ei ole luettu, henkilöllä ei ole ollut asiaan mielipidettä tai asia ei ole koskenut henkilöä. Kysely on ollut vastaajien mielestä myös mielenkiintoinen. Olin jokaiseen osioon kirjoittanut, mitä kyseinen osio koskee. Kuitenkin muutamille oli epäselvää kysyttiinkö kysymyksissä pukeutumiseen vaikuttavista tekijöistä yleisesti vai omalta kohdalta. Tätä olisin voinut korostaa lisäämällä pronominin *sinä* jokaisen osion alkuun. Vaikka kysely on ollut pitkä, ei vastauksien eräkato vähentynyt loppua kohden.

En voi olla varma, onko vastaaja jättänyt kohdan tyhjäksi sen vuoksi, että hänellä ei ole kyseisestä asiasta kokemusta vai jos asia ei ole koskenut häntä. Tilastollisesti tämä näkyy muutamien kysymysten kohdalla myös siten, että vastauksia on merkitty vaihtoehtojen ääripäihin tai keskikohtaan *en samaa enkä eri mieltä*. Vastaajat eivät ole voineet kysyä ohjeita, minkä vuoksi minun tuli tehdä kyselystä niin ymmärrettävä kuin suinkin mahdollista. Kaikkien ajatuksenkulkua ei voi kuitenkaan ottaa huomioon ja erään miehen mielestä kyselyssä

oli paljon naisille suunnattuja kysymyksiä, joihin hänen sanojensa mukaan ”joutui” vastamaan. Kaikkiin kysymyksiin vastaaminen oli vapaaehtoista, joten hän ei ollut lukenut ohjetta.

Aineistoni koko mahdollistaa tulosten siirrettävyyden koskemaan valtaväestöä, mutta tähän tulee suhtautua pienellä varauksella. Kysely on toteutettu internetissä sosiaalisessa mediassa, minkä vuoksi pääasiassa sosiaalista mediaa käyttävien henkilöiden on ollut mahdollista vastata kyselyyn. Tämä vaikuttaa etenkin sosiaalista mediaa koskeviin kysymyksiin. Jos kysely olisi toteutettu kirjallisena kyselynä yhteisöissä, joissa esimerkiksi olisi paljon keski-ikäisiä tai eläkeläisiä, olisivat tuloksetkin todennäköisesti toisenlaisia. Käsityö ja niiden tekeminen niin ikään korostuvat aineistossani. Valmistuvaa käsityöopettajaa tämä tietenkin ilahduttaa, mutta tilastoa todennäköisesti vääristää edellä mainitsemani kyselyn levitys sosiaalisessa mediassa, sillä oma ystäväpiiri harrastaa tai tekee ammatikseen käsitöitä, ja kysely oli levitetty myös käsityöopettajaksiopiskelevien Facebook-ryhmässä, mikä ei voi olla vaikuttamatta käsityön ilmenemiseen aineistossa.

Kyselyn toteuttaminen loppupalvella on myös merkityksellistä tutkimukseni kannalta. Ajankohta on vaikuttanut omasta puolestani kyselyn laadintaan ja vastaajien puolesta heidän vastauksiinsa. Vasta tuloksia tarkastellessani huomasin, että en tutkinut väittämää suomalaisten pukeutumisesta sandaaleihin ja sukkiin. Kysyin lomakkeessa lomapukeutumisen rentoudesta (liite 1, 3.3), mutta mieleeni ei juolahtanut syventyä asiaan. Tämä johtuu talvisesta vuodenajasta, jonka vuoksi en ollut ajatellut kyselyä kesän osalta, vaan oletin vastaajien tarvittaessa tarkentavan vuodenaikojen merkitystä pukeutumisessaan. En tosin saanut palautetta kyseisten kysymysten laadinnasta, mutta en voi syytä vierittää opponettien ja ohjaajan niskoille, sillä minun olisi tullut itse tämä ymmärtää. Jos olisin keskittynyt lomapukeutumisen tutkimiseen, olisin asiaa ajatellut.

Naisten edustus kyselyssä on huomattava. Olin toivonut enemmän miesten vastauksia, mutta ymmärrän kyselyn pituuden mahdollisesti vaikuttaneen heidän vastausinnostukseensa. Olen tyytyväinen näinkin suureen miesten vastausprosenttiin (18 %, n =92). Naiset ovat enemmän kiinnostuneita pukeutumisesta ja arvostavat sitä enemmän (Kaiser, 1998, ss. 274–278; Kivimäki, 2003, s. 250), joten voi olla mahdollista, että ne miehet, joiden erityisesti olisin toivonut vastaavan, ovat jättäneet vastaamatta kyselyyn joko sen pituuden tai mielenkiinnottomuuden vuoksi. Tarkoitin kyseisillä miehillä henkilöitä, jotka oletettavasti

pukeutuvat ”verkkareihin ja lenkkareihin” eivätkä miellä pukeutumistaan merkitykselliseksi. Yksi vastaaja on maininnut junttiuden omaksi tyylikseen (liite 3, taulukko 8), mutta yllättäen hänen vastauksensa ovat jotakuinkin keskiarvon mukaiset; hänelle merkitsevät vaatteet jonkin verran, ja hän käyttää harvoin lenkkareita tai ulkoiluun tarkoitettuja kenkiä. Toisin sanoen hän tunnustaa junttiuden olevan hänelle merkityksellinen tyyli. Tämä tukee päätelmää, että ”junttivaatteet” ovat henkilölle merkittävät, vaikka hän ei itse sitä tietoisesti ajattelisikaan. Jos häneltä otettaisiin kyseiset vaatteet pois, ja hänet pakotettaisiin pukeutumaan pukuun, ymmärtäisi hän oman tyyliensä merkityksellisyyden.

Toki voi olla mahdollista, että edellä mainitut ”junttimiehet” ovat Suomessa harvassa, ja enemmistö miehistä tänä päivänä kiinnittää huomiota omaan pukeutumiseensa. Ja onhan nykyään lumberseksuaali ja junttius muotia, vaikka tässä aineistossa ei juurikaan esiintynyt perusjunttina pidetty miesten pukeutuminen, eli edellä mainittu verkkari- ja lenkkari tyyli (vrt. Hildén, 2007, ss. 64, 76). Junttius ei siis ilmennyt aineistossani sellaisena millaisena junttiuden oletetaan ilmenevän. Niin ikään vaatteiden hankintapaikat tukevat tätä päätelmää, sillä aineiston henkilöt hankkivat vaatteensa pääasiassa vaatekaupoista, joista ei junttityylin vaatteita mielletä ostettavan. Junttivaatteet ostetaan yleisen mielikuvan mukaan marketeista ja halpahalleista, joita vastaajat eivät juurikaan käytä vaatteidensa hankintaan.

Tutkimukseni on aikaan sidottu, vaikka olen tutkinut suomalaisten aikuisten peruspukeutumista. Kymmenen vuotta sitten tai kymmenen vuoden päästä tulokset mitä todennäköisemmin eroaisivat tästä päivästä, sillä kulttuuri ja yhteiskunta muuttuvat. Tarkasteluni näkökulmana ei ole kuitenkaan ollut muoti vaan suomalaista peruspukeutumista koskevat olettamukset, joten sen perusteella uskon tutkimukseni kestävän aikaa. Kyselyn kysymykset ovat perustuneet olettamuksiin, ja olen eri osioiden avulla voinut tarkastella ilmiöitä monesta näkökulmasta. Kahden vastaajan palautteet vahvistavat kysymysten olleen tutkimukseni kannalta oikeanlaiset:

Melko hyvä tutkimus mutta täynnä olettamuksia. (v417)

Kysely keskittyi selkeästi vahvasti nuoriso- ja naistyyleihin, ”pukumiehet”-kategoria (joka on sängen suuri) oli unohdettu täysin. (v126)

Molemmat mielipiteet tarkoittavat, että kysely on ollut juuri sitä, mitä on pitänytkin; olettamuksia keskittyen suomalaiseen pukeutumiseen sen rentoudesta ja tämän vuoksi myös urheilullisesta näkökulmasta käsin. En kysynyt jakkupuvuista tai ”pukumiehet-kategoriasta” mitään, koska ne eivät edusta ennokoluuloista suomalaista tuulipukupukeutumista. Jätin

tietoisesti myös sadevaatteet mainitsematta ajatellen niiden esiintyvän kommentointiosioissa. Jälkikäteen arvioituna olisi ne ollut aiheellista ottaa mukaan.

Värien ja vartalon fysiologisten vaikutusten huomioimattomuudesta sain myös palautetta. En ajatellut, että väreillä olisi niin suuri merkitys suomalaisten pukeutumiseen, mikä on tutkimuksen edetessä tullut minulle ilmi. Sen vuoksi en värejä huomioinut kyselyä laadittaessa. Olen kuitenkin huomioinut sekä värit että fysiologiset ominaisuudet, jos ne ovat ilmenneet henkilöiden vastauksissa. Paljon olisin halunnut kysyä, mutta en usko, että kukaan olisi siinä tapauksessa jaksanut kyselyyn vastata, saati että minulla olisi ollut voimavaroja tulosten analysointiin. Sen vuoksi olen keskittynyt vain tärkeimpiin olettamuksiin ja vaatekappaleisiin, joista olen saanut tilastollisesti merkityksellisiä ja totuudenmukaisia tuloksia. Hämmästyttävintä on ollut huomata, miten lähes sanasta sanaan samanlaisia kommentteja vastaajat ovat kirjoittaneet jokaiseen osioon, vaikka he asuvat eri puolilla Suomea. Tulokset vastaavat siis kaikkiin tutkimuskysymyksiini luotettavasti.

Tutkimuksen olisi voinut toteuttaa myös siten, että olisin lomakeaineistosta valinnut muutamman henkilön, joita olisin haastatellut henkilökohtaisesti. Henkilöhaastatteluja olisin analysoinut laadullisin menetelmin. Samanlaista tutkimusasetelmaa Ruohonen (2001) käytti omassa tutkimuksessaan. Alkujaan ajattelinkin toimivani näin, mutta totesin työn olevan pro gradu -tutkimusta ajatellen liian työläs, koska sitä se oli jo tässä muodossa. Olisi ollut mielenkiintoista tietää henkilöiden syvempiä ajatuksia, sillä havaitsin, että monella ystävälläni ja läheiselläni oli lomakkeeseen vastaamisen jälkeen suuri tarve keskustella kanssani omasta pukeutumisestaan ja halu perustella tekemiään valintojaan henkilökohtaisesti.

11 Johtopäätökset

Pukeutumisen tutkimusta on takavuosikymmeninä vähätelty, mutta se on hiljalleen vallannut tieteellistä statusta (Koskennurmi-Sivonen, 2003, s. 13). Ystävien, tuttavien ja tuntemattomienkin kysyessä tutkimukseni aihetta en ole kertaakaan kohdannut vähättelevää asennetta. Lähes jokainen heistä on ollut sitä mieltä, että tutkimukseni on mielenkiintoinen. Olen itse samaa mieltä heidän kanssaan. Toisinaan keskustelumme on jatkunut pitkään ja virittänyt aihetta pidemmälle. Kyselyyn saadun vastaajien palautteiden perusteella on ollut ilahduttavaa huomata, kuinka tärkeä aihe pukeutuminen itse asiassa suomalaisille on.

Tutkimukseni on yleiskatsaus suomalaisten aikuisten arkipukeutumiseen. Koska tieteellistä tutkimusta ei aiheesta ole juurikaan tehty, voi tutkimustani sanoa perustutkimukseksi. Aiheen parissa riittää paljon tutkittavaa ja syvän tason tarkasteluja on mahdollista tehdä monesta näkökulmasta. Olen koko tutkimusprosessin ajan ollut erittäin innostunut aiheesta, ja mitä lähemmäs loppua tutkimukseni on edennyt, sitä haikeammaksi on muuttunut mielenikin ajatuksella, että tässäkö tämä nyt oli, enkö voisi tutkia jotain, olenko nyt varmasti osannut huomioida kaiken oleellisen. Todennäköisesti olen, sillä tutkimuksestani ilmenee, että pukeutuminen on suomalaisille hyvin henkilökohtainen asia, vaikka pukeutuminen ilmeneekin toistensa kaltaisena.

Saamani tulokset kumoavat oletuksen, että suomalaiset aikuiset pukeutuisivat ”verkkareihin ja lenkkareihin”. Mielikuva on siis jääne 1980-luvulta. Tulosten mukaan he eivät myöskään käytä joka paikassa tuulipukuja tai matkusta ulkomaille räjäisissä vaatteissa, päinvastoin. Liikunta ja urheilu vaikuttavat vähän suomalaisten aikuisten tämän päivän pukeutumiseen, mikä suorastaan romuttaa oletuksen siitä, että he tämän vuoksi pukeutuisivat urheilullisesti ja rennosti. Itse asiassa tuloksista ilmeni, että he eivät pukeudu juurikaan urheilullisesti vaan ennemminkin rennosti. Nämä kaksi käsitettä eivät tarkoita samaa. Urheiluvaatteet ovat nimensä mukaisesti urheiluun ja liikkumiseen tarkoitettuja vaatteita. Rennot vaatteet ovat epämuodolliset, mutta eivät epäsiistit, sillä vaateen ulkonäöllä on merkitystä. Rennot vaatteet voivat olla myös kalliit vaatteet. Suomalaiset käyttävät puhekielessä ja medioissa yleisesti termiä *rento pukeutuminen*, joka on tässä tutkimuksessani nyt määritelty. Kuitenkin kun sain hiljattain eräältä tuntemattomalta tapahtumajärjestäjältä tekstiviestin, jossa hän kehotti minua pukeutumaan ”kesäisen rennosti (ei mustaa)”, minua jäi perinpohjaisesti vaivaamaan, mitä hän kyseisellä vaatetuksella tarkoitti.

Tutkimukseni perusteella suomalaiset aikuiset pukeutuvat pääasiassa käytännöllisesti, ja vaatteissa arvostetaan istuvuutta ja niiden moneen käyttötilanteeseen sopivaa muunneltavuutta. Tämän hetken suomalainen kansallisvaate ei suinkaan ole tuulipuku tai verkkarit, vaan se on farkut. Suuret ikäluokat omaksuivat farkut 1960-luvulla niiden ilmentäessä nuorisomuotia ollen näin myös nuorisomuodin synnyttäjät. Farkut jäivät heidän jalkoihinsa pysyvästi. (Iltanen, 2005, s. 181.) Mielenkiintoista on, että farkkujen suosio hiipui 1980-luvulla tuulipukujen myötä (Hildén, 2007, ss. 77–78), mutta nyt farkut ovat puolestaan syrjäyttäneet tuulipuvut. Nähtäväksi jää, vaikuttaako urheilumuodin uusi tuleminen vastaavasti farkkujen uudelleen syrjäytymiseen tulevina vuosina. Farkkuja ei tänä päivänä kuitenkaan käytetä juhlissa, vaan juhliin valitaan juhlavaatteet, joiden mukavuudesta voidaan toisinaan tinkiä. Muutoin farkkuja käytetään oma tyylin mukaisesti eri merkkisinä ja värisinä käyttötilanne huomioon ottaen. Hyviä farkkuja ostetaan samaa mallia ja niitä käytetään niin kauan, kunnes niiden paikkaaminen on mahdotonta. Naiset käyttävät farkkujen lisäksi myös mekkoa tai hametta.

On kuitenkin paikka, missä farkkuja ei käytetä juuri lainkaan, nimittäin koti. Kotiin tullessa vaihdetaan päälle jotain mukavaa ja lämmintä, joka joustaa. Suosituimmat kotivaatteet ovat t-paita, huppari ja collegehousut. Usein jalkoihin vedetään villasukat. Kotivaatteita käytetään erityisesti vapaalla tai etätöitä tehdessä. Kotivaatteilla ei ole niin väliä, vaikka ne likaantuisivatkin. Kotivaatteet eivät välttämättä edusta mielivaatteita, vaan mielivaatteet ovat mukavat vaatteet. Mukavat vaatteet ovat pehmeät, ja henkilö tuntee niissä olonsa turvallisiksi, ja ne antavat kantajalleen itsevarmuutta ja rohkeutta, kuten mielivaatteetkin. Ulkomaailma ei pääse satuttamaan henkilöä mielivaatteiden läpi. Mielen ollessa apea, piristetään sitä pukeutumalla hyvin tai mielivaatteisiin. Vaikka Raunio (1996) tutki mielivaatteita, tutki hän niitä ainoastaan käsityönopettajaopiskelijoiden keskuudessa. Myös E. Heikkilä (2015, ss. 73–78) käsitteli pro gradu -tutkielmassaan mielivaatteita, mutta tutkielman painopiste ei ollut niissä. Siksi mielivaatteisiin keskittyvälle tutkimukselle on tilausta. Aineistoa kyseiseen tutkimukseen saisi todennäköisesti kattavasti, koska omassa aineistossani mielivaatekysymykseen on vastattu runsassanaisemmin ja henkilöt ovat kuvailleet seikkaperäisesti ja yksityiskohtaisesti omia mielivaatteitaan.

Värikkäät vaatteet on mielletty miesten vaatetuksessa urheiluvaatteiksi, joissa värit ovat suosittavia ja herättävät huomiota (Ruohonen, 2001, s. 170). Luvussa 7.1 esitin, että värikkäitä vaatteita käyttää muutama mies, jotka eivät suinkaan harrasta urheilua vaan ennemminkin

korkeakulttuuria. Sen vuoksi tulosten perusteella värejä käyttäviä miehiä on vaikea löytää urheilupiireistä. Yleisissä mielikuvissa taiteilijoiden kuitenkin oletetaan pukeutuvan värikkäisiin ja persoonallisiin vaatteisiin tai vastakohtaisesti kokomustaan. Kiinnostavaa olisikin tutkia värien ilmenemisestä suomalaisessa pukeutumisessa. Värien merkitystä yleisesti pukeutumisessa ja identiteetissä on tutkinut Maja Jacobson (2009) antiikista nykyaikaan, keskittyen osittain ruotsalaiseen kulttuuriin.

Luvussa 7.4 esille tullut käsite valtamuoti on mielenkiintoinen. Tämä oli kysymyksessä 3.3 *Pukeudun valtamuodin mukaisesti* (liite 1). Erityisesti jäin pohtimaan vastausta yhden vastaajan kysymykseen:

mitä on valtamuoti? onko se kaupunkilaisten vaatteet vai syrjäseutujen käytännölliset vaatteet. (v318)

Mielenkiintoisen vastaajan kysymyksestä tekee sen, että kysyjä itse asuu Itä-Suomen taajamassa, joten myös hänellä on ennakkoluuloja ja oletuksia suomalaisten pukeutumisesta; kaupunkilaiset eivät pukeudu käytännöllisesti, mutta syrjäseudun ihmiset pukeutuvat. Ja päinvastoin. Itse olen vuosikymmenen ajan asunut pääkaupunkiseudulla, joten oma käsitykseni syrjäseutujen tämän päivän pukeutumistyyleistä on hatara. Tai pikemminkin *oli* ennen tätä tutkimusta, joka käsittelee kyseistä kysymystä. Halusin tietää, eroaako syrjäseutujen pukeutuminen kaupunkilaisista, ja tämä oli perimmäinen syy sille, minkä vuoksi en kyselyäni halunnut mainostaa pääkaupunkiseudulla toimimissani yhteisöissä. Tiesin etukäteen, mitä pukeutuminen pääkaupunkiseudulla pääpiirteissään on (oma huom. moni pukeutuu käytännöllisesti), joten halusin vastauksia muualta Suomesta vertailun muodostamiseksi. Tulosten mukaan ei asuinpaikalla ole pukeutumistyyliin merkittävää vaikutusta. Muodin mukaisia juoksukenkiä käytetään arjessa sekä Uudellamaalla että Lapissa.

Perustelinkin, että henkilöt, jotka seuraavat muotia, ovat osanneet vastata kysymykseen, sillä käsite valtamuoti on heille siksi tuttu. Itse Itä-Suomesta lähteneenä ja pääkaupunkiseudun ulkopuolella asuneena ja vaateliikkeissä töitä tehneenä tiedän kokemuksesta, että syrjäseutujen muoti erosi aikoinaan pääkaupunkiseudusta. Tänä päivänä muoti-ilmiöt kuitenkin siirtyvät internetin ja sosiaalisen median välityksellä ympäri maailman nopeammin kuin kymmenen vuotta sitten. Muoti myös vaihtuu kiivaampaan tahtiin. Vaikka Suomen sääolosuhteet asettavat muodille maantieteellisiä rajoitteita, pukeutuvat ihmiset Lapissa ja Etelä-Suomessa yhtä lailla muodin mukaisesti, oli se sitten järkevää tai ei. Järjettöminä pidettyihin iho paljastaviin muoti-ilmiöihin sorrutaan niin aikuisten kuin nuortenkin osalta (Barnard,

1996, s. 50; Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 187). Tähän tutkimukseeni nojautuen väitän valtamuodin olevan samantyylistä joka puolella Suomea. Väittämän todenperäisyyttä olisi kuitenkin mielenkiintoista tutkia siltä kannalta, kuinka voimakkaana ja millaisena variaationa sekä kuinka suurella viiveellä valtamuoto muualle Suomeen siirtyy.

Vaatteiden laadukkuus ja ekologisuus askarruttavat aineistoni monia henkilöitä. Tutkimukseeni perusteella monet haluaisivat panostaa laadukkaaseen materiaaliin ja ostaa eettisiä vaatteita, mutta toisinaan rajoitteita asettavat varallisuus ja laadukkaiden vaatteiden ja materiaalien heikko saatavuus. Henkilöiden mielestä tietoa on vaikea saada. Ajatukset ovat muuttuneet reilussa kymmenessä vuodessa, sillä Honkavaaran (2003, s. 280) aineistossa ei materiaalin merkitys tullut yhtä voimakkaana esille, mutta laatu on ollut silloinkin merkityksellistä. Tulosteni mukaan suomalaiset suosivat luonnonmateriaaleja erityisen paljon, vaikka niiden tuotantoprosessista ei ehkä tiedetä, sillä luonnonmukainen tuote ei välttämättä ole ekologinen tuote. Toisten mielestä on parempi ostaa kierrätetty vaate, joka on jo kertaalleen tuotettu ja käytetty. He siis pyrkivät vähentämään kulutusta siten, että eivät osta uusia vaatteita. Kaikella on kaksi puolta, ja mielestäni on vaikea alan ammattilaisenakin tietää, mikä on paras vaihtoehto.

Itse näen helpotuksena edellä esitettyyn ongelmaan ajattomien sekä klassisten vaatteiden suosimisen sekä oman tyylin tunnistamisen, mikä ei tutkimukseeni perusteella ole täysin tuulesta temmattu ajatus tarkastellessa aineistoni henkilöiden vastauksia. Vaatteissa nimitäin vaalitaan ajattomuutta, klassisuutta, yksinkertaisuutta sekä käytännöllisyyttä. Vaatteet ovat suomalaisille merkitykselliset, ja niitä ei osteta marketeista ja halpahalleista tavallisia alusvaatteita tai alennettuja merkkivaatteita lukuunottamatta. Varallisuus asettaa rajoitteet pukeutumiselle, minkä vuoksi vaateen laadukkuudesta tingitään. Äidit ostavat vaatteita enemmän lapsilleen kuin itselle, mutta kiinnittävät silti omaan pukeutumiseensa huomiota. Ammatilla, iällä tai vanhemmuudella ei ole juurikaan merkitystä pukeutumisen suhteen, vaan eniten merkitystä on henkilön omaksumalla tyyllillä. Vaatteet vaihdetaan tilaisuuden mukaan, mutta tyyli säilyy.

Suomalaiset pukeutuvat paljon toistensa oloisesti, oli tilaisuus mikä tahansa. Pukeutuessaan samalla tavoin kuin muut, on henkilön helpompi sulautua massaan ja olla kiinnittämättä kenenkään huomiota (Woodward, 2008, s. 68). Pukeutuvatko suomalaiset siksi yhdenmukaisesti, että he saavat olla rauhassa? Yhdenmukainen pukeutuminen kun tuo turvallisuuden

tunnetta (Hildén, 2007, s. 76). Vai eikö kysyntä vastaa tarjontaa? Entä tulevaisuudessa, kun opettajakokemukseni perusteella kasvavalla sukupolvella näyttää olevan luontainen halua olla esillä, eikä se vähättele itseään? Miten tämä tulee vaikuttamaan pukeutumiseen? Vastauksia saadakseen täytyisi paitsi tehdä lisätutkimuksia niin omata myös ennustajan lahjoja.

Vaatteet muokkautuvat kantajan liikkeiden mukaisesti, jolloin vaatteista tulee ne omat vaatteet. Niitä myös tuunataan oman näköisiksi. (Uotila & Koskennurmi-Sivonen, 2007, s. 190; Simmel, 1986, s. 36.) Ehkä sen vuoksi suomalaiset eivät niin mielellään lainaa vaatteita, jotta vaate ei ime osia toisen persoonasta ja oma identiteetti ja suhde vaatteeseen saadaan pidettyä itsellä. Siksi vaate mieluummin laitetaan kierrätykseen tai lahjoitetaan. Vaatteiden lahjoitukseen kun liittyy tarina ja mielihyvän tunne; tehdään toinen iloiseksi ja ollaan iloisia toisen anteliaisuudesta (Heikkilä, E., 2015, ss. 80–81). Siksi haluan lopettaa tämän tutkimukseni erään vastaajan kommenttiin, sillä siihen liittyy myös oma kiitollisuus koko opiskeluajasta ja ennen kaikkea siitä, että minun oli mahdollista keskittyä tähän tutkimukseen kuukausien ajan täysipäiväisesti:

Kiitos äiti! (v 422)

Lähteet

- Alasuutari, P. (2011). *Laadullinen tutkimus 2.0*. 4. uudistettu painos. Ensimmäinen painos 1993. Tampere: Vastapaino
- Aunesluoma, J. (2011). Suomi harppoi kohti nykyaikaa. Teoksessa S. Juuti (toim.) *James päällä joka säällä: ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen Teollisuus Oy:n ja James-farkkujen historiaa*. Heinolan kaupunginmuseon julkaisuja 21. Heinola: Heinolan kaupunginmuseo. ss. 7–14.
- Barnard, M. (1996). *Fashion as Communication*. London: Routledge
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a Social Critique of the Judgement of Taste*. Translated by Richard Nice. Cambridge Mass.: Harvard University Press
- Brand, J., Teunissen, J. & van der Zwaag, A. (2006). Yves Saint Laurent. Teoksessa J. Brand, J. Teunissen in cooperation with A. van der Zwaag (ed.) *The Power of Fashion. About Design and Meaning*. Warnsveld: Uitgeverij Terra
- Beward, C. (2008). Reflections on the Histories of Sport and Fashion. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. London: V&A Publishing. ss. 17–39.
- Calefato, P. (1997). Fashion and Worldliness: Language and Imagery of the Clothed Body. *Fashion Theory*. Volume 1. Issue 1. Berg. ss. 69–90.
- CNN. (1998). *Video made the radio star. MTV changed the music industry on August 1, 1981*. Julkaistu 31.07.1998. Viitattu 04.05.2015. <http://edition.cnn.com/SHOWBIZ/Music/9807/31/encore.mtv/index.html>
- Converse. (2015). *About us*. Viitattu 25.05.2015. <http://www.converse.com/about/about-us.html>
- Crane, D. (2000). *Fashion and Its Social Agendas. Class, Gender, and Identity in Clothing*. Chicago: University of Chicago Press
- Creswell, J. W. (2008). *Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research*. 3rd edit. Upper Saddle River: Pearson
- Creswell, J. W. (2013). *What is Mixed Methods Research*. Youtube. Julkaistu 19.02.2013. Viitattu 28.03.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=1OaNiTIpyX8>
- Daily Mail. (2013). *Breast is best, the Duchess agrees: Kate seen wearing dress designed for breastfeeding mothers*. Daily Mail 28.07.2013. Viitattu 30.11.2014. <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2380571>
- Davis, F. (1992). *Fashion, Culture, and Identity*. Chicago (Ill.): University of Chicago Press
- Day, C., Sammons, P. & Gu, Q. (2008). *Combining Qualitative and Quantitative Methodologies in Research on Teachers' Lives, Work, and Effectiveness: From Integration to Synergy*. Educational Researcher. August 2008, vol. 37 no. 6. Viitattu 01.04.2015. <http://edr.sagepub.com/content/37/6/330.full.pdf+html>

- Flügel, J.C. (1950). *The Psychology of Clothes*. 3rd edit. The International psycho-analytical library No. 18. London: The Hogarth Press
- Granström, T. (2015). *Vaatteen laatu ja vaatetusyritysten laatuviestintä kuluttajille*. Käsi-työtieteen pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.
- Heikkilä, A. (2014). *Muotitietoiset pariisittaret vaihtoivat korkkarit tennareihin*. Yle Uutiset 30.06.2014. Viitattu 18.01.2015. http://yle.fi/uutiset/muotitietoiset_pariisittaret_vaihtoivat_korkkarit_tennareihin/7327975
- Heikkilä, E. (2015). *Pukeutuminen ja vaatteet naisen minuuden ja identiteettien ilmaisussa*. Käsi-työtieteen pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto.
- Heinonen, A. (2012). *Tyylit ja trendit muodissa: trendiennusteiden toteutuminen Suomessa vuosina 2000 ja 2010*. Vaatetusalan pro gradu -tutkielma. Lapin yliopisto. Viitattu 24.04.2015. <http://lappi32-kk.lib.helsinki.fi/bitstream/handle/10024/60755/gradufinalAnnukkaHeinonen.pdf?sequence=1>
- Hel Looks. (2014). Viitattu 18.01.2015. <http://www.hel-looks.com/>
- Hethorn, J. (2008). Consideration of Consumer Desire. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulase-wicz (ed.) *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. New York: Fairchild Books. ss. 53–76
- Hildén, M. (2007). Rakastettu ja parjattu tuulipuku. Teoksessa M. Hildén (toim.) *Ryijyistä kyborgeihin – Tekstiili- ja vaatetusalan muotoilututkimusta luomassa*. Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan julkaisuja B: Tutkimusraportteja ja selvityksiä 7. ss. 64–85. Viitattu 03.06.2015. <http://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=f07df8e0-a4b1-49b2-a388-e820aa465990>
- Holopainen, M., Tenhunen, L. & Vuorinen P. (2004). *Tutkimusaineiston analysointi ja SPSS*. Järvenpää: Yrityssanoma
- Honkavaara, N. (2003). Pukeutumisen kontekstuaalisuus. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen & A-M. Raunio (toim.) *Vaatekirja*. Korjattu toinen painos. Kotitalous- ja käsi-työtieteiden laitoksen julkaisuja 8. Helsinki: Yliopistopaino. ss. 269–288.
- Iltä-Sanommat. (2010). *Palefacen kannanotto - Linnassa tennareissa*. Julkaistu 06.12.2010. Viitattu 12.01.2015. <http://www.iltasanomat.fi/linnanjuhlat/art-1288354305502.html>
- Instagram. (2015). *#tuulipuku*. Viitattu 12.01.2015.
- Iltanen, S. (2005). Pässinpökkimistä bleiseriin. Naisten vaatemuistoja. Teoksessa A. Karisto (toim.) *Suuret ikäluokat*. Tampere: Vastapaino. ss. 167–193.
- Jacobson, M. (1994). *Kläder som språk och handling. Om unga kvinnors användning av klädelsen som kommunikations- och identitesskapande medel*. Stockholm: Carlsson
- Jacobson, M. (2009). *Färgen gör människan. Om färg, kläder och identitet från antiken till våra dagar*. Stockholm: Carlsson

- Kaiser, S. B. (1998). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*. New York: Fairchild Publications
- Kaiser, S. B., Freeman C.M & Chandler J.L. (1993). Favorite Clothes and Gendered Subjectivities. Teoksessa N. K. Denzin (ed.) *Studies in Symbolic Interaction. Vol 15*. Greenwich, Conn: JAI Press. ss. 27–50.
- Kananen, J. (2008). *Kvantti. Kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun*. E. Ijäs (toim.) Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 89. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.
- Kielitoimisto. (2015). Kielitoimiston ohjepankki. <http://www.kielitoimistonohjepankki.fi/>
- Kielitoimiston sanakirja. (2015). *Mielentila*. Viitattu 25.05.2015. <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/>
- Kielitoimiston sanakirja. (2015). *Olotila*. Viitattu 25.05.2015. <http://www.kielitoimistonsanakirja.fi/>
- Kivimäki, S. (2003). Aikuisen naisen vaatekaappi. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen & A-M. Raunio (toim.) *Vaatekirja*. Korjattu toinen painos. Kotitalous- ja käsityötieteiden laitoksen julkaisuja 8. Helsinki: Yliopistopaino. ss. 249–268.
- Koskennurmi-Sivonen, R. (2003). Vaatetus, pukeutuminen ja muoti – ero ja erottamattomuus. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen & A-M. Raunio (toim.) *Vaatekirja*. Korjattu toinen painos. Kotitalous- ja käsityötieteiden laitoksen julkaisuja 8. Helsinki: Yliopistopaino. ss. 1–16
- Koskennurmi-Sivonen, R. (2008). *Riitta Immonen: vaatteita naisille työhön, juhlaan ja vapaa-aikaan*. Helsinki: Multikustannus
- Koskennurmi-Sivonen, R. (2012a). Ihmiset pukeutuvat. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen (toim.) *Johdatuksia pukeutumisen tutkimiseen*. Tekstiilikulttuuriseuran julkaisuja 6. Helsinki: Tekstiilikulttuuriseura. ss. 5–14. Viitattu 11.02.2015. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/39202>
- Koskennurmi-Sivonen, R. (2012b). Merkitsevä pukeutuminen. Semiotiikka pukeutumisen tutkimuksessa. Teoksessa R. Koskennurmi-Sivonen (toim.) *Johdatuksia pukeutumisen tutkimiseen*. Tekstiilikulttuuriseuran julkaisuja 6. Helsinki: Tekstiilikulttuuriseura. ss. 27–72. Viitattu 11.02.2015. <https://helda.helsinki.fi/handle/10138/39202>
- Lee, C. (2008). Chris Lee. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. Lontoo: V&A Publishing. s. 91
- Lee, S. & Jones, K. (2008). In-Conversation with Suzanne Lee and Kim Jones. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. Lontoo: V&A Publishing. ss. 44–58.
- Lee-Potter, C. (1984). *Sportswear in Vogue since 1910*. London: Thames and Hudson
- Levi Strauss & Co. (2015). Our Company. *History & Heritage*. Viitattu 02.05.2015. <http://us.levi.com/family/index.jsp?categoryId=18816896>

- Lindfors, J. (2009). *Lenita huolissaan suomalaispäättäjien tyylitajusta*. Ylen elävä arkisto 26.10.2009. Viitattu 18.01.2015. <http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/lenita-huolissaan-suomalaispaattajien-tyylitajusta-43164.html#media=43167>
- Lindfors, V. & Paimela, S-L. (2004). *A la mode. Muodin ja pukeutumisen sanakirja*. Helsinki: Otava
- Luutonen, M. (1997). *Kansanomainen tuote merkityksenantajana. Tutkimus suomalaisesta villapaidasta*. Artefakta 3. Helsinki: Akatiimi
- Lönnqvist, B. (2008). *Vaatteiden valtapeli. Näkymättömän kulttuurianatomia*. (suom.) K. Haatanen. Helsinki: Schildts
- Maaranen, K. (2015). *Mixed methods - Monimenetelmäisen tutkimuksen metodologia kasvatustieteessä*. Luento 10.03.2015. Helsingin yliopisto.
- Mauch, D. (2009). The Development of The Sports fashion System – A Sociological Observation. Teoksessa G. Buxbaum (ed.) *Fashion in Context*. Wien: Springer. ss. 26–31.
- Miettinen, A. (2014). *Miksi suomalaiset pukeutuvat huonosti ja harmaasti?* Helsingin Sanomat 16.11.2014. Viitattu 28.12.2014. <http://www.hs.fi/paakirjoitukset/a1416024474572>
- Muoti: tyylit ja vaatteet kautta aikojen. (2013). (suom.) L. & O. Jänisniemi. Suomennoksen asiantuntijatarkistus M. Nederström. Helsinki: Tammi
- Nelonen. (2014). *Treffeille ilman vaatteita? Mistä on kyse - katso!* Nelonen.fi. Viihdeuutiset 28.05.2014. Viitattu 05.04.2015. <http://www.nelonen.fi/uutiset/viihde/1638940-treffeille-ilman-vaatteita-mista-on-kyse--katso>
- Perry, F. (2015). Heritage. *Fred Perry*. Viitattu 27.01.2015. <http://www.fredperry.com/heritage/>
- Pitkäniemi, H. (2009). *Integroiva metodologia opetuksen tutkimuksen näkökulmasta*. Kasvatus 4/2009. Jyväskylän yliopiston julkaisuja. ss. 328–340.
- Plano Clark, V. L. & Badiie M. (2010). Research Questions in Mixed Method Research. Teoksessa A. Tashakkori & C. Teddlie (ed.) *Sage Handbook of Mixed Methods in Social & Behavioral Research*. 2nd ed. Thousand Oaks: SAGE Publications. ss. 275–304.
- Raunio, A-M. (1996). Favorite Clothes - A Look at Individuals' Experience of Clothing. Teoksessa U. Suojanen (ed.) *Clothing and Its Social, Psychological, Cultural and Environmental Aspects*. Proceedings of a Symposium of Textiles, Clothing and Craft Design, Helsinki May 18–20, 1995. Research report 161. Helsinki: University of Helsinki. ss. 179–194.
- Risikko, T. & Marttila-Vesalainen, R. (2005). *Vaatteet ja haasteet*. Porvoo: WSOY.
- Ruohonen, S. (2001). *Nuorten pukeutuminen: erottumista, elämyksiä, harkintaa*. Joensuu: Joensuu University Press

- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. (2006). *Triangulaatio. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto*. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietovarasto. Viitattu 12.05.2005. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L2_3_2_4.html
- Salazar, L. (2008). Uniformity v individuality. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. Lontoo: V&A Publishing. ss. 63–65.
- Savolainen, S. (2011). Värien kirjoja – pukeutuminen 1960- ja 1970-luvuilla. Teoksessa S. Juuti (toim.) *James päällä joka säällä: ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen Teollisuus Oy:n ja James-farkkujen historiaa*. Heinolan kaupunginmuseon julkaisuja 21. Heinola: Heinolan kaupunginmuseo. ss.65–84.
- Simmel, G. (1986). *Muodin filosofia*. (suom.) A. Alanen. Helsinki: Odessa.
- Simpson, M. (2008). Sporno. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. Lontoo: V&A Publishing. ss. 106–113.
- Sloggi. (2015). *Kylie Minogue for Sloggi*. Viitattu 06.08.2015. <http://www.sloggi.com/int-en/kylie-sloggi-campaign.html>
- Studio55.fi (2010.) *Suomalainen pukeutuminen järkytti Ranskassa*. MTV3. Julkaistu 17.08.2010. Päivitetty 16.04.2013. Viitattu 28.12.2014. <http://www.studio55.fi/matkailu/article/suomalainen-pukeutuminen-jarkytti-ranskassa/131162>
- Tarna, H. (2010). *Michelle Obaman halpispuku myytiin loppuun kaupoista*. Iltalehti 26.06.2008. Viitattu 30.11.2014. <http://www.iltasanomat.fi/ulkomaat/art-1288337559847.html>
- Tilastokeskus. (2015). *Suomen virallinen tilasto. Väestörakenne 2014*. Viitattu 04.04.2015. <http://tilastokeskus.fi/til/vaerak/index.html>
- Turunen, A. (2011). ”Hame, housut, hamehousut! Vai mikä on tulevaisuutemme?” *Naisten päällyshousujen käyttöä koskevat pukeutumisohteet ja niissä rakentuvat naisten ihanteet suomalaisissa naistenlehdissä 1889–1945*. Kansatieteellinen arkisto 53. Helsinki: Suomen muinaismuistoyhdistys
- Tähtinen J., Laakkonen E. & Broberg, M. (2011). *Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita*. Turun yliopiston kasvatustieteiden tiedekunnan julkaisuja C: 20. Turku: Turun yliopisto
- Uotila, M. & Koskennurmi-Sivonen, R. (2007). Pukeutuminen. Teoksessa *Maamme Suomi*. Helsinki: Weilin+Göös. ss.183–193.
- Urbaani sanakirja. (2015). *Tuulipukukansa*. Viitattu 18.01.2015. <http://urbanisanakirja.com/word/tuulipukukansa/>
- Vehkalahti, K. (2008). *Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät*. Helsinki: Tammi.
- Vedenpää, V. (2014). *Kuntoilubuumi valtasi muodin: Pikkutakkeja ja pinkkejä juoksulenkkareita*. YLEUutiset, Kulttuuri 30.06.2014. Viitattu 18.01.2015. http://yle.fi/uutiset/kuntoilubuumi_valtasi_muodin_pikkutakkeja_ja_pinkkeja_juoksulenkkareita/7314534?ref=leiki-uu

- Vogel, S. (2008). Steven Vogel. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. Lontoo: V&A Publishing. s. 96
- Voutilainen, L. (2011). James päällä joka säällä. Mattisen Teollisuus Oy:n vaiheista 1948–1986. Teoksessa S. Juuti (toim.) *James päällä joka säällä: ajankuva 1960–70-luvuilta sekä Mattisen Teollisuus Oy:n ja James-farkkujen historiaa*. Heinolan kaupunginmuseon julkaisuja 21. Heinola: Heinolan kaupunginmuseo. ss. 15–61.
- Wilson, E. (2005). *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: Tauris. Viitattu 04.05.2015. <http://site.ebrary.com/libproxy.helsinki.fi/lib/helsinki/reader.action?docID=10717705&ppg=29>
- Woodward, S. (2008). Standing Out as One of the World. Teoksessa L. Salazar (ed.) *Fashion V Sport*. Lontoo: V&A Publishing. ss. 67–77.
- YLE Keski-Suomi. (2014). *Tuulipuku ei ole enää häpeä*. Yle Uutiset 19.04.2014. Viitattu 18.01.2014. http://yle.fi/uutiset/tuulipuku_ei_ole_ena_hapea/5257119

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake.

Suomalaisten aikuisten arkipukeutuminen

Olen Helsingin yliopiston käsityötieteen opettajaopiskelija, ja tutkin pro gradu -työssäni suomalaisten aikuisten arkipukeutumista sekä pukeutumiseen vaikuttavia tekijöitä, sillä tieteellistä tutkimusta aiheesta ei ole juurikaan tehty. Pukeutuminen on usein tiedostamatonta ja itsestäänselvää. Haluan siis tutkimukseni avulla saada selville, kuinka hyvin oletamus suomalaisten rennoksi mielletystä pukeutumisesta pitää paikkansa. Painotan, että Sinun ei tarvitse olla millään muotoa kiinnostunut vaatteista, muodista tai ylipäättään pukeutumisesta osallistuaksesi tähän tutkimukseen.

Kyselyssä on eri osioita sisältäen nopeita väittämäkysymyksiä, mutta myös muutamia avoimia kysymyksiä. Mitä tarkemmat vastaukset annat, sitä kattavampaa tietoa saan kerättyä. Kyselyyn vastaaminen vie aikaa noin 20 minuuttia omasta panostuksestasi riippuen. Monivalintakysymyksissä on jokaisella rivillä vain yksi vastausvaihtoehto, mutta voit myös jättää rivin tyhjäksi, jos asia ei koske sinua. Muutamissa kysymyksissä on oranssi kysymysmerkki, jonka avulla saat tarkennusta kysymykseen viemällä hiiren kyseisen oranssin kysymysmerkin päälle.

Jos siis olet iältäsi vähintään 20-vuotias, toivoisin Sinun pohtivan omaa pukeutumistasi ja vastaavasi tähän kyselyyn. Avullasi saan erittäin arvokasta ja tärkeää tietoa suomalaisten aikuisten vähän tutkitusta arkipukeutumisesta. Vastaukset ovat luottamuksellisia ja ne ovat vain minun tarkasteltavissani. Sinun ei tarvitse missään vaiheessa luovuttaa nimeäsi, ja käsittelen vastauksia myös siten, että niistä ei voida ketään tunnistaa.

Ystävällisin terveisin,

Heidi Hovi

Opettajankoulutuslaitos, käsityöopettajan koulutus

1. TAUSTATIEDOT

1. Sukupuoli

- Nainen
 Mies
 Muu

2. Ikäryhmä

20-25 vuotta ▼

3. Siviilisääty

- Avio-, tai avoliitossa
 Seurustelusuhhteessa
 Sinkku

4. Asuinmaakunta

Ahvenanmaa ▼

5. Asuinpaikka

- Kaupungissa tai lähiössä
 Taajamassa tai kirkonkylässä
 Haja-asutusalueella

6. Onko Sinulla kouluikäisiä tai sitä nuorempia huollettavia lapsia?

- Kyllä
 Ei
 Odotan tällä hetkellä

Jos vastasit kyllä, niin hänen/heidän ikänsä? ?

7. Korkein tutkinto

Kansakoulu ▼

8. Oletko tällä hetkellä päätoimisesti?

- Töissä
 Työtön
 Eläkkeellä
 Opiskelija
 Vanhempainlomalla
 Hoitovapaalla

Muuta, mitä?

9. Tämän hetkinen ammattiasemasi ?

Valitse tästä ▼

Muu, mikä?

10. Ammattiala ?

Valitse tästä ▼

Muu, mikä?

Ikäryhmät:

20–25 vuotta
26–30
31–35
36–40
41–45
46–50
51–55
56–60
61–65
66–70
71 vuotta tai enemmän

Asuinmaakunnat:

Ahvenanmaa
Etelä-Karjala
Etelä-Pohjanmaa
Etelä-Savo
Kainuu
Kanta-Häme
Keski-Pohjanmaa
Keski-Suomi
Kymenlaakso
Lappi
Pirkanmaa
Pohjanmaa
Pohjois-Karjala
Pohjois-Pohjanmaa
Pohjois-Savo
Päijät-Häme
Satakunta
Uusimaa
Varsinais-Suomi

Korkein tutkinto:

Kansakoulu
Peruskoulu
Ylioppilastutkinto
Ammattitutkinto
Opistotason tutkinto
Ammattikorkeakoulututkinto
Ylempi ammattikorkeakoulututkinto
Alempi korkeakoulututkinto
Ylempi korkeakoulututkinto
Lisensiaatin tutkinto
Tohtorin tutkinto
Ei tutkintoa

Tämän hetkinen ammattiasemasi:

Valitse tästä
Opiskelija
Työntekijä
Alempi toimihenkilö
Ylempi toimihenkilö
Yrittäjä

Seuraava >>

Ammattiala:

Elintarviketeollisuus
Energia
Finanssi
Hallinnollinen
Henkilöpalvelut
Kasvatus tai opetus
Kaupallinen
Kiinteistö
Kirkollinen
Kuljetus- ja liikenne
Kulttuuri ja viestintä
Käsityö

Laki

Liikunta tai urheilu
Luonnontieteellinen
Maa- ja metsätalous
Matkailu- ja ravitsemus
Kasvatus tai opetus
Rakennus
Sosiaalipalvelut
Suojelu ja sotilas
Teknologiateollisuus
Teollisuus
Terveystieteellinen
Ympäristö

2. KÄYTTÖVAATTEET

Tämän osion tarkoitus on kartoittaa, kuinka usein käytät rennoksi miellettyjä vaatteita.

Valitse väittämistä se, joka parhaiten kuvastaa vaatteidenkäyttöäsi. Voit tarkentaa vastaustasi *Kommentointi*-kenttään (max 255 merkkiä).

1 = en koskaan, 2 = harvoin, 3 = melko harvoin, 4 = joskus, 5 = melko usein, 6 = usein, 7 = lähes aina, 8 = aina

1. Yleisesti käytän

	1	2	3	4	5	6	7	8	Kommentointi
Väljiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vartalonmyötäisiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Minulle isoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Minulle pieniä tai kutistuneita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

1 = en koskaan, 2 = harvoin, 3 = melko harvoin, 4 = joskus, 5 = melko usein, 6 = usein, 7 = lähes aina, 8 = aina

2. Ulkovaatteista käytän ?

	1	2	3	4	5	6	7	8	Kommentointi
Liikuntavaatteita muutoin kuin liikuntaa harrastettaessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Urheiluvaatteita muutoin kuin urheillessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Farkkutakkia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Lenkkareita tai tennareita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaelluskenkiä tai muita vastaavia ulkoilukenkiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Juoksulenkkareita muutoin kuin urheillessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Asusteita, esim. huivit, lapaset tai päähineet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Hintavampia merkivaatteita, esim. Burton, Fjällräven, Luhta, Nike; mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Muuta, mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

1 = en koskaan, 2 = harvoin, 3 = melko harvoin, 4 = joskus, 5 = melko usein, 6 = usein, 7 = lähes aina, 8 = aina

3. Sisävaatteista käytän ?

	1	2	3	4	5	6	7	8	Kommentointi
Liikuntavaatteita muutoin kuin liikuntaa harrastettaessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Urheiluvaatteita muutoin kuin urheillessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Sukkahousuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pitkiksiä tai pitkiä kalsareita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Kotona ns. kotiasua, mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Legginsejä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Farkkuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Collegekankaisia, esim. housut, hupparit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Flanellikankaisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Fleecekankaisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Neulepuseroita tai neuletakkeja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Trikoopaitoja, esim. topit, t-paidat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Muita trikoovaatteita, esim. hame, tunika; mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Asusteita, esim. solmiot, huivit, päähineet, villasukat; mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Hintavampia merkivaatteita, esim. Adidas, DC, Chanel, Jackpot, Levi's; mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Muuta, mitä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

4. Onko Sinulla mielivaatetta tai -vaatteita? Kuvaile lyhyesti minkä tyyliset vaatteet tai mitkä ne vaatekappaleet ovat. Milloin puet ne yllesi (esim. huono päivä, edessä stressaava tilanne, juhlat, ensitreffit, uusi työ tms.)?

Mielivaate

3. PUKEUTUMISTYILI

Tämän osion tarkoitus on kartoittaa yleistä asennettasi pukeutumista kohtaan sekä pukeutumiseen vaikuttavia tekijöitä.

1. Miten kuvailisit omaa tyyliäsi yhdellä tai muutamalla sanalla?

Valitse väittämistä se vaihtoehto, joka parhaiten kuvastaa mielipidettäsi. Voit tarkentaa vastaustasi *Kommentointi*-kenttään (max. 255 merkkiä).

1 = täysin eri mieltä, 2 = eri mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = en eri enkä samaa mieltä, 5 = jokseenkin samaa mieltä, 6 = samaa mieltä, 7 = täysin samaa mieltä

2. Tyyli ?

	1	2	3	4	5	6	7	Kommentointi
Pukeutumistyylini vaihtelee tilanteen mukaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaatteet ovat minulle merkitykselliset.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Tunnen oman tyylini.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
En välitä, miten pukeudun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Asianmukainen (tai olettamusten mukainen) työpukeutuminen viestittää henkilön ammattitaidosta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

Kuinka Sinä yleisesti ottaen pukeudut? Valitse väittämistä se, joka parhaiten kuvastaa Sinua. Voit tarkentaa vastaustasi *Kommentointi*-kenttään (max. 255 merkkiä).

1 = en koskaan, 2 = harvoin, 3 = melko harvoin, 4 = joskus, 5 = melko usein, 6 = usein, 7 = lähes aina, 8 = aina

3. Pukeutuminen

	1	2	3	4	5	6	7	8	Kommentointi
Pukeudun sään mukaisesti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun kerroksittain.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Palelen varpaista, sormista, alaselästä tai niska-, hartiaseudulta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun väliin vaatteisiin peittääkseen vartaloni muotoja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun tyyliillisesti toisiinsa sopiviin vaatteisiin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun valtamuodin mukaisesti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun lomalla rennommin kuin tavallisesti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun käytännöllisesti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun rennosti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun mukavasti.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Mökillä käytän vaatteita, joita en muuten käytä, eli ns. röntövaatteita tai vanhoja vaatteita.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pukeudun asioille tai kaupungille siistimmin kuin yleensä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Juhlapukeutumisessa tingin omasta mukavuudestani.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Kiinnitän vaateen valmistamateriaaliin huomiota.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

<< Edellinen | Seuraava >>

4. RENTOUS JA MUKAVUUS

Mukava ja rento voidaan mieltää toistensa synonyymeiksi, mutta ne voivat myös merkitä henkilölle eri asioita. Sen vuoksi haluan tietää, miten Sinä kyseiset sanat tulkitset.

1. Mitkä vaatekappaleet ovat Sinun mielestäsi rennot vaatteet? Voit kuvailla tähän myös jotakin tyyliä.

2. Entä mukavat?

<< Edellinen | Seuraava >>

5. VAAATTEIDEN MIELLYTTÄVYYS

Tämän osion on tarkoitus kartoittaa, kuinka hyvin viihdyt vaatteissasi, ja kuinka ne vaikuttavat olotilaasi.

Valitse väittämistä se vaihtoehto, joka parhaiten kuvastaa mielipidettäsi. Voit tarkentaa vastaustasi *Kommentointi*-kenttään.

1 = täysin eri mieltä, 2 = eri mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = en eri enkä samaa mieltä, 5 = jokseenkin samaa mieltä, 6 = samaa mieltä, 7 = täysin samaa mieltä.

Miellyttävyyys

	1	2	3	4	5	6	7	Kommentointi
Istuvat vaatteet tuntuvat mukavalta ylläni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Alusvaatteet vaikuttavat mukavaan olotilaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Pidän pehmeän tuntuista vaatteista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaateen materiaali vaikuttaa mukavuuden tuntuun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Jonkun käytössäni olevan vaateen materiaali saa minut hikoilemaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Oloni on epämukava, jos vaate kiristää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Oloni on epämukava, jos vaate nousee, valuu tai kiertää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Oloni on epämukava juhlavaatteissa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Kerrospukeutuminen saa oloni tuntumaan tukalalta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Sukkahousut ovat epämiellyttävät käyttää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Käytän välijä vaatteita, jotta minun olisi mukavampi olla.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
En käytä vaatetta, joka tekee oloni epämukavaksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

<< Edellinen | Seuraava >>

6. VAIKUTUSTEKIJÄT

Tämän osion tarkoitus on kartoittaa pukeutumiseesi vaikuttavia tekijöitä.

Valitse väittämistä se vaihtoehto, joka parhaiten kuvastaa mielipidettäsi. Voit tarkentaa vastaustasi *Kommentointi*-kenttään (max. 255 merkkiä).

1 = täysin eri mieltä, 2 = eri mieltä, 3 = jokseenkin eri mieltä, 4 = en eri enkä samaa mieltä, 5 = jokseenkin samaa mieltä, 6 = samaa mieltä, 7 = täysin samaa mieltä

Pukeutumisen vaikutustekijät

	1	2	3	4	5	6	7	Kommentointi
Ikä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Työ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Muoti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Harrastukset	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Sääolosuhteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Varallisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Sairaus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vanhemmuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Lähipiiri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Kaveripiiri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Julkisuuden henkilöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Sosiaalinen media, esim. Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaateen materiaali	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaateen laadukkuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaateen istuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Vaateen valmistusprosessin ekologisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>
Jokin muu, mikä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="text"/>

<< Edellinen | Seuraava >>

7. HARRASTUKSET JA VAPAA-AIKA

Harrastukset ja vapaa-aika saattavat vaikuttaa pukeutumiseen, sillä harrastukset, kuten myös pukeutuminen, ovat osa ihmisen identiteettiä. Sen vuoksi kartoitan lopuksi vapaa-ajanviettopojasi.

1. Valitse listasta korkeintaan kolme tärkeintä harrastustasi. Harrastukset ovat aakkosjärjestyksessä.

Klikkaa nro. 1. kohdalle tärkein, nro. 2. kohdalle toiseksi ja nro. 3. kohdalle kolmanneksi tärkein. *Kommentointi*-kenttään voit kirjoittaa paljonko kyseiseen harrastukseen kuluu aikaa/pvä, /vko tai /kk sekä tarkentaa vastaustasi. Jos klikkaat vahingossa yhdellä pystyrivillä useampaa vaihtoehtoa, paina internet-selaimen päivitys-nappulaa. Huomioithan, että koko kenttä tässä tapauksessa tyhjenee. Vaihtoehtoisesti voit mainita *Kommentointi*-kenttään erheestä.

Esimerkiksi: 1. TV, *Kommentointi: 15 h/vko, urheiluohjelmat ja tosi-tv*; 2. Urheilu: *kuntosali 5 h/vko, uinti 3 h/vko*; 3. Korkeakulttuuri: *4 h/kk, teatteri sekä konsertit*

	1	2	3	Kommentointi
Ajanvietto ystävien tai perheen kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Blogin pitäminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Elokuvat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Eläimet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Juomakulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Kalastus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Keräily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Kirkolliset ja uskonnolliset tilaisuudet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Korkeakulttuuri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Käsityöt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Liikunta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Lukeminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Metsästys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Moottorikulkuneuvot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Musiikki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Mökkeily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Partio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Pelaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Puutarhanhoito ja huonekasvit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Retkeily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ruoanlaitto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Shoppailu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Sisustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Taiteet: piirustus tai valokuvaus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Tv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ulkoilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Urheilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Veneily	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Muu, mikä?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

2. Voit kirjoittaa tähän jotain muuta mieleesi juolahtanutta liittyen vapaa-aikaasi tai harrastuksiisi.

8. LOPUKSI

Ennen lomakkeen lähettämistä, pyydän Sinua vielä vastaamaan, että millä tavoin hankit vaatteesi. Kiitos erittäin paljon panostuksestasi, ja toivotan Sinulle oikein mukavaa kevättä! :)

1. Mistä hankit vaatteesi? Voit tarkentaa vastaustasi *Kommentointi*-kenttään.

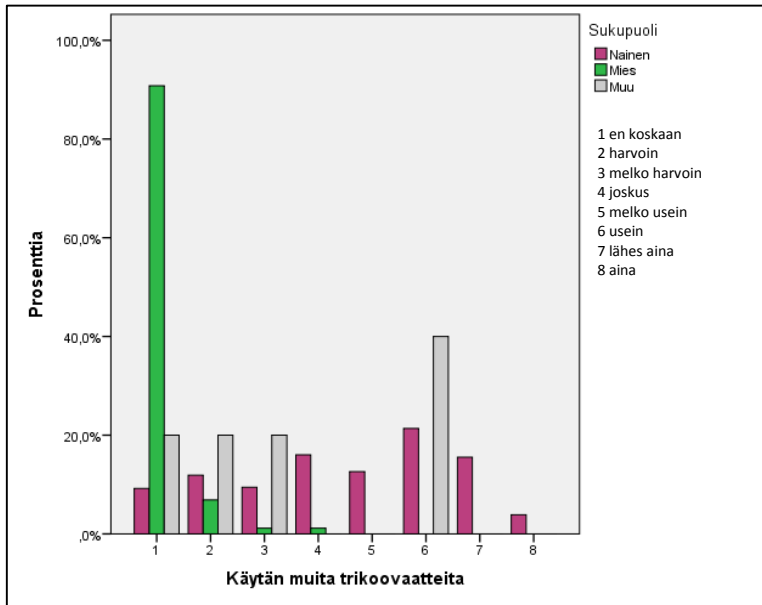
1 = en koskaan, 2 = harvoin, 3 = melko harvoin, 4 = joskus, 5 = melko usein, 6 = usein, 7 = lähes aina, 8 = aina.

1. Vaatehankinnat

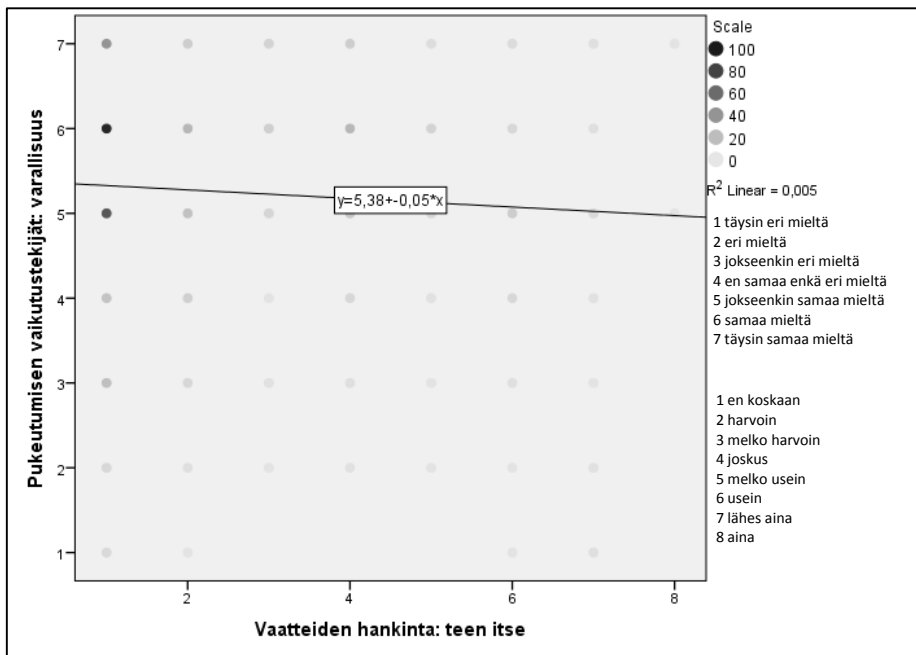
	1	2	3	4	5	6	7	8	Kommentointi
Ostan vaatekaupoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ostan marketeista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ostan tavarataloista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ostan verkkiliikkeistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ostan urheilu-, tai ulkoiluvaateliikkeistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ostan kirpputoreilta tai Kierrätyspisteistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Hankin sosiaalisen median kautta (esim. Facebook-kirpputori)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Tilaan nettikaupoista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Saan mm. perheenjäseniltä, ystäviltä tai sukulaisilta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Lainaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Teen itse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Jotenkin muuten, miten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	

2. Mitä muuta haluat sanoa pukeutumisestasi, jota ei tässä kyselyssä mahdollisesti tullut esille? Tai haluatko antaa palautetta? Tähän voit kirjoittaa vapaasti.

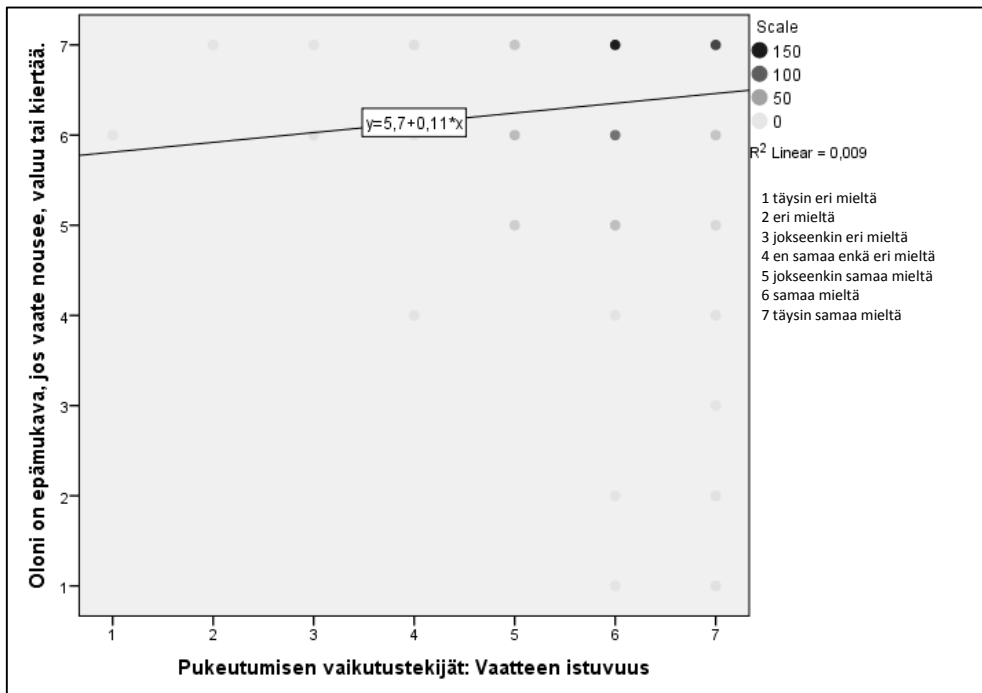
Liite 2. Kuvat.



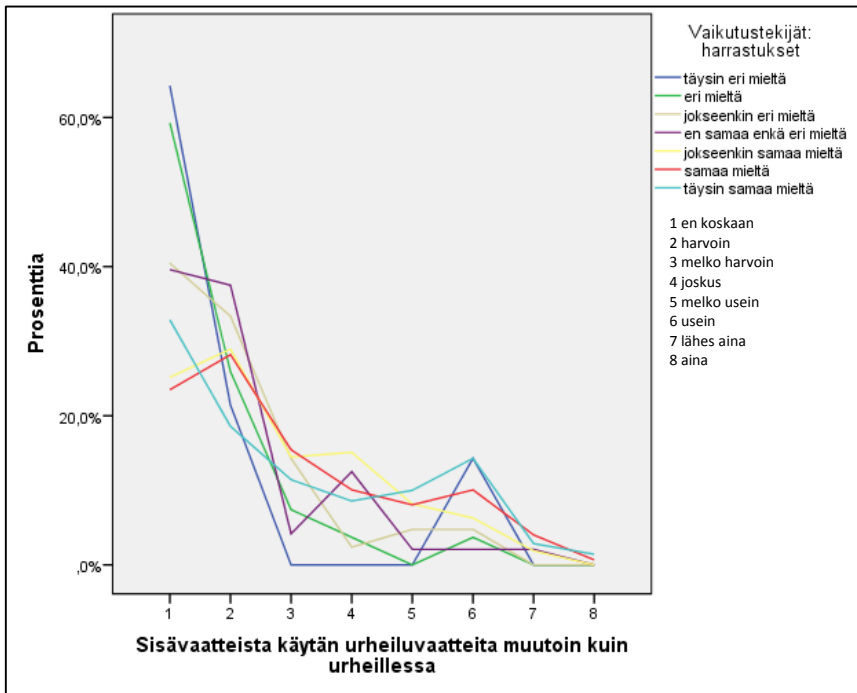
Kuva 16. Muiden trikoovaatteiden käyttö (kysymys 2.3) sukupuolittain (kysymys 1.1).



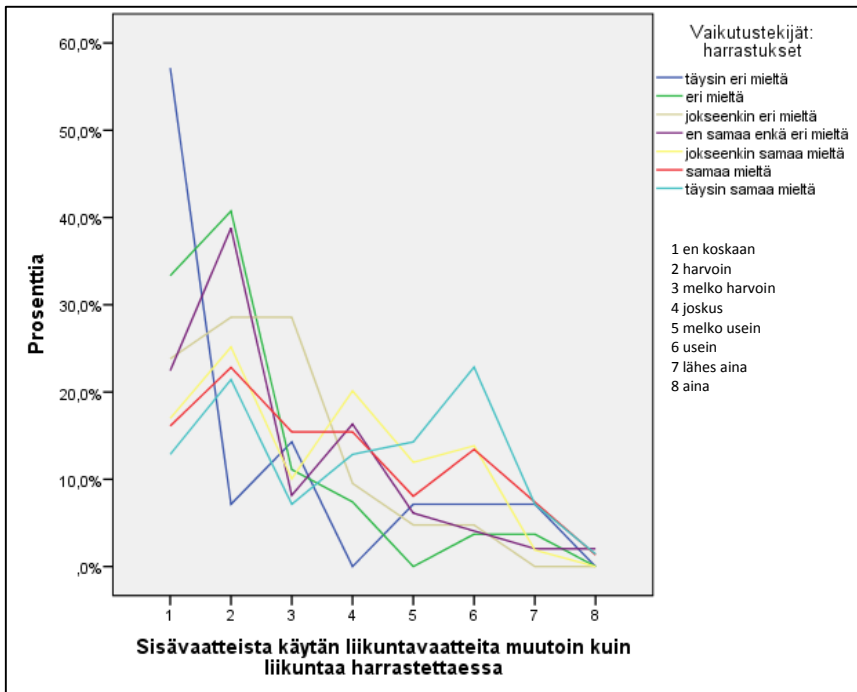
Kuva 17. Vaatteiden hankinta itse tekemällä (kysymys 8.1) suhteessa varallisuuteen pukutumisen vaikutustekijänä (kysymys osio 6).



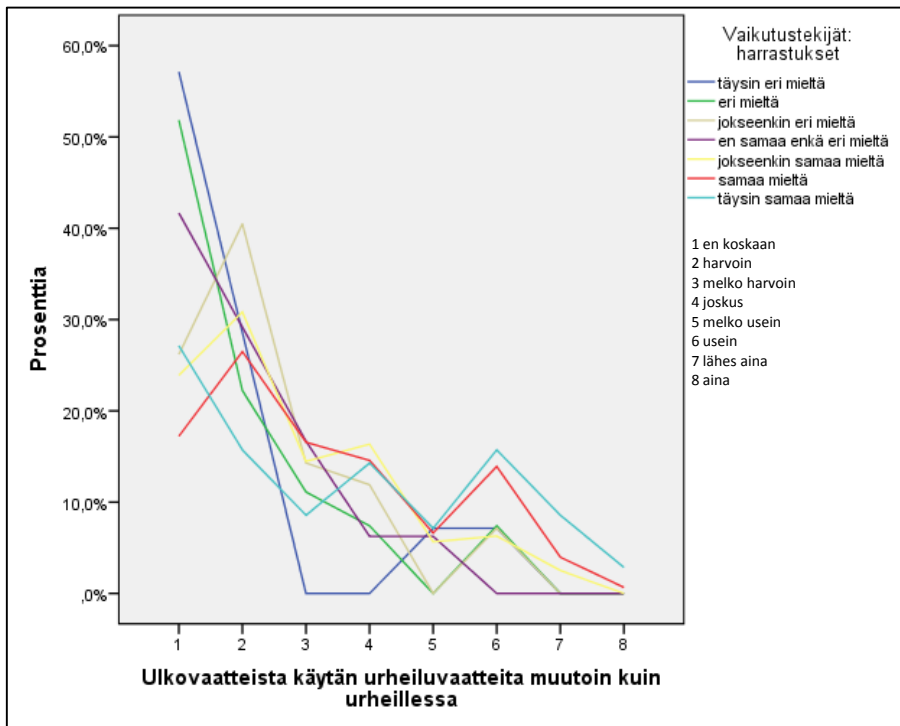
Kuva 18. Vaatteen istuvuus vaikutustekijänä (kysymys osio 6) suhteessa olon epämukavuuteen, jos vaate ei pysy paikallaan (kysymys osio 5).



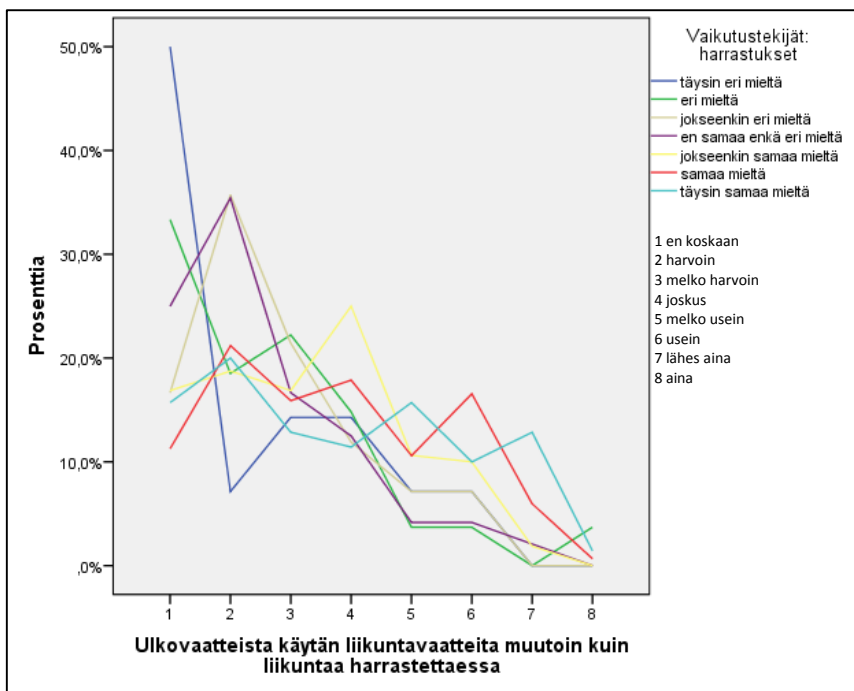
Kuva 19. Urheiluvaatteiden käyttö sisällä muulloin kuin urheillaessa (kysymys 2.3) selittävänä tekijänä harrastukset vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6).



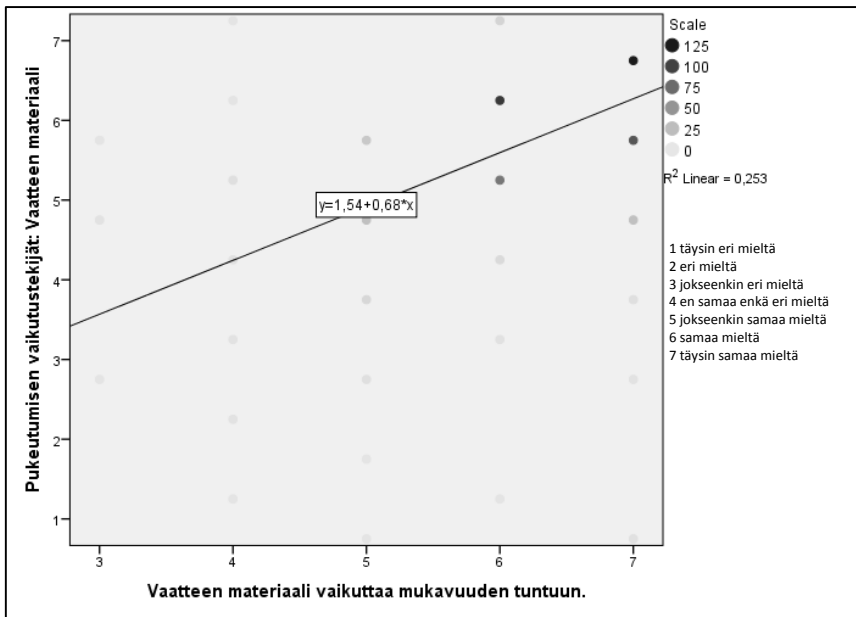
Kuva 20. Liikuntavaatteiden käyttö sisällä muulloin kuin urheillaessa (kysymys 2.3) selittävänä tekijänä harrastukset vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6).



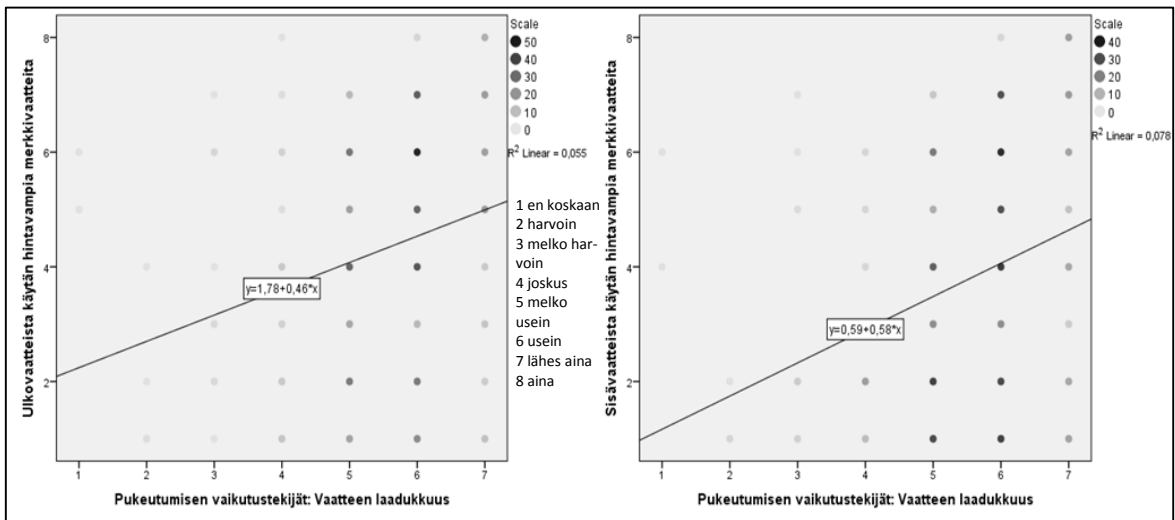
Kuva 21. Urheiluvaatteiden käyttö ulkona muulloin kuin urheillessa (kysymys 2.2) selittävänä tekijänä harrastukset vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6).



Kuva 22. Liikuntavaatteiden käyttö ulkona muulloin kuin urheillessa (kysymys 2.2) selittävänä tekijänä harrastukset vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6).



Kuva 23. Vaateen materiaalin vaikutus mukavuuden tuntuun (kysymys osio 5) suhteessa vaateen materiaaliin pukeutumisen vaikutustekijänä (kysymys osio 6).



1 täysin eri mieltä, 2 eri mieltä, 3 jokseenkin eri mieltä, 4 en samaa enkä eri mieltä, 5 jokseenkin samaa mieltä, 6 samaa mieltä, 7 täysin samaa mieltä

Kuva 24. Vasen kuva: Vaateen laadukkuus pukeutumisen vaikutustekijänä (kysymys osio 6) suhteessa ulkokäytössä oleviin hintaviin merkivaatteisiin (kysymys 2.2).

Oikea kuva: Vaateen laadukkuus pukeutumisen vaikutustekijänä (kysymys osio 6) suhteessa sisäkäytössä oleviin hintaviin merkivaatteisiin (kysymys 2.3).

Liite 3. Taulukot.

Taulukko 8. Vastaajien kuvailemat pukeutumistyyli (kysymys 3.1).

Tyyli	f	%-osuus koko aineistosta
army	3	3
ajaton	13	3
asiallinen	21	4
boheemi	12	2
casual	34	7
edullinen	6	1
farkut	6	1
hauska	8	2
helppo	9	2
hillitty	8	2
huoleton	10	2
hukassa	2	0
jokin twist	10	2
juntti	2	0
klassinen	40	8
käytännöllinen	36	7
maanläheinen	8	2
mukava	60	12
naisellinen	24	5
nuorekas	18	3
pelkistetty	9	2
persoonallinen	28	5
rento	162	31
rokkihenkinen	16	3
siisti	39	8
tarkoituksenmukainen	9	2
tavallinen	45	9
trendikäs	12	2
tummanpuhuva	18	3
tylsä	10	2
tyylikäs	39	8
tyylitön	8	2
urheilullinen	18	3
vaihteleva	15	3
vintage	7	1
värikäs	30	6
yksinkertainen	33	6
yksittäiset vastaukset yhteensä	34	7
Tyylejä yhteensä	862	
Vastaajat yhteensä	520	100,00 %

Taulukko 9. Ulkovaatteina käytettävien liikuntavaatteiden (kysymys 2.2) sekä urheiluvaatteiden (kysymys 2.2) ja sisävaatteina käytettävien liikuntavaatteiden (kysymys 2.3) sekä urheiluvaatteiden (kysymys 2.3) keskinäiset korrelaatiot Spearmanin korrelaatiokertoimella.

Correlations						
			Ulkovaatteista käytän		Sisävaatteista käytän	
			liikuntavaat- teita muutoin	Ulkovaatteista käytän	liikuntavaat- teita muutoin	Sisävaatteista käytän
			kuin	urheiluvaat- teita muutoin	kuin	urheiluvaat- teita muutoin
			liikuntaa	kuin	liikuntaa	kuin
			harrastetta- essa	urheillessa	harrastetta- essa	urheillessa
Spearman's rho	Ulkovaatteista käytän	Correlation Coeffi-	1,000	,724**	,626**	,569**
	liikuntavaatteita muutoin kuin	cient				
	liikuntaa harrastettaessa	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	515	514	512	512
	Ulkovaatteista käytän	Correlation Coeffi-	,724**	1,000	,541**	,734**
	urheiluvaatteita muutoin kuin	cient				
	urheillessa	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	514	514	511	512
	Sisävaatteista käytän	Correlation Coeffi-	,626**	,541**	1,000	,685**
	liikuntavaatteita muutoin kuin	cient				
	liikuntaa harrastettaessa	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	512	511	513	511
	Sisävaatteista käytän	Correlation Coeffi-	,569**	,734**	,685**	1,000
	urheiluvaatteita muutoin kuin	cient				
	urheillessa	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	512	512	511	512

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Taulukko 10. Ristiintaulukointi vastetekijänä farkkujen käyttö (kysymys 2.3) ja selittävänä tekijänä trikoopaitojen käyttö (kysymys 2.2).

Ristiintaulukointi: Käytän farkkuja * Käytän neulepuseroita tai neuletakkeja

		Käytän trikoopaitoja, esim. topit ja t-paidat									Yhteensä
		en koskaan	harvoin	melko harvoin	joskus	melko usein	usein	lähes aina	aina		
Käytän farkkuja	en koskaan	f	2	2	3	3	4	3	7	2	26
		%	0,4	0,4	0,6	0,6	0,8	0,6	1,4	0,4	5,1
	harvoin	f	0	1	0	2	3	8	9	6	29
		%	0,0	0,2	0,0	0,4	0,6	1,6	1,8	1,2	5,7
	melko harvoin	f	0	1	0	0	4	5	4	7	21
		%	0,0	0,2	0,0	0,0	0,8	1,0	0,8	1,4	4,1
	joskus	f	0	0	0	3	2	14	11	10	40
		%	0,0	0,0	0,0	0,6	0,4	2,7	2,2	2,0	7,8
	melko usein	f	2	0	0	5	5	11	24	11	58
		%	0,4	0,0	0,0	1,0	1,0	2,2	4,7	2,2	11,4
	usein	f	2	3	2	6	12	44	55	19	143
		%	0,4	0,6	0,4	1,2	2,3	8,6	10,8	3,7	28,0
	lähes aina	f	8	1	0	3	8	23	66	38	147
		%	1,6	0,2	0,0	0,6	1,6	4,5	12,9	7,4	28,8
	aina	f	2	0	0	0	1	7	10	27	47
		%	0,4	0,0	0,0	0,0	0,2	1,4	2,0	5,3	9,2
Yhteensä		f	16	8	5	22	39	115	186	120	511
		%	3,1	1,6	1,0	4,3	7,6	22,5	36,4	23,5	100,0

Taulukko 11. Ristiintaulukointi vastetekijänä farkkujen käyttö (kysymys 2.3) ja selittävänä tekijänä neulepuseroiden ja -takkiin käyttö (kysymys 2.2).

Ristiintaulukointi: Käytän farkkuja * Käytän neulepuseroita tai neuletakkeja

		Käytän neulepuseroita tai neuletakkeja									Yhteensä
		en koskaan	harvoin	melko harvoin	joskus	melko usein	usein	lähes aina	aina		
Käytän farkkuja	en koskaan	f	4	0	3	3	5	4	4	3	26
		%	0,8	0,0	0,6	0,6	1,0	0,8	0,8	0,6	5,1
	harvoin	f	1	2	3	5	5	5	7	1	29
		%	0,2	0,4	0,6	1,0	1,0	1,0	1,4	0,2	5,7
	melko harvoin	f	1	1	4	1	4	3	4	2	20
		%	0,2	0,2	0,8	0,2	0,8	0,6	0,8	0,4	3,9
	joskus	f	0	2	3	8	7	9	9	2	40
		%	0,0	0,4	0,6	1,6	1,4	1,8	1,8	0,4	7,8
	melko usein	f	3	4	2	14	9	12	12	3	59
		%	0,6	0,8	0,4	2,7	1,8	2,3	2,3	0,6	11,5
	usein	f	4	4	5	15	18	61	30	4	141
		%	0,8	0,8	1,0	2,9	3,5	11,9	5,9	0,8	27,5
	lähes aina	f	2	7	7	11	25	55	39	3	149
		%	0,4	1,4	1,4	2,1	4,9	10,7	7,6	0,6	29,1
	aina	f	3	0	3	4	3	9	15	11	48
		%	0,6	0,0	0,6	0,8	0,6	1,8	2,9	2,1	9,4
Yhteensä		f	18	20	30	61	76	158	120	29	512
		%	3,5	3,9	5,9	11,9	14,8	30,9	23,4	5,7	100,0

Taulukko 12. Siistin vaatetuksen käyttö asioilla tai kaupungilla (kysymys 3.3).

Pukeudun asioille tai kaupungille siistimmin kuin vapaa-aikana

	f	%	Kumulatiivinen %
en koskaan	16	3,1	3,1
harvoin	32	6,2	9,3
melko harvoin	38	7,3	16,7
joskus	71	13,7	30,5
melko usein	57	11,0	41,6
usein	100	19,2	61,1
lähes aina	147	28,3	89,7
aina	53	10,2	100,0
Yhteensä	514	98,8	
Tyhjiä	6	1,2	
Kaikki yhteensä	520	100,0	

Taulukko 13. Mukavien vaatteiden koodit (kysymys 4.2).

Mukavat vaatteet	f	%-osuus koko aineistosta
college	44	8
collegehousut	11	2
ei kutise	13	3
ei näytä hyvältä päällä	2	0
epäsiistit	7	1
farkut	32	6
fleece	1	0
helpot riisua ja pukea	1	0
helppohoitoiset	2	0
hengittävät	22	4
hiertämättömät	6	1
huolettomat	1	0
huppari	33	6
hyvät kengät	1	0
istuvat	48	9
joustavat	45	9
kiristämättömät	121	23
kohottaa itsetuntoa	12	2
kotivaatteet	2	0
legginsit	17	3
lämpimät	18	3
materiaalin merkitys	61	12
mukava olla/mukavan tuntuiset	124	24
neule	25	5
näyttää hyvältä	1	0
paita	2	0
pehmeät	45	9
puristamattomat	94	18
pysyvät paikoillaan	5	1
reisitaskuhousut	1	0
sama kuin rennot	53	10
shortsit	2	0
siistit	1	0
sopivat	6	1
t-paita	37	7
tarkoituksenmukaiset	4	1
tennarit ja lenkkarit	3	1
trikoo	22	4
urheilulliset	4	1
vartalonmyötäiset	1	0
verkkarit	35	7
villasukat	17	3
väljät	28	5
yöpuku	1	0
Koodeja yhteensä	1024	
Vastaajat yhteensä	520	100

Taulukko 14. Mukavien vaatteiden käyttö (kysymys 3.3).

Pukeudun mukavasti				
		f	%	kumulatiivinen %
Valid	melko harvoin	2	,4	,4
	joskus	23	4,4	4,9
	melko usein	71	13,7	18,6
	usein	143	27,5	46,4
	lähes aina	212	40,8	87,6
	aina	64	12,3	100,0
	Yhteensä	515	99,0	
Tyhjiä		5	1,0	
Kaikki yhteensä		520	100,0	

Taulukko 15. Rentojen vaatteiden käyttö (kysymys 3.3).

Pukeudun rennosti				
		f	%	kumulatiivinen %
Valid	harvoin	6	1,2	1,2
	melko harvoin	15	2,9	4,1
	joskus	46	8,8	12,9
	melko usein	86	16,5	29,5
	usein	161	31,0	60,6
	lähes aina	162	31,2	91,9
	aina	42	8,1	100,0
	Yhteensä	518	99,6	
Tyhjiä		2	,4	
Kaikki yhteensä		520	100,0	

Taulukko 16. Rentojen vaatteiden koodit (kysymys 4.1).

Rennot vaatteet	f	%-osuus koko aineistosta
arkiset	31	6
boheemi	2	0
college	24	5
collegehousut	57	11
converset	2	0
epämuodolliset	76	15
farkut	159	31
farkut+neule	32	6
farkut+neule+trikoopaita	27	5
farkut+trikoopaita	50	10
helppohoitoiset	9	2
helppo liikkuvuus	10	2
hippi	2	0
hiphop	2	0
huolettomat	26	5
huppari	67	13
istuvat	17	3
kiristämättömät	27	5
käytännölliset	3	1
legginsit	17	3
mekko	33	6
mukavan tuntuiset	45	9
neule	66	13
puristamattomat	29	6
reisitaskuhousut	4	1
rock	3	1
siistit	36	7
t-paita	76	15
tennarit ja lenkkarit	29	6
tiukka+väljä	11	2
trendikkäät	3	1
trikoo	19	4
trikoohousut	6	1
trikoopaita	28	5
tyyli	144	28
tyylikkää	14	3
urheilulliset	31	6
väljät	77	15
Koodeja yhteensä	1292	
Vastaajat yhteensä	520	100

Taulukko 17. Kotona käytettävien vaatteiden koodit (kysymys 2.2).

Kotiasu	f	%-osuus koko aineis- tosta
aamu- tai kylpytakki	8	2
alushousut	7	1
college	14	3
collegehousut	103	20
farkut	13	3
fleece	9	2
hame	4	1
housut	23	4
huppari	43	8
legginsit	32	6
mekko	13	3
mukavat päällä	10	2
neule	22	4
oloasu	8	2
olohousut	17	3
one piece -haalari	13	3
paita	26	5
pitkikset	9	2
pyjama	12	2
pyjamahousut	20	4
rennot	8	2
shortsit	8	2
t-paita	83	16
tohvelit tai tossut	5	1
toppi	31	6
trikoo	7	1
trikoohousut	18	3
trikoopaita	14	3
tunika	18	3
velour	12	2
verkkarit	51	10
villasukat	22	4
väljät	34	7
yöpaita	5	1
Koodeja yhteensä	970	
Tyhjiä vastauksia	182	
Kaikki yhteensä	520	100

Taulukko 18. Mielivaatteet, konkreettisten vaatteiden koodit (kysymys 2.4).

Mielivaatteet	f	%-osuus koko aineistosta
alusvaatteet	3	1
asusteet	20	4
avokkaat	1	0
bolero	3	1
bootsit	2	0
college	14	3
collegehousut	23	4
converset	1	0
farkut	147	28
farkut+neule	31	6
farkut+neule+trikoopaita	29	6
farkut+trikoopaita	28	5
flanelli	7	1
fleece	11	2
frakki	1	0
hame	45	9
housut	32	6
huivi	21	4
huppari	31	6
Ice bug -kengät	1	0
jakku	19	4
kauluspaita	22	4
kengät	4	1
korkokengät	7	1
korut	9	2
kotivaatteet	5	1
laatukengät	1	0
leggingsit	37	7
liivi	4	1
lökähousut	4	1
maiharit	4	1
mekko	100	19
nahkahattu	1	0
nahkakengät	2	0
nahkatakki	4	1
neule	125	24
nilkkurit	5	1
oloasu	3	1
One piece -haalari	3	1
paita	35	7
pikkutakki	4	1
pitkät alushousut tai pitkikset	2	0
puku	2	0

pusero	15	3
pyjama	1	0
pyjamahousut	2	0
reisitaskuhousut	4	1
saappaat	4	1
sandaalit	1	0
shortsit	3	1
sukkahousut	18	3
suorat housut	3	1
t-paita	37	7
takki	9	2
tennarit ja lenkkarit	4	1
toppahousut	1	0
toppi	33	6
trikoo	1	0
trikoohousut	10	2
trikoopaita	36	7
trikoopipo	1	0
tunika	51	10
ulkoiluvaate	2	0
urheilulliset	1	0
vaelluskengät	2	0
velour	5	1
verkkarit	12	2
verkkatakki	1	0
villasukat	32	6
yöpaita	2	0
Koodit yhteensä	1144	
Yhteensä	520	100

Taulukko 19. Mielivaatteet, muut koodit (kysymys 2.4).

Mielivaatteet	f	%- osuus koko aineis- tosta
ajattomat	1	0
arkiset	11	2
asialliset	1	0
ei ole	21	4
fiiliksen mukaan	4	1
helppohoitoiset	1	0
istuvat	21	4
itsetehdyt	18	3
juhliassa käytettävät	20	4
kerrospukeutuminen	2	0
kesällä	20	4
kiristämättömät	1	0
klassiset	2	0
kohottaa itsetuntoa	5	1
kotona käytettävät	79	15
käytännölliset	1	0
moneen tilanteeseen	59	11
mukavat	26	5
mustat	75	14
pehmeät	1	0
printilliset	4	1
rennot	1	0
rock	19	4
samaa mallia monta	9	2
siistit	18	3
talvella	17	3
tiukka+väljä	87	17
trendikkäät	1	0
trikoopaita+farkut	3	1
tummat	17	3
tyylikkää	1	0
töissä käytettävät	65	13
useita suosikkeja	3	1
vaihtelee	2	0
vapaa-aikana käytettävät	7	1
vapaalla ja töissä	9	2
vuodenaikariippuvainen	4	1
väljät	29	6
värikkäät	34	7
yksiväriset	39	8
Koodit yhteensä	738	
Vastaaajat yhteensä	520	100

Taulukko 21. Ristiintaulukointi vastetekijänä käytännöllisten vaatteiden käyttö (kysymys 3.3) ja selittävänä tekijänä lapset (kysymys 1.6) ja asuinpaikka (kysymys 1.5).

Ristiintaulukointi: Pukeudun käytännöllisesti. * Lapset * Asuinpaikka

Asuinpaikka; kaupunki tai lähiö		Lapset			Yhteensä	
		kyllä	ei	odotan		
Pukeudun käytännöllisesti	harvoin	n	0	1	0	1
		%	0,0	0,3	0,0	0,3
	melko harvoin	n	2	7	0	9
		%	0,5	1,8	0,0	2,3
	joskus	n	15	15	0	30
		%	3,8	3,8	0,0	7,5
	melko usein	n	21	43	0	64
		%	5,3	10,8	0,0	16,0
	usein	n	38	77	0	115
		%	9,5	19,3	0,0	28,8
	lähes aina	n	51	89	3	143
		%	12,8	22,3	0,8	35,8
	aina	n	14	23	0	37
		%	3,5	5,8	0,0	9,3
Yhteensä	n	141	255	3	399	
	%	35,3	63,9	0,8	100,0	

Ristiintaulukointi: Pukeudun käytännöllisesti. * Lapset * Asuinpaikka

Asuinpaikka, taajama tai kirkonkylä			Lapset			Yhteensä
			kyllä	ei	odotan	
2 Pukeudun käytännöllisesti	melko harvoin	n	1	0	0	1
		%	1,6	0,0	0,0	1,6
	joskus	n	1	1	0	2
		%	1,6	1,6	0,0	3,1
	melko usein	n	9	3	1	13
		%	14,1	4,7	1,6	20,3
	usein	n	10	5	0	15
		%	15,6	7,8	0,0	23,4
	lähes aina	n	15	9	1	25
		%	23,4	14,1	1,6	39,1
	aina	n	4	3	1	8
		%	6,3	4,7	1,6	12,5
	Yhteensä	n	40	21	3	64
		%	62,5	32,8	4,7	100,0

Ristiintaulukointi: Pukeudun käytännöllisesti. * Lapset * Asuinpaikka

Asuinpaikka, haja-asutusalue		Lapset			Yhteensä	
		kyllä	ei	odotan		
Pukeudun käytännöllisesti	harvoin	f	1	0	0	1
		%	1,9	0,0	0,0	1,9
	melko harvoin	f	1	0	0	1
		%	1,9	0,0	0,0	1,9
	joskus	f	4	2	0	6
		%	7,4	3,7	0,0	11,1
	melko usein	f	3	3	0	6
		%	5,6	5,6	0,0	11,1
	usein	f	12	2	1	15
		%	22,2	3,7	1,9	27,8
	lähes aina	f	9	5	0	14
		%	16,7	9,3	0,0	25,9
	aina	f	5	6	0	11
		%	9,3	11,1	0,0	20,4
	Yhteensä	f	35	18	1	54
		%	64,8	33,3	1,9	100,0

Ristiintaulukointi: Pukeudun käytännöllisesti. * Lapset * Asuinpaikka

Asuinpaikka; kaikki yhteensä		Lapset			Yhteensä	
		kyllä	ei	odotan		
Pukeudun käytännöllisesti	harvoin	f	1	1	0	2
		%	0,2	0,2	0,0	0,4
	melko harvoin	f	4	7	0	11
		%	0,8	1,4	0,0	2,1
	joskus	f	20	18	0	38
		%	3,9	3,5	0,0	7,4
	melko usein	f	33	49	1	83
		%	6,4	9,5	0,2	16,1
	usein	f	60	84	1	145
		%	11,6	16,2	0,2	28,0
	lähes aina	f	75	103	4	182
		%	14,5	19,9	0,8	35,2
	aina	f	23	32	1	56
		%	4,4	6,2	0,2	10,8
	Yhteensä	f	216	294	7	517
		%	41,8	56,9	1,4	100,0

Taulukko 22. Vaatteen valmistusmateriaalin huomioon kiinnittämisen (kysymys 3.3), materiaali vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6), laadukkuus vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6) ja valmistusprosessin ekologisuus vaikutustekijänä pukeutumiseen (kysymys osio 6) keskinäiset korrelaatiot Spearmanin korrelaatiokertoimella.

Correlations						
			Kiinnitän valmistusmateriaaliin huomiota	Vaikutustekijänä materiaali	Vaikutustekijänä laadukkuus	Vaikutustekijänä valmistusprosessin ekologisuus
Spearman's rho	Kiinnitän valmistusmateriaaliin huomiota	Correlation Coefficient	1,000	,632**	,542**	,371**
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
		N	519	516	515	516
	vaikutustekijänä materiaali	Correlation Coefficient	,632**	1,000	,599**	,343**
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
		N	516	516	513	515
	Vaikutustekijänä laadukkuus	Correlation Coefficient	,542**	,599**	1,000	,299**
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
		N	515	513	516	513
	Vaikutustekijänä valmistusprosessin ekologisuus	Correlation Coefficient	,371**	,343**	,299**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
		N	516	515	513	516

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Taulukko 23. Ristiintaulukointi vastetekijänä farkkujen käyttö (kysymys 2.3) ja selittävänä tekijänä sukupuoli (kysymys 1.1).

Ristiintaulukointi: Käytän farkkuja * Sukupuoli

			Sukupuoli			
			Nainen	Mies	Muu	Yhteensä
Käytän farkkuja	en koskaan	f	17	9	0	26
		%	4,1	9,9	0,0	5,0
	harvoin	f	25	4	0	29
		%	6,0	4,4	0,0	5,6
	melko harvoin	f	19	2	0	21
		%	4,5	2,2	0,0	4,1
	joskus	f	38	2	0	40
		%	9,1	2,2	0,0	7,8
	melko usein	f	47	10	2	59
		%	11,2	11,0	40,0	11,5
	usein	f	118	23	2	143
		%	28,2	25,3	40,0	27,8
	lähes aina	f	117	31	1	149
		%	27,9	34,1	20,0	28,9
	aina	f	38	10	0	48
		%	9,1	11,0	0,0	9,3
Yhteensä		n	419	91	5	515
		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Taulukko 24. Ristiintaulukointi vastetekijänä juoksulenkkareiden käyttö muutoin kuin urheillessa(kysymys 2.2) ja selittävänä tekijänä asuinpaikka (kysymys 1.5).

Ristiintaulukointi: Käytän juoksulenkkareita muutoin kuin urheillessa * Asuinpaikka

		Asuinpaikka				Yhteensä
		Taajamassa				
		Kaupungissa tai lähiössä	tai kirkonkylässä	Haja- asutusalueella		
Käytän juoksulenkkareita muutoin kuin urheillessa	en koskaan	f	202	32	27	261
		%	51,0	50,8	50,9	51,3
	harvoin	f	83	11	15	109
		%	21,1	17,5	28,3	21,4
	melko harvoin	f	35	6	3	44
		%	8,9	9,5	5,7	8,6
	joskus	f	32	4	4	40
		%	8,1	6,3	7,5	7,9
	melko usein	f	21	3	3	27
		%	5,3	4,8	5,7	5,3
	usein	f	15	6	1	22
		%	3,8	9,5	1,9	4,3
	lähes aina	f	4	0	0	4
		%	1,0	0,0	0,0	0,8
	aina	f	1	1	0	2
		%	0,3	1,6	0,0	0,4
Yhteensä		f	393	63	53	509
		%	100,0	100,0	100,0	100,0

Taulukko 25. Ristiintaulukointi vastetekijänä asuinpaikka (kysymys 1.5) ja selittävinä tekijöinä vaatteiden hankinta verkkokaupoista tilaamalla (kysymys 8.1) sekä asuinmaakunta minun jaotteluni mukaan (kts. taulukko 1, s. 41).

Ristiintaulukointi: Vaatehankinnat: Tilaan nettikaupoista * Jaottelu * Asuinpaikka

Asuinpaikka; kaupunki tai lähiö			Asuinmaakunta jaotteluni mukaan					Yhteensä	
			Uusimaa	Etelä-Suomi	Itä-Suomi	Länsi-Suomi	Lappi		Ahvenanmaa
Tilaan nettikaupoista	en koskaan	f	36	11	3	13	1	0	64
		%	9,1	2,8	0,8	3,3	0,3	0,0	16,2
	harvoin	f	41	6	8	16	2	2	75
		%	10,4	1,5	2,0	4,1	0,5	0,5	19,0
	melko harvoin	f	16	1	2	9	0	1	29
		%	4,1	0,3	0,5	2,3	0,0	0,3	7,3
	joskus	f	38	15	7	21	4	1	86
		%	9,6	3,8	1,8	5,3	1,0	0,3	21,8
	melko usein	f	17	4	6	8	2	0	37
		%	4,3	1,0	1,5	2,0	0,5	0,0	9,4
	usein	f	33	7	4	12	1	1	58
		%	8,4	1,8	1,0	3,0	0,3	0,3	14,7
	lähes aina	f	12	6	10	10	0	0	38
		%	3,0	1,5	2,5	2,5	0,0	0,0	9,6
aina	f	5	1	0	1	0	1	8	
	%	1,3	0,3	0,0	0,3	0,0	0,3	2,0	
Yhteensä	f	198	51	40	90	10	6	395	
	% Kaikki	50,1	12,9	10,1	22,8	2,5	1,5	100,0ⁱ	
Asuinpaikka: taajama tai kirkonkylä	en koskaan	f	2	2	1	0	0		5
		%	3,2	3,2	1,6	0,0	0,0		7,9
	harvoin	f	6	1	1	0	0		8
		%	9,5	1,6	1,6	0,0	0,0		12,7
	melko harvoin	f	5	2	0	4	1		12
		%	7,9	3,2	0,0	6,3	1,6		19,0
	joskus	f	3	2	1	1	0		7
		%	4,8	3,2	1,6	1,6	0,0		11,1
	melko usein	f	2	1	2	1	2		8
		%	3,2	1,6	3,2	1,6	3,2		12,7
	usein	f	1	6	2	2	2		13
		%	1,6	9,5	3,2	3,2	3,2		20,6
	lähes aina	f	2	1	1	5	1		10
		%	3,2	1,6	1,6	7,9	1,6		15,9
Yhteensä	f	21	15	8	13	6		63	
	% Kaikki	33,3	23,8	12,7	20,6	9,5		100,0	

Asuin- paikka: haja-asu- tusalue	Tilaan nettikau- poista	en koskaan	f	3	0	2	3	1	0	9
			%	5,6	0,0	3,7	5,6	1,9	0,0	16,7
		harvoin	f	2	2	0	2	1	0	7
			%	3,7	3,7	0,0	3,7	1,9	0,0	13,0
		melko harvoin	f	1	4	1	0	0	0	6
			%	1,9	7,4	1,9	0,0	0,0	0,0	11,1
		joskus	f	1	3	1	2	1	0	8
			%	1,9	5,6	1,9	3,7	1,9	0,0	14,8
		melko usein	f	0	0	1	0	1	0	2
			%	0,0	0,0	1,9	0,0	1,9	0,0	3,7
		usein	f	1	2	2	6	1	0	12
			%	1,9	3,7	3,7	11,1	1,9	0,0	22,2
		lähes aina	f	1	3	1	3	1	1	10
			%	1,9	5,6	1,9	5,6	1,9	1,9	18,5
Yhteensä		f	9	14	8	16	6	1	54	
	% Kaikki		16,7	25,9	14,8	29,6	11,1	1,9	100,0	
Asuinpai- kat: Kaikki	Tilaan nettikau- poista	en koskaan	f	41	13	6	16	2	0	78
			%	8,0	2,5	1,2	3,1	0,4	0,0	15,2
		harvoin	f	49	9	9	18	3	2	90
			%	9,6	1,8	1,8	3,5	0,6	0,4	17,6
		melko harvoin	f	22	7	3	13	1	1	47
			%	4,3	1,4	0,6	2,5	0,2	0,2	9,2
		joskus	f	42	20	9	24	5	1	101
			%	8,2	3,9	1,8	4,7	1,0	0,2	19,7
		melko usein	f	19	5	9	9	5	0	47
			%	3,7	1,0	1,8	1,8	1,0	0,0	9,2
		usein	f	35	15	8	20	4	1	83
			%	6,8	2,9	1,6	3,9	0,8	0,2	16,2
		lähes aina	f	15	10	12	18	2	1	58
			%	2,9	2,0	2,3	3,5	0,4	0,2	11,3
aina	f	5	1	0	1	0	1	8		
	%	1,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,2	1,6		
Yhteensä		f	228	80	56	119	22	7	512	
	% Kaikki		44,5	15,6	10,9	23,2	4,3	1,4	100,0	

Liite 4.

Profiili 1. Fiktiivinen esimerkki.

Keski-ikäinen nainen, joka on käynyt ammattikorkeakoulun ja on töissä kulttuurialalla johtavassa asemassa. Naimisissa, yksi kouluikäinen lapsi, asuu Keski-Suomessa haja-asutusalueella. Harrastaa koiran kanssa ulkoilua sekä ruoanlaittoa ja lukemista. Ei pidä vaatteita merkityksellisenä ja pukeutuu lähes aina rennosti ja käytännöllisesti, harvoin kuitenkaan mukavasti. Kotona pitää aina kotiasua, joka koostuu collegehousuista, hupparista ja villasukista, muutoin lähes aina farkut ja t-paita ja neule. Asioille laittaa siistimpää vaatetusta. Ostaa vaatteensa lähes aina marketista, mutta joskus tilaa netistä.

Profiili 2. Tyksäksi tyyliään kuvailleet henkilöt.

Kenellekään näistä aineistoni kymmenestä henkilöstä eivät vaatteet ole merkitykselliset, vaikka kaikki jossain määrin välittävät omasta pukeutumisestaan. Toiset heistä pukeutuvat kotiasuihin ja farkkuihin, moni omasta mielestään rennosti, käytännöllisesti ja mukavasti. Käytössä kuluvat erityisesti trikoovaatteet, farkut ja neuleet. Kaikille heistä vaateen materiaalilla kuin myös istuvuudella on merkitystä. Korkean koulutuksen lisäksi yhteistä heille on, että jokainen ostaa vaatteensa joko marketeista ja vaateliikkeistä tai tilaa netistä. Toisin sanoen he eivät käytä vaatteisiin paljon rahaa. Yksi henkilö muodostaa poikkeuksen ostamalla joskus merkkivaateliikkeistä eikä koskaan marketista. Miesvaltaisella alalla töissä, ja ovat yli 30-vuotiaita. Valtaosa asuu muualla kuin Uusimaalla. Harrastuksiin kuuluvat yhteinen aika perheen kanssa sekä liikkuminen tai urheilu ja ruoanlaitto tai käsityöt.