

HAAVEMAAILMOJA JA ITSENSÄ ETSIMISTÄ

PUKEUTUMISIDENTITEETIN MUODOSTAMINEN IHANNEMINÄN AVULLA



Miina Kaartinen
Pro gradu -tutkielma
Vaatealan koulutusohjelma
Lapin yliopisto
Syksy 2017

Lapin yliopisto, taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Haavemaailmoja ja itsensä etsimistä – Pukeutumisidentiteetin muodostaminen ihanneminän avulla

Tekijä: Miina Kaartinen

Koulutusohjelma: Vaatetusalan koulutusohjelma

Työn laji: Pro gradu -tutkielma

Sivumäärä: 66 sivua, liitteet 2 sivua

Vuosi: Syksy 2017

Tiivistelmä

Tutkimuksessa tarkastellaan mielen haavemaailmassa elävää ihanneminää ja sen vaikutusta nuoreen. Työ keskittyy tutkimaan nuoren pukeutumisidentiteetin muodostumista, ihanneminään vaikuttavia asioita sekä vaatetuksen haaveiden toteuttamista. Tutkimuskohteena on 13-23-vuotiaat nuoret, joilta kerättiin tietoa aiheesta kyselyn avulla Webropol-palvelussa lokakuussa 2017. Kyselystä julkaistiin linkki eri Internet-sivustoilla, ja sen yhteydessä siitä kerrottiin tietoa lyhyellä saatekirjeellä. Kyselyn avulla kerättiin nuorilta yhteensä 100 vastauslomaketta. Verkosta hankittua aineistoa analysoitiin sisällönanalyysin avulla.

Nuoret saivat apua pukeutumisidentiteettinsä löytämiseen ihanneminästä. Ihanneminä auttoi muun muassa ohjaamalla pukeutumista nuorelle itselleen oikeaan suuntaan. Ihanneminään vaikuttavia asioita olivat niin lähipiiri, sosiaalinen media, yleiset kauneushanteet kuin sosiaalinen ympäristö. Vaatetukseen liittyviä haaveita oli nuorilla useita, ja niitä toteutettiin parhaan mukaan. Suurena esteenä niiden täyttämiseksi oli oma taloudellinen tilanne.

Avainsanat: sisällönanalyysi, pukeutuminen, identiteetti, haaveet, nuoret, esikuvat

Suostun tutkielman luovuttamiseen kirjastossa käytettäväksi.

1 2 3 4 5 6

Johdanto 4

Tutkimuksen tausta
ja tutkimustehtävä 6

2.1 Tutkimuksen käsitteet 6

2.2 Aikaisemmat tutkimukset 9

2.3 Tutkimustehtävä ja
tutkimuskysymykset 11

2.4 Viitekehys 13

2.5 Tutkimusaineisto 15

Ihminen ja vaatetus 19

3.1 Ihmisen suhde vaatteisiin 19

3.2 Identiteetin rakentuminen 24

3.3 Voimaannuttavat vaatteet 29

3.4 Pukeutuminen ja esikuvat 31

Kyselyaineiston
käsittely 34

4.1 Aineiston keruu 35

4.2 Aineiston analyysi 37

4.3 Kyselyn tulokset 50

Johtopäätökset 53

Pohdinta 57

SISÄLLYS

Lähteet 62
Liitteet



JOHDANTO

Kaikilla meillä on todennäköisesti jollain tavalla olemassa ajatus omasta ihanneminästä. Tämä ajatus saattaa olla muodostettu hyvin tietoisesti ja se voi olla ohjaamassa jokapäiväisiä valintojamme, tai se voi olla melko tiedostamaton osa meitä itseämme. Ihanneminä on henkilö, jollaiseksi tähtäämme tai joka haluaisimme olla¹. Ihanneminään voi liittyä hyvin erilaisia ja eriarvoisia asioita. Ihanneminä vastaa mielen sisäisiä malleja sellaisista positiivisista asioista, jotka haluaisimme yhdistää itseemme². Ihanneminä on koko ajan olemassa ja se myös muuttuu jatkuvasti nykyisen minän muuttumisen myötä.

Keskityn Pro gradu -tutkielmassani ihmismielen haavemaailmassa elävän ihanneminän pukeutumiseen ja siihen, kuinka se vaikuttaa meihin. Haavemaailman vaatetuksen voisi helposti sivuuttaa turhanpäiväisenä asiana, mutta sillä voi olla meihin enemmän merkitystä kuin uskommekaan. Voiko haavemaailmasta olla meille esimerkiksi jollain tavalla hyötyä? Tai millaiset asiat vaikuttavat mieles-

1 Martikainen 2015, 6.

2 Liebkind, Mähönen & Jasinskaja-Lahti 2015, 171.

sämme eläviin haaveisiin? Nämä ovat aiheita, jotka ovat keskeisessä roolissa tutkielmassani.

Sanana *vaatetus* tarkoittaa monelle samaa kuin *muoti*, ja tämä taas yhdistetään usein negatiivisesti termiin *turhamaisuus*. Vaatetus voi itse asiassa olla hyvinkin kaukana näistä siihen usein tiiviisti liitettävistä asioista. Vaatteet ovat kaikille ihmisille tärkeitä – niihinhan pukeudutaan joka päivä ja lähes joka hetki. Vaatteet luovat turvallisuuden tunnetta, sillä niiden sisällä olemme piilossa muun muassa muiden ihmisten katseilta ja kylmältä säältä. Niiden arkisen aseman vuoksi harva kuitenkaan ajattelee paljoo pintaa syvemmälle sitä, millainen vaikutus niillä on jokapäiväiseen elämäämme, omiin valintoihimme ja sitä kautta mahdollisesti myös tulevaisuuteemme.

Tutkimukseni keskiössä on ajatus identiteetistä, joka sijoittuu johonkin todellisen maailman kulttuurisen ja sosiaalisen ympäristön, sekä haavemaailman välille. Vaatetus kuuluu tutkielmassani osaksi kumpaakin näitä maailmoja. Tutkin aihetta nuorten kautta, sillä olen kiinnostunut tietämään, kuinka kyseiset asiat vaikuttavat heihin. On kiehtovaa selvittää, millaisia ajatuksia tai kokemuksia valitsemallani ikäjakaumalla on aiheesta. Olen itse kokenut ihanneminäni auttavan minua tekemään päätöksiä tai ohjaavan pukeutumistani tiettyyn suuntaan. Tästä syystä myös muiden nuorten tuntemukset aiheeseen liittyen kiinnostavat.

Tutkielmani seuraava eli toinen luku keskittyy työtäni määrittäviin aiheisiin. Näihin kuuluvat muun muassa niin tausta, käsitteiden määrittely, tutkimuskysymys, menetelmä kuin aineistokin. Kolmannessa luvussa tarkastelen tutkimukselleni tärkeitä teemoja, kuten identiteettiä, pukeutumista ja esikuvia. Tutkielmani neljäs luku kertoo keräämästäni aineistosta sekä sen käsittelystä. Kyseisessä luvussa esittelen aineistoni keruumenetelmän, sen analysoinnin ja lopulta saamani tulokset. Viidennessä luvussa esittelen työni johtopäätökset. Kuudennessa ja viimeisessä luvussa keskityn pohtimaan koko tutkielmaani: arvioin, kuinka hyvin tutkimus onnistui, miten analyysimenetelmä sopi aineistolleni, oliko aineistoni oikea valinta työni kannalta, sekä mitä olisin voinut tehdä toisin. Pohdinnassa mietin myös millaisia mahdollisia jatkotutkimusaiheita omasta työstäni voisi kehittää.



TUTKIMUKSEN TAUSTA JA TUTKIMUSTEHTÄVÄ

Tässä luvussa keskityn työni tutkimuksellisiin lähtökohtiin, eli tutkimuskysymykseen, menetelmään, rajaukseen, viitekehykseen ja aineistoon. Tutkimukseni liikkuu ihmisten haavemaailman ja todellisen, fyysisen ympäristön välillä. Pysin saamaan käsityksen siitä, millainen suhde vaatetuksella on esimerkiksi tulevaisuuden tavoitteisiin. Yritetäänkö haavemaailmaa saavuttaa, vai pysyykö se aina erillään todellisuudesta? Liikun pois pukeutumisen funktionaalisuuden ajatuksesta, kohti merkitysten ja mielikuvien maailmaa.

2.1 Tutkimuksen käsitteet

Tutkimukselleni tärkeitä termejä ovat *haave*, ja haaveista syntyvä mielen *haavemaailma*. Haave on toivomus tulevasta, jonka ei edes odoteta selkiytyvän³. Airaksisen (2015) mukaan haave vaihtuu *toivoksi* tai *toiveeksi*, jos haaveen toteuttamisen mahdollisuus lähenee⁴. Hän myös mainitsee, että toiveet ja haaveet ovat

3 Kurki 2009, 1.

4 Airaksinen 2015, 17.

tärkeitä, sillä ne voivat motivoida ihmistä – tällöin on olemassa jokin päämäärä, jota kohti kulkea⁵. Haavemaailmalla tarkoitan ajatuksissamme syntynyttä, kaikille ihmisille erilaista mielikuvallista ja ideaalista paikkaa. Mielikuvituksen avulla luomme päässämme uusia mahdollisia maailmoja⁶, ja nämä maailmat ovat ne paikat, joihin työni osaltaan keskittyy.

Käytän tutkimuksessani sanaa *ihanneminä* kuvaamaan mielemme haavemaailmassa elävää minua – henkilöä, joka on parempi versio itsestämme. Lyhyesti määriteltynä ihanneminä on ihmisen ajatus siitä, millainen henkilö hän haluaisi olla⁷. Meillä on mielen sisäisiä malleja kaikista sellaisista positiivisista asioista, jotka haluaisimme yhdistää itseemme, ja ihanneminä vastaa näitä⁸. Ihanneminän ja haavemaailman suhde toisiinsa on tutkimuksessani se, että näen ihanneminän sijaitsevan kuvittelemassamme haavemaailmassa. Kun siis läpi tutkielmani teen mainintoja haavemaailmasta tai ihanneminästä, en käsittele tällöin täysin eri teemoja, vaan kyseessä ovat toisiinsa läheisessä yhteydessä olevat asiat.

Koska tutkimukseeni kuuluu mukaan ajatus haavemaailmasta ja ihmisestä yksilönä, työhöni liittyy käsite *identiteetti*. Identiteetti voidaan määritellä tarkoittamaan yksilön itsensä sekä myös muiden ihmisten tekemää käsitystä siitä, kuka ihminen on. Tärkeää on huomioida, että identiteetti ei ole ihmiselle annettu, vaan sitä on itse mietittävä ja työstettävä tietoisesti.⁹ Identiteettiä on muokkaamassa ja rakentamassa jatkuvasti elämän kokemukset¹⁰. Nämä elämän kokemukset ja oma menneisyys kertovat samalla myös ajan kokemisesta. Aikaa on käsitteenä hankala määritellä, sillä sen avulla voidaan kuvata useita erilaisia asioita. Ihmiseen yksilönä liitettyä aika kuitenkin sisältää muun muassa henkilön muistot, odotukset ja päämäärät. Näin ollen aika on aina läsnä nykyisyydessä sekä menneisyyden että tulevaisuuden kautta.¹¹ Tutkimukselleni ajan kokeminen on merkityksellinen, koska sillä voi olla vaikutus sekä ihanneminään että nuoren identiteettiin ja ulkonäköön.

5 Airaksinen 2015, 20.

6 Airaksinen 2015, 15.

7 Martikainen 2015, 6.

8 Liebkind, Mähönen & Jasinskaja-Lahti 2015, 171.

9 Saastamoinen 2006, 170.

10 Ahoniemi 2003, 81.

11 Salminen 2011, 16.

Psykologian termeillä määriteltävän identiteetin lisäksi on tärkeänä osana tutkimustani myös käsite *pukeutumisidentiteetti*. Vaatteet ovat ihmiselle erittäin merkityksellisiä niiden fyysisen tärkeyden lisäksi myös psyykkiseltä kannalta. Ihmisen ymmärrys itsestään käsittää hänen sanoilla kuvattavien ominaisuuksiensa lisäksi myös visuaalisia asioita, kuten hänen ulkonäkönsä. Vaatteiden voidaan kokea kuuluvan osaksi ihmistä.¹² Pukeutuminen auttaa ihmistä muodostamaan käsityksen itsestään¹³. Käsite pukeutuisidentiteetti koostuu näin ollen identiteetin määritelmästä yhdistettynä pukeutumiseen.

Läpi tutkielmani käytän paljon vaatetukseen liittyviä käsitteitä, ja tästä syystä näitä on myös hyvä määritellä. Termi *vaate* tarkoittaa yksittäisiä vaatekappaleita. Tästä käytetään usein monikkomuotoista ilmausta *vaatteet*, jotka ovat esimerkiksi samanaikaisesti päällä olevat pukineet, vaatekappaleet ja asusteet. *Vaatetuksella* sen sijaan tarkoitetaan henkilön asua, eli hänen päällään olevien vaatteiden kokonaisuutta. Vaatetusta laajempi käsite on *pukeutuminen*. Siihen voidaan luokitella kuulumaan ihmisen koko ulkonäkö, mukaanlukien esimerkiksi korut, tatuoinnit, asusteet ja vaatetus. *Muoti* taas on tiettyä aikana suosiossa oleva tyyli tai yleinen tapa. Termiin liittyy oleellisesti sen ajallisuus ja muuttuvuus.¹⁴ Muodin ajallisuudesta ja muuttuvuudesta kertoo myös se, että sen voidaan määritellä aina olevan tuloillaan, ja että ainoastaan tietty osa ihmisiä noudattaa sitä. Asia lakkaa olemasta muotia silloin, kun kaikki ihmiset ottavat siihen osaa.¹⁵ *Tyyli* sen sijaan edustaa enemmän ihmisen sisäistä maailmaa ja omaa persoonallisuutta¹⁶.

Vaatteilla voi olla meihin voimaannuttavia vaikutuksia, ja siitä on apua pukeutumisidentiteettiä muodostettaessa. Termiä *voimaannuttava* voidaan määritellä muun muassa sanoin myönteisyys, itseluottamus, positiivisuus sekä rohkeus¹⁷. Kaikki nämä käsitteet voisivat yhtä hyvin merkitä tunteita, jonka vaate voi kantajalleen antaa. Voimaantumisessa oleellisia asioita ovat niin varma identiteetti kuin hyvä

12 Kaiser 1997, 147-148.

13 Honkavaara 2003, 271.

14 Koskennurmi-Sivonen 2003, 1-5.

15 Simmel 2005, 104.

16 Kivimäki 2003, 255-256.

17 Siitonen 1999, 61-63.

itsetuntokin¹⁸. Omassa tutkimuksessani voimaantuminen liittyy vaatteista saata-
vaan itsevarmuuteen ja rohkeuteen.

Ulkoiset asiat sekä yleisesti ottaen elinympäristömme vaikuttavat meihin ja mah-
dollisesti myös meidän omiin sisäisiin haavemaailmoihimme. Erityisesti silloin
kun omaa identiteettiä vielä etsitään, on se erittäin haavoittuvainen ulkoisia te-
kijöitä kohtaan¹⁹. Tästä syystä teen mainintoja tutkimuksessani muun muassa
mediasta ja esikuvista. Lähes mikä tahansa median muoto tai visuaalisten asioi-
den tuotanto, kuten esimerkiksi markkinointi, elokuvat, muotiteollisuus tai tele-
visio-ohjelmat, pystytään lukemaan kuuluvan osaksi *kuvateollisuutta*²⁰. *Esikuvia*
voivat olla niin oma ystäväpiiri kuin median esittämät ihanteet²¹. Tällaiset ihanteet
ovat haaveidemme, toiveidemme ja tavoitteidemme henkilöitymiä²². Nuoret ovat
herkästi alttiita näiden erilaisten roolimallien vaikutukselle, ja he ihailevat ja voivat
ottaa vaikutteita näistä²³.

Edellisten aiheiden lisäksi sukupuolen kokeminen sekä oman seksuaalisuuden
ymmärtäminen liittyvät selvästi osaksi pukeutumisidentiteetin muodostumista.
Sukupuolen merkitys ei sinällään suoraan kuulu tutkimukseeni, mutta identiteetin
kysymykseen liitettyinä myös se nousee osittain esiin omassa tutkimusaiheessa-
ni, ja tarkastelen sitä luvussa 3.2.

2.2 Aikaisemmat tutkimukset

Tutkielmani keskittyy nuoren pukeutumisidentiteettiin, haavemaailmaan sekä
ihanneminaän ja siihen vaikuttaviin asioihin, joita lähtökohtaisesti oletan olevan
erilaiset esikuvat. Esittelen näistä teemoista aikaisemmin tehtyjä tutkimuksia täs-
sä luvussa. Täysin samasta aiheesta oman työni kanssa ei ole löydettävissä tut-
kimuksia, mutta tutkielmaani liittyviä aihepiirejä on sen sijaan käsitelty paljon.

18 Saastamoinen 2015, 12.

19 Larraín 2012, 142.

20 Brach 2012, 60.

21 Larraín 2012, 142.

22 Saarikoski 2009, 134.

23 Schrey 2008, 38.

Pukeutumisidentiteettiin liittyvän Pro gradu -tutkimuksen Helsingin yliopistoon on kirjoittanut Elina Heikkilä vuonna 2015 otsikolla *Pukeutuminen ja vaatteet naisen minuuden ja identiteettien ilmaisussa*. Heikkilän tutkielma keskittyy siihen, kuinka naiset ilmaisevat identiteettiään vaatteidensa avulla, ja millainen vaikutus sosiaalisella ympäristöllä on pukeutumisidentiteetin ilmaisulle. Heikkilä selvittää tutkimuksessaan myös, miksi käyttämättömiä vaatteita säilytetään ja millaisia merkityksiä näihin liitetään. Aiheeltaan työ muistuttaa sekä Maura Banimin ja Alison Guyn (2001) artikkelia että Sophie Woodwardin (2007) tutkimusta, joita molempia käytän lähteinä omassa tutkielmassani.

Identiteettiin ja vaatetukseen liittyviä, viimeaikoina valmistuneita tutkimuksia löytyy monia. Jonna Schroderuksen (2010) Kymenlaakson ammattikorkeakouluun tehty kvalitatiivinen opinnäytetyö *Riisuttu identiteetti* tarkastelee potilaiden kokemuksia sairaalavaatteiden vaikutuksista oman minäkuvan tuntemiseen ja identiteettiin liittyen. Japanista tulleesta Lolita-kulttuurista kertoo Pro gradu -tutkielmassaan *Suomalaisten lolitojen pukeutuminen ja elämäntyyli* Milla Ventoniemi (2010). Helsingin yliopistoon tehty tutkimus painottaa muun muassa pukeutumisen viestintää sekä identiteetin ilmentämistä. Ville Lehtisen (2001) Helsingin yliopistoon valmistunut Pro gradu -tutkielma *Muotiin tuomitut? – Shoppailu ja vaatteiden kulutus helsinkiläisten nuorten aikuisten identiteettiä rakentavana viestintämuotona* tarkastelee vaatetusta, identiteettiä ja kulutuskulttuuria viestinnän näkökulmasta. Johanna Saarisen (2012) Savonia-ammattikorkeakouluun tehty opinnäytetyö *Tanssipuku naisen identiteetin kuvana* taas kertoo tanssiasujen suunnittelusta sekä niiden välityksellä kerrottavista naisen eri identiteeteistä.

Erilaisista ihanteista kertovia julkaisuja on julkaistu useita. Muun muassa Päivi Aiksalon (2000) väitöskirja *Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia* kertoo naisten pukeutumishanteista ja vaatevalinnoista. Tutkimuksen aineistona toimi Kotiliesi-lehden pukeutumista käsittelevät artikkelit sekä pukeutumiseen liittyvät mainokset. Anna Nikkilän (2015) Lapin yliopistoon tehty Pro gradu -tutkimus *”Kellää elämä ei oo täydellistä”: Median ja ihanteiden kohtaaminen kuudesluokkalaisten omakuvissa* taas tarkastelee median ja ihanteiden vaikutuksia kuudesluokkalaisiin lapsiin. Helsingin yliopistosta Eliisa Kylkilahti (2012) tutki kulttuurista tarinaa alle 25-vuotiaiden nuorten ihanteista, ja Laura Hiltunen (2016) taas keskittyi tutkimaan opettajaopiskelijoiden sekä ulkoisia että sisäisiä ihmishanteita.

Lapin yliopistossa tutkimuksensa suorittanut Jenni Mehtonen (2014) selvitti Pro gradu -tutkielmassaan *Arkirealismia vai prinsessaunelmia? – visuaaliset naisrepresentaatiot printtimainonnassa* millaisia ihanteita ja mielikuvia lehdissä painettu kuvallinen mainonta välittää katsojalle. Lapin yliopistoon valmistunut Kirsi Myllykosken (2012) maisteritason tutkimus *Jos olisin leikisti joku muu; viisi- ja kuusivuotiaiden lasten haaveminäpiirustuksiin vaikuttavat tekijät* tarkasteli lasten haaveminäkuvan muodostumista, sekä siihen vaikuttavia tekijöitä. Tutkielman aihepiiri on aikaisemmista töistä läheisin oman teemani kanssa. Oma tutkimukseni ei ole suoraan edellisten aiheiden jatkotutkimusta, mutta samat ihanteita, esikuvia, haaveita ja mediaa käsittelevät teemat koskattavat myös omaa työtäni.

2.3 Tutkimustehtävä ja tutkimuskysymykset

Tarkastelen tutkielmassani haavemaailman vaikutuksia nuoren pukeutumiseen sekä hänen identiteettiinsä. Nuoret yleensä vielä etsivät identiteettiään, ja tämä näkyy usein jatkuvana ulkonäön muuttamisena. He eivät aina vaihda tyyliään, koska muoti muuttuu, vaan koska he itse muuttuvat. Tämä on esimerkkinä todistamassa sitä, kuinka identiteetillä ja ulkonäöllä on läheinen yhteys toisiinsa.²⁴ Päättämiskysymykseksi kiteytyi kysymys: *Kuinka ihanneminästä on apua pukeutumisidentiteetin muodostuksessa?* Alatutkimuskysymyksiksi taas valikoituivat seuraavat: *Mitkä asiat vaikuttavat ihanneminään? Toteutetaanko haavemaailman toiveita?*

Pro gradu -tutkimukseni on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Hirsjärvi määrittelee laadullisen tutkimuksen lähtökohdaksi todellisen elämän kuvaamisen, ja sen mahdollisimman kokonaisvaltaisen tarkastelun²⁵. Luonnollisesti aihetta on silti aina rajattava, jotta tutkielmaa voidaan yleensä edes tehdä. Kuvioksi visualisoitu viitekehys on hyvä apu määrittämään tutkimuksen keskeisiä pääkohtia ja rajausta. Tutkimukseni viitekehysten esittelen luvussa 2.4.

24 Campbell 2012, 16.

25 Hirsjärvi 2005a, 152.

Rajaan tutkimukseni ulkopuolelle ajatuksen siitä, millaisista yksittäisistä vaatteista tai asusteista haaveillaan, ja ovatko ne esimerkiksi luettavissa luksustuotteiksi. Jätin tutkimuksestani pois myös ajatuksen onnellisuudesta. Vaikka haaveet ja niiden mahdollinen toteutuminen voivat tuottaa onnellisuuden tunteita, ei tämä ole kokonaisena käsitteenä ja aihealueena oleellinen tutkielmalleni.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa käytetään usein aineistonkeruumenetelmänä erilaisia haastatteluja tai havainnointia. Nämä eivät kuitenkaan ole ainoita laadulliseen tutkimukseen sopivia menetelmiä, sillä esimerkiksi myös omassa tutkielmassani käyttämä kysely voi vapaamuotoisten vastausten kautta soveltua siihen.²⁶ Kvalitatiiviselle tutkimukselle on tyypillistä, että analyysimenetelmät ovat aiheeseen sovellettuja. Laadullisen tutkimuksen teko on käytännössä usein joustavaa, ja siksi menetelmiä mukautetaan kuhunkin työhön sopivaksi.²⁷ Samaa periaatetta käytän myös omassa tutkimuksessani. Tutkimusmenetelmäkseni valitsin sisällönanalyysin. Tämä analyysimenetelmä on yksi laadullisen tutkimuksen perusmenetelmistä, ja sen avulla pystytään tekemään monenlaista tutkimusta²⁸. Sisällönanalyysin avulla pystytään analysoimaan lähes mitä tahansa kirjalliseen muotoon tuotettua materiaalia systemaattisesti, ja tällöin se soveltuu myös strukturoimattomankin aineiston käsittelyyn. Kyseisen analyysimenetelmän tavoitteena on saada tiivistetty ja selkeä kuvaus tutkittavasta ilmiöstä ilman, että siitä katoaa tietoa. Kvalitatiivisen aineiston analysoinnin tarkoituksena on kasvattaa informaatioarvoa. Aineiston käsitteleminen pohjautuu johdonmukaisen ja järjestelmällisen päättelyn sekä tulkinnan tekemiseen.²⁹

Sisällönanalyysin eri etenemisvaiheet soveltuvat hyvin juuri kyselyaineiston analysoimiseen, koska kyselyn vastaukset ovat valmiiksi kirjallisessa muodossa, ja tällaista aineistoa pystyy käsittelemään sisällönanalyysillä systemaattisesti. Sisällönanalyysiin kuuluu neljä eri päävaihetta, jotka Tuomea ja Sarajärveä mukaillen etenevät seuraavanlaisesti: Ensiksi päätä, mikä aineistossa kiinnostaa ja rajaa kaikki muu pois. Toiseksi koodaa aineisto, eli käy se kokonaisuudessaan läpi ja merkitse ne asiat, jotka kuuluvat kiinnostukseesi. Jätä kaikki muu pois

26 Toivonen 1999, 100-101.

27 Ronkainen, Mertala & Karjalainen 2008, 18.

28 Tuomi & Sarajärvi 2009, 91.

29 Tuomi & Sarajärvi 2009, 103-108.

tutkielmastasi. Sen jälkeen kerää yhteen merkitsemäsi asiat, ja erota ne muusta aineistosta. Kolmanneksi luokittele, tyypittele tai teemoittele aineisto. Neljännessä vaiheessa tee aineistostasi yhteenveto. Tätä vaihetta voidaan kutsua myös tutkimuksen tuloksiksi. Tuomi ja Sarajärvi huomauttavat, että kyseinen kuvaus sisällönanalyysin toteuttamisesta paljastaa kvalitatiivisen tutkimuksen suurimmat ongelmakohdat. Aineistosta löytyy aina paljon kiinnostavia aiheita, joita ei välttämättä ole osattu odottaa. Rajausta on siis tehtävä, ja keskityttävä vain siihen, mitä asiaa kyseessä olevassa työssä lähdetään tutkimaan. Tärkeässä roolissa ovat siis ennalta laaditut tutkimuskysymykset.³⁰

Analyysimenetelmän kolmas kohta on periaatteessa aineiston varsinainen analyysi, mutta sitä aikaisemmat ja myöhemmät vaiheet ovat aivan yhtä tärkeitä tutkimuksen kannalta. Viimeistään tässä vaiheessa kuitenkin on määriteltävä, etsiikö aineistosta eroavaisuuksia vai samankaltaisuuksia. Aineistosta voidaan myös hakea esimerkiksi tyypillistä kertomusta tai toiminnan logiikkaa. Aineiston analyysin tulokset kerrotaan sisällönanalyysin neljännessä vaiheessa.³¹ Käsitellen aineistoni keräämisen, analysoinnin sekä tulokset kohta kohdalta tutkimukseni neljännessä luvussa.

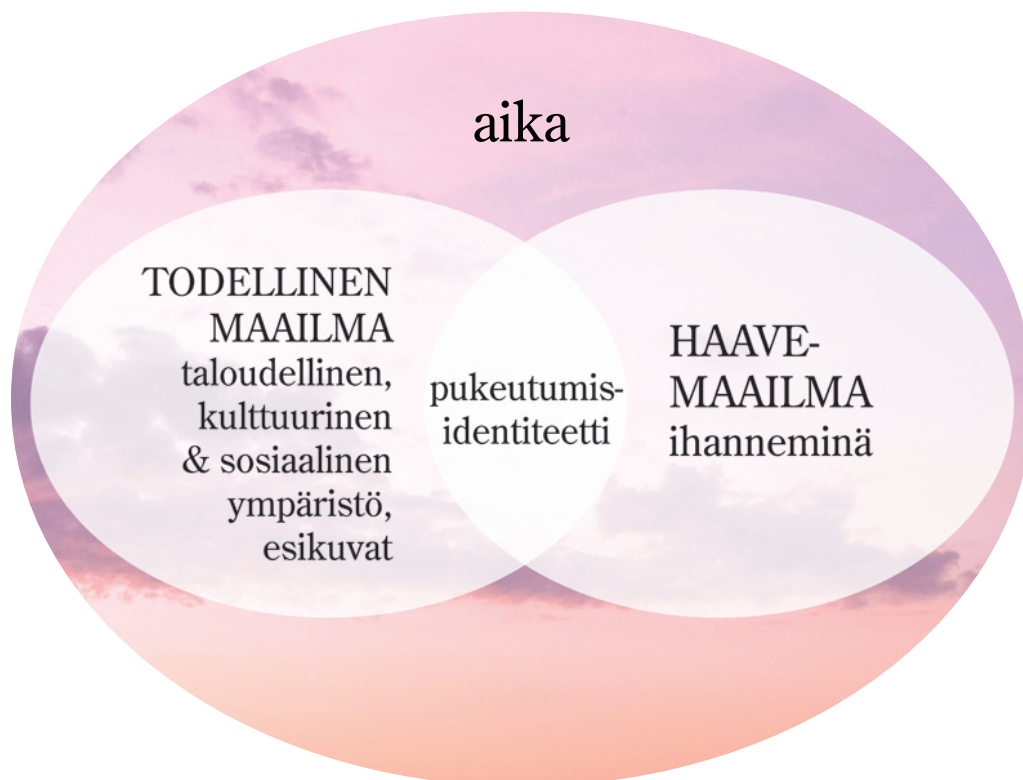
2.4 Viitekehys

Tutkimukseni liikkumiskenttä näkyy oheisesta viitekehyskaaviosta (kuvio 1.). Keskellä kuviota sijaitsee pukeutumisidentiteetti, joka saa vaikutteita itseensä sekä vasemmalla näkyvästä todellisesta maailmasta ja sen eri ympäristöistä, että myös oikealla sijaitsevasta haavemaailmasta ja siellä elävästä ihanneminästä. Kaikkea tätä ympäröi ajan kulumisen. Aika on viitekehyksessä mukana siitä syystä, että sen kulumisen myötä esimerkiksi ihmiseen vaikuttavat asiat vaihtelevat tai identiteetti saattaa kokea muutoksia. Aika on keskellä olevaa pukeutumisidentiteettiä jatkuvasti läsnä. Ajan mittaan todellisuus ja haavemaailma voivat vaikuttaa yksilöön ja vaatetukseen eri tavoin ja eri vahvuuksilla. Ihminen voi toisena aikana esimerkiksi kiinnittää paljon huomiota ympäristöönsä ja saada sitä kautta

30 Tuomi & Sarajärvi 2009, 92.

31 Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.

itseensä vaikutteita, kun taas toisena olla riippumaton näistä ulkoisista vaikutteisista ja keskittyä enemmän omaan haavemaailmaansa ja sen toteuttamiseen.



Kuvio 1. Tutkimuksen viitekehys.

Viitekehysten keskellä sijaitseva termi pukeutumisidentiteetti vastaa luvussa 2.1 määrittelemääni käsitettä: ihmisen ymmärrystä itsestään ja ulkonäöstään³², eli identiteetin ja pukeutumisen vastaamista toisiaan. Pukeutumisidentiteetti sijaitsee todellisen ja haavemaailman välillä. Todellisen maailman erilaiset ympäristöt ovat vaikuttamassa identiteettiin, mutta samoin on myös mielen haavemaailman ihanneminä. Haavemaailma tarkoittaa ajatuksissamme syntynyttä, kaikille ihmisille erilaista mielikuvallista ja ideaalista paikkaa. Ihanneminä sen sijaan on ihmisen ajatus siitä, millainen henkilö hän haluaisi olla³³. Se vastaa mielemmes sisäisiä malleja niistä positiivisista asioista, jotka haluaisimme liittää itseemme³⁴. Ulkokaarella sijaitseva aika taas vastaa yksilön kokemaa aikaa: menneisyyttä, nykyisyyttä ja tulevaisuutta. Ihanneminä on osa toivottua tulevaisuutta, mutta onko se myös osa nykyisyyttä menneisyyden toteutuneiden haaveiden kautta? Aika sisältää aina sekä henkilön muistot että myös toiveet tulevasta. Näin ollen aika on läsnä nykyisyydessä menneisyyden ja tulevaisuuden kautta.³⁵

32 Kaiser 1997, 147-148.

33 Martikainen 2015, 6.

34 Liebkind, Mähönen & Jasinskaja-Lahti 2015, 171.

35 Salminen 2011, 16.

2.5 Tutkimusaineisto

Tutkimukseni on survey- eli kyselytutkimus. Kyselytutkimus on monin eri tavoin selitettävissä, ja sen määritelmä voi olla todella kattava: sillä voidaan tarkoittaa laajan määritelmän mukaan tutkimusta yleisesti, tai suppean määritelmän mukaan koskettamaan tutkimuskohteina ihmisiä, ja heiltä kyselyllä tai haastattelulla kerättyä tietoa. Useimmiten kyselytutkimus kuitenkin ymmärretään jälkimmäisen selityksen kaltaiseksi.³⁶ Kyselyn avulla kerätään tutkimuksessa käytetty aineisto tietyltä kohderyhmältä antamalla heille mahdollisuus vastata tutkijan laatimaan lomakkeeseen. Kyselyllä hankitaan aineistoa vastaajilta standardoidusti, eli kysymykset ovat kaikille koehenkilöille täsmälleen samanlaiset³⁷. Kysely on hyvä aineistonkeruumenetelmä, sillä sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto nopeasti. Haittapuolet taas ovat lähinnä tutkijan vaikutusvallan ulottumattomissa: ei ole esimerkiksi varmuutta siitä, kuinka vakavasti tai rehellisesti vastaajat kyselyn täyttävät.³⁸ Onnistunutta kyselyn tekoa hankaloittaa osaltaan myös se, että kaikkien vastaajien on ymmärrettävä kysymykset samalla tavalla. Tästä syystä kysymysten muotoilu ja mahdollisten vastausvaihtoehtojen keksiminen on erityisen tärkeää.³⁹ Kyselyä kehitettäessä on myös huomioitava sen kohdeyleisö. Jos vastaajat eivät esimerkiksi ole motivoituneita kirjoittamaan pitkiä vastauksia, voi saatu tulos olla riittämätön.⁴⁰ Onnistuneen kyselyn perustana on siis yksityiskohdainen ja tarkka suunnittelu⁴¹.

Valitsin aineistokseni nimenomaan kyselyn, jotta voisin suorittaa aineiston keräämisen Internetissä, ja saisin tätä kautta vastaajiksi mukaan paljon erilaisia ihmisiä. Nuoret käyttävät paljon Internetiä, jolloin verkossa suoritettu kysely myös tavoittaisi kohderyhmääni kuuluvat vastaajat. Erilaisissa sosiaalisissa, taloudellisissa ja kulttuurisissa ympäristöissä elävät ihmiset voivat rikastuttaa aineistoani. Kyselyn avulla voin kysyä vastaajilta suoraan tarvitsemaani tietoa. Tämä tieto on saatavilla juuri kohderyhmäni henkilöiltä, eikä sitä voi löytää esimerkiksi kuvia tai arkistoja tutkimalla. Kysely myös sopii omaan tutkimukseeni paremmin kuin esi-

36 Toivonen 1999, 170.

37 Hirsjärvi 2005b, 182.

38 Hirsjärvi 2005b, 184.

39 Ronkainen, Karjalainen & Mertala 2008, 36.

40 Ronkainen, Karjalainen & Mertala 2008, 38.

41 Karjalainen 2008, 77.

merkiksi haastattelu, sillä sähköisellä kyselyllä pystyn saamaan vastauksia ympäri Suomea, mikä saattaa tuoda vastauksiin monipuolisuutta. Lisäksi kyselyssä on positiivista se, että vastaaja saa pysyä täysin anonyymina, eikä hänen tarvitse pelätä tutkijaa ja haastattelutilannetta. En myöskään pysty millään tavalla selvittämään, kuka kyselyyni tulee vastaamaan.

Kerään tutkimusaineistoni Internet-kyselyn avulla Webropol-palvelussa. Kysely toteutetaan lokakuussa 2017. Vuodenaikana syksy sopii tutkimukseeni hyvin, koska se on tunnetusti uuden aloituksen aikaa: kesälomat loppuvat, koulut jatkavat toimintaansa ja tulevan lukuvuoden ”uusi minä” on taas ajankohtainen teema. Oma identiteetti ja sen näyttäminen voi siis olla juuri tänä aikana myös helposti kyseenalaisena – erityisen paljon varmasti silloin, kun siirrytään täysin uuteen ympäristöön, esimerkiksi jatkettaessa yläasteelta lukioon.

Kyselyni on suunnattu 13-23-vuotiaille nuorille, jotka ovat oletettavasti vielä etsimässä omaa itseään. Nuorilla identiteetti ja sitä vastaava pukeutuminen ole vielä välttämättä kokonaan löytynyt, joten on kiinnostavaa tutkia heidän antamistaan vastauksista, onko haavemaailmasta ollut esimerkiksi apua suunnannäyttäjänä. On myös mahdollista, että jotkut ovat jo täysin löytäneet oman pukeutumisen identiteettinsä. En halua saada vastauksia minkään tietyn sukupuolen edustajalta, ja siksi en rajannut kyselyni kohteita tämän kautta. Eri sukupuolten edustajat voivat omilla vastauksillaan rikastuttaa aineistoani.

Nuoriksi voidaan lukea yhden määritelmän mukaan kaikkiaan 12-24-vuotiaat henkilöt⁴². Valitsin tutkittavaksi ikäluokakseni kuitenkin 13-23-vuotiaat, sillä tämä kymmenen vuoden jakauma kattaa elämän monia eri vaiheita ja muutoksia, sisältäen koulutuksen yläasteelta mahdollisesti yliopistoon saakka. Pystyn ehkä myös vertailemaan eri ikäisten vastaajien tuloksia keskenään. Uskon saavani haluamani tiedon tältä ikäjakaumalta. Lisäksi valitsemiini ikävuosiin sisältyy aikuisuuden kynnyksellä oleminen ja sen ylitys. Rajaamanani jakaumana oma identiteetti on useasti kyseenalaisuuden kohteena: omat kiinnostuksenkohteet vaihtelevat, siirrytään kouluasteelta toiseen, tulevaisuuteen vaikuttavia valintoja on tehtävä ja kehossa tapahtuu muutoksia. Muun muassa hormonituotannon lisääntymisen

42 Siegel 2014, 11.

ohella nuoren tunteet saattavat herätä äkillisesti ja voimakkaasti hänen aivojensa muutoksesta johtuen⁴³. Tällä saattaa olla vaikutusta myös omaan identiteettiin ja haavemaailmaan.

Vaikka nuoriksi voidaan määritellä ikäjakauman ulkopuolella olevia henkilöitä, päädyin jättämään heidät aineistoni ulkopuolelle. Aloitin 13-vuotiaista siitä syystä, että siinä iässä siirrytään seitsemännelle luokalle ja aloitetaan yläaste. Ala-asteella olevat 12-vuotiaat luetaan yleensä vielä lapsiksi, joten vuotta vanhemmista, usein teini-ikäisiksi mielletystä yläastelaisista on hyvä aloittaa. Ikäjakauman vanhimmiksi henkilöiksi taas valitsin 23-vuotiaat. Näin myös yliopisto- ja ammatikorkeakouluopiskelijat pääsevät osaltaan mukaan kyselyyn, jolloin pystyn näkemään mahdollisesti myös erilaisten sosiaalisten ympäristöjen vaikutuksen nuoriin. Vastaajien iät eroavat toisistaan enintään kymmenen vuotta, jolloin kyseinen jakauma on selkeä ja looginen. Saatan myös vastauksista nähdä, kuinka nuoren elämä muuttuu näiden vuosien aikana.

Levitän tietoa kyselystäni sosiaalisen median kautta. Valitsin tähän tehtävään erilaisia Internet-sivustoja, joilta uskoin löytäväni kohderyhmääni kuuluvia henkilöitä. Nämä sivustot ovat Suomi24.fi, Kaksplus.fi, Vauva.fi, Cosmopolitan.fi sekä Facebookin kolme eri ryhmää. Neljä ensimmäistä julkaisupaikkaa sisältävät kaikki anonyymejä keskustelupalstoja, joissa ihmiset keskustelevat monipuolisesti eri aiheista. Haluan luoda kyselylleeni mahdollisimman paljon näkyvyyttä, jotta se tavoittaisi useita erilaisia ihmisiä. Julkaisen kaikissa näissä sosiaalisen median kanavissa linkin kyselylleeni, sekä kerron siitä hieman lyhyen saatekirjeen avulla.

Valitsin kyselyni suorittamispaikaksi Internetin siitä syystä, että saisin vastaajia mahdollisesti ympäri Suomea, enkä miltään tietyltä maantieteelliseltä alueelta. Vaikka aineiston hankinta suoritetaan Internetissä, täytyy vastaajilla olla olemassa samaan tapaan tutkittavien suoja kuin esimerkiksi kasvokkaisessa haastattelussa. Tutkijan tulee siis muun muassa selvittää kaikille osallistujille lyhyesti tutkimuksen tarkoitus, ja osanottajien täytyy saada olla mukana tutkimuksessa vapaaehtoisesti. Erittäin tärkeää on myös osallistujien oikeuksien ja anonyymi-

43 Siegel 2014, 12.

teetin varmistaminen.⁴⁴ Oman tutkimukseni tutkittavien suoja on verrattain helppo saavuttaa: vastaajat saavat osallistua kyselyyni nimettöminä, eikä yksittäisen osallistujan henkilöllisyyttä pystytä näin ollen mitenkään määrittämään. Kysymykseni eivät myöskään ole arkaluonteisia tai liian henkilökohtaisia, jolloin osallistujien ei tarvitse kokea heidän yksityisyytensä loukkaamista. Ketään ei myöskään pakoteta vastaamaan, vaan kaikki ovat vapaita täyttämään kyselyn täysin omasta kiinnostuksestaan johtuen.

Vastausten riittävää lukumäärää laadullisessa tutkimuksessa on hankala määrittellä. Aineiston tulee olla tarpeeksi suuri kuvaamaan ilmiötä, mutta tutkimukseen käytettävät resurssit rajoittavat sen kokoa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei pyritä tilastoitaviin yleistyksiin, ja siksi niissä oikeanlaisten vastaajien löytäminen on määrää tärkeämpi.⁴⁵ Määrittelin oman aineistoni sopivaksi kooksi 100 vastausta. Tarvittavaa määrää vastauksia on laadullisessa tutkimuksessa vaikea arvioida, mutta oletan, että 100 vastausta on tutkimukselleni riittävä määrä. Koska on myös hankalaa tietää, kuinka moni on kiinnostunut vastaamaan kyselyyni, halusin määrittää kyselyni sulkemisajankohdan vastausten luvun enkä ajanmääreen mukaan. Saatuaani haluamani 100 vastausta suljen kyselyn ja aloitan aineiston analysoinnin. Tämä tapahtuu luvussa neljä.

Kyselyni sisältää alussa kolme taustoittavaa kysymystä, joiden jälkeen tulee avoimia kysymyksiä kolmesta eri kategoriasta. En ottanut kyselyyni mukaan vastausvaihtoehtollisia kysymyksiä, sillä niiden avulla en saisi tutkimuskysymyksiini vastauksia. Avoimet vastaukset vaativat kyselyn täyttäjältä enemmän aikaa ja paneutumista kuin strukturoidut kysymykset, mutta tein silti päätöksen jättää monivalintakohdat pois. Nämä eivät toisi aineistolleni lisäarvoa, ja ne myös tekisivät kyselystäni pidemmän.

44 Tuomi & Sarajärvi 2009, 131.

45 Tuomi & Sarajärvi 2009, 85.



IHMINEN JA VAATETUS

Keskityn tässä luvussa avaamaan taustaa tutkimukseni tärkeille teemoille eli pukeutumisidentiteetille, haavemaailmalle sekä ihanneminälle. Alaluvut ihmisen suhteesta vaatteisiin, vaatetuksen voimaannuttavasta vaikutuksesta sekä identiteetin rakentamisesta vaatteiden avulla liittyvät oleellisesti näihin aiheisiin. Lisäksi tärkeä näkökulma on esikuvat. Ihailimme tiettyjä henkilöitä jotka voivat olla niin oikeita kuin fiktiivisiäkin hahmoja. Otamme heistä mallia ja haluamme ehkä saavuttaa elämässämme samanlaisia asioita kuin he ovat saavuttaneet. Kuinka tämä siis voisi olla vaikuttamatta ajatukseen ihanneminästä? Hypoteesinani on, että tällä voi olla suurtakin merkitystä. Aihe on siitä syystä tärkeä huomioida tutkimuksessani.

3.1 Ihmisen suhde vaatteisiin

Se, kuinka suhtaudumme kaapissamme asuviin vaatteisiin, vaihtelee luonnollisesti ajan kuluessa. Saatamme käyttää kaappimme sisällöstä ainoastaan osaa,

ja säilöä loppuja vaatteita syystä tai toisesta. Samasta syystä kun käytämme tiettyjä vaatteita, on meillä myös perustemme sille, miksi jokin jää käyttämättä. Silti emme usein osaa hankkiutua näistä eroon. Taustalla voi olla useita eri syitä: vaatteelle sopivaa käyttötilaisuutta ei ole tullut vielä vastaan, tai muistamme paljon vaate maksoi ja tuntuisi rahan haaskaamiselta heittää se pois. Pukeutumissellamme on meille monia erilaisia funktioita, mutta tämä ei silti anna perustetta sille, miksi vaatteita tuotetaan ja ostetaan niin paljon kuin sitä tehdään. Vaatteiden hankkimiseen liittyy siis enemmän ajatus niiden takana, kuin pelkkä materiaalsen asian omistaminen.⁴⁶ Oleellinen tekijä ostosten teossa onkin tuotteen mielikuvallinen arvo⁴⁷.

Banim ja Guy perehtyivät naisten kerryttämien vaatekaappien sisältöihin ja käyttämättömien vaatteiden kysymykseen tutkimuksessaan. Huonoiksi koettuja vaatteita saatetaan säilyttää muun muassa muistuttamassa valinnoista, joita ei enää kannata tehdä uudelleen. Ne kertovat identiteetistämme sen, mitä emme ainakaan halua olla. Positiivisesti koetut käyttämättömät vaatteet taas kertovat päinvastaista: ne paljastavat usein, mitä haluaisimme vaatetuksemme kautta olla, mutta mitä emme ole vielä saavuttaneet. Tällainen vaate ikään kuin odottaa meidän kasvavan sen odotuksia vastaaviksi.⁴⁸ Juuri tämä viittaa taas selkeästi ihanneminään: hän käyttäisi näitä vaatteita itsevarmasti ja tuntisi olonsa niissä luontevaksi, mutta tämänhetkinen minä ei siihen vielä kykene. Se tapa, millä me pukeudumme ja millä perusteilla valitsemme vaatteemme liittyy paljon ajatukseen ihanneminästä. Nykyisyys ja toivottu tulevaisuus ovat kontaktissa keskenään, ja ne myös vaikuttavat toinen toisiinsa.

Voimme yrittää rakentaa vaatteiden avulla muille ihmisille tietynlaista mielikuvaa meistä itsestämme. Käyttämällä avoselkäistä yläosaa voimme pyrkiä viestittämään ympäristöllemme olevamme sekä tyylikkäitä että uskaliaita. Jos kuitenkin kokeilu ei tuota onnistuneita tuloksia tai emme rohkenekaan käyttää uusia vaatteitamme, voimme tuntea kyseisen vaatteen pettäneen meidät ja näin epäonnistua luomaan toivomaamme kuvaa itsestämme. Tämä pettymys koetaan yleensä jo ennen kotoa poistumista, omassa makuuhuoneessa peilin edessä.

46 Bovone 2012, 79.

47 Campbell 2012, 10.

48 Banim & Guy 2001, 211.

Kun ajattelemme tiettyjen asioiden sopivan meille, mutta todellisuus ei vastaa-kaan haavemaailmamme kuvaa, on mielipaha helposti suuri. Epäonnistuneet yri-tykset pukeutumisessa merkitsevät samalla myös epäonnistuneita yrityksiä löy-tää omaa identiteettiään.⁴⁹ Vaatteiden käyttäminen on siis samaan aikaan sekä velvollisuus, mahdollinen mielihyvän tunteen aiheuttaja, että myös ongelma⁵⁰.

Vaatteemme eivät osaa puhua, eivätkä ne siitä syystä pysty kertomaan meistä suoria totuuksia. Näin ollen kenenkään ihmisen identiteettiä ei siis voi varmuudella ”lukea”.⁵¹ Samoin myöskään pelkkiä vaatteita ei voi tutkia ilman niiden käyttäjää: emme voi mennä tarkastelemaan henkilön vaatekaapin sisältöä, ja tehdä päätel-miä sen perusteella hänestä itsestään⁵². Ihmiseen ja hänen pukeutumiseensa on aina vaikuttamassa sekä aika ja paikka, että myös tietty tilanne. Lyhyesti sanottu-na kontekstilla on erittäin tärkeä merkitys identiteetin ja vaatetuksen ymmärtämi-sessä. Vaikka siis käsitys omasta itsestä ja tätä kautta pukeutumistyylistä vaihtuu ajan myötä ihmisen vanhetessa, on nykyisessä identiteetissäkin paljon eri loke-roita. Kaikki riippuu lopulta siitä, kuinka itsensä haluaa aina tietyissä tilanteessa visuaalisesti tuoda esille. Luonnollisesti vaatteet vaikuttavat sekä omaan mielia-laan ja tunteeseen itsestä, että myös muiden reaktioon meistä.⁵³ Sosiaalisessa viestinnässä käytämme useita eri asioita välittämään muille tietoa meistä, mutta vaatteilla on tässä erityisen tärkeä rooli: siinä missä ihmisen vartalo on geenien aikaansaamaa ja periaatteessa vaihtamattomissa, ovat vaatteet täysin omasta valinnasta kiinni⁵⁴.

Peilillä on elämässämme usein suuri rooli, halusi sitä myöntää tai ei. Sen avulla yritämme selvittää, kuinka muut näkevät meidät.⁵⁵ Sen tärkeydestä lisäksi ker-too jo se, että osa ihmisistä viettää sen edessä tuntikausia tarkkailemassa ja parantelemassa omaa ulkonäköään, kun taas osa välttää siihen katsomista ko-konaan⁵⁶. Tällä ulkonäkömme paljastavalla esineellä on mahdollisuudet saada

49 Woodward 2007, 15.

50 Bovone 2012, 67.

51 Entwistle 2015, 112.

52 Tseëlon 2012, 118.

53 Woodward 2007, 19-21.

54 Bovone 2012, 73.

55 Woodward 2007, 93.

56 Woodward 2007, 99.

mielialamme nousemaan hyvin nopeasti todella korkealle. Samaan aikaan sillä on kuitenkin myös edellytykset romuttaa olotilamme maan tasalle. Itsensä ulkomuodon näkeminen ensin sielunsa silmin ja sen jälkeen kohdattu todellisuus eivät aina sovi yhteen. Tämä on juuri se tapahtuma, jolloin tilanteen todellinen laita paljastetaan. Tällöin voimme joutua kokemaan epäonnistumisen tunteet, ja saatamme alkaa kyseenalaistaa makumme lisäksi myös identiteettiämme.

Sen lisäksi, että yritämme vastata tyydyttävästi oman arvioivan silmämme odotuksiin, on pukeutumiseemme vaikuttamassa myös muut katseet. Ketä lopulta yritämme miellyttää pukeutumisellamme? Jotain yhtä tiettyä henkilöä, vastakaista sukupuolta, ystäviämme? Muoti ja halumme olla ainakin omalla ajatustasollamme tarpeeksi muodikkaita on myös yksi tekijä mukana vaikuttamassa valintoihimme. Tämä liittyy vahvasti siihen, keneen haluamme tehdä vaikutuksen. Muodin voidaan kokea aiheuttavan tietynlaista paniikkia, sillä sen rajat vaihtuvat nopeasti, eivätkä useimmat halua näyttää olevan vaatetuksensa suhteen ajastaan jäljessä.⁵⁷

Jokapäiväisen elämämme pukeutumisessa on siis aina mukana sosiaalista painetta⁵⁸. Sosiaalisen ympäristön vaikutus meihin itseemme ja identiteettiimme saattaa vaikuttaa uudelta ilmiöltä, mutta se on todellisuudessa kaukana siitä. Jopa muinaisen Kreikan asukkaat peilasivat minuuttaan sekä omasta yhteydestä kosmokseen että suhteesta muihin ihmisiin.⁵⁹ Keskiössä ei ehkä tällöin ole ollut oman identiteetin visuaalinen esittäminen, mutta sosiaalisen ympäristön vaikutus meihin sisäisesti vaikuttaa luonnollisesti myös meihin ulkoisesti.

Pukeutuessamme usealta eri suunnalta tulevat katseet ja vaikutukset ovat muokkaamassa valintojamme, ja näiden päällekkäisyys sekä omat mieltymykset ovat ne elementit, jotka vaikuttavat pukeutumiseemme⁶⁰. Vaikka meillä ei yleensä ole toista silmäparia konkreettisesti läsnä arvostelemassa, on muiden katseen voima silti poissaolevanakin todella vahva. Ulkonäön lisäksi muut ihmiset vaikuttavat

57 Woodward 2007, 119.

58 Entwistle 2015, 15.

59 Kirschner & Martin 2010, 2.

60 Woodward 2007, 90, 93.

meihin myös sisäisesti: identiteettimme ja tavoittelemamme asiat muovautuvat läheistemme vaikutuksesta sisäisten keskustelujemme kautta myös silloin, kun he eivät ole tilanteessa todellisuudessa läsnä⁶¹.

Pukeutumisellamme on hieman monimutkainen suhde visuaalisesti esitettävään identiteettiimme: se voi samaan aikaan sekä paljastaa että piilottaa meistä asioita. Toisaalta vaatteemme siis voivat viestiä muille ihmisille jotain esimerkiksi sukupuolestamme tai vauraudestamme, mutta toisaalta voimme myös yrittää peitellä näitä seikkoja.⁶² Voimme siis täysin tahtomattamme viestiä ympäristöllemme asioita pukeutumisellamme, mutta samanaikaisesti meillä on myös mahdollisuus vaikuttaa meistä syntyviin mielikuviin. Yritämme muokata omaa ulkonäköämme muun muassa vaatteiden, meikin, urheilun tai jopa plastiikkakirurgian avulla. Pyrimme yleensä näyttämään muille mahdollisimman hyvän kuvan itsestämme, ja koemme onnistuvamme tässä muuttamalla ulkomuotoamme. Samaan aikaan kun ymmärrämme sen, että ihmisen ulkokuori voi olla pettävä, uskomme myös osaavamme lukea tätä.⁶³

Pukeutumisen avulla esitämme itsemme haluamallamme tavalla sosiaaliselle ympäristöllemme. Vaatteiden, korujen ja meikin käyttäminen kertovat muille muun muassa identiteetistämme ja seksuaalisuudestamme. Minuuden visuaalinen esittäminen on kuitenkin prosessi: meidän on opittava, kuinka voimme rakentaa oman olemuksemme materiaalistien asioiden kautta.⁶⁴ Kehomme ja ulkonäkömme muokkaamisesta on tullut koko ajan helpompaa, ja olemme myös entistä enemmän tietoisia muille esittäytyvästä olemuksestamme. Voimme haluessamme erottautua muista, mutta samaan aikaan yrittää kuulua johonkin haluamaamme joukkoon. Erityisesti erilaisissa ala- tai nuorisokulttuureissa tämän voi nähdä selkeästi. Kun siis käsitellään muotia, vaateetusta ja yksilöllisyyttä, on tärkeä huomioida identiteetin merkitys myös sosiaalisella tasolla.⁶⁵ Ihmisellä on hieman ristiriitaisesti samaan aikaan sekä halu kuulua joukkoon, että myös esiintyä itsenäisenä henkilönä⁶⁶.

61 Liebkind, Mähönen & Jasinskaja-Lahti 2015, 170.

62 Entwistle 2015, 112.

63 Entwistle 2015, 113.

64 Abbot & Sapsford 2001, 28.

65 Entwistle 2015, 139.

66 Larrain 2012, 146.

Ryhmällä vaatetus on visuaalisesti nähtävissä oleva erottaja sen välillä, kuka niihin kuuluu ja kuka ei. Yhteinen pukeutumistyyli antaa ryhmän identiteetille vahvistusta ja merkitystä.⁶⁷ Ryhmään kuulumisen voi auttaa nuorta löytämään oman identiteettinsä, mutta se voi myös hankaloittaa sitä⁶⁸. Henkilö voi myös kertoa muille ihmisille pukeutumisensa muutoksen avulla, että on liittynyt osaksi jotain tiettyä nuorisokulttuuria. Nuoret hakevat identiteettiään, ja tämä näkyy usein jatkuvana ulkonäön muuttamisena. He eivät aina vaihda tyyliään, koska muoti muuttuu, vaan koska he itse muuttuvat. Tämä on esimerkkinä todistamassa sitä, kuinka identiteetillä ja ulkonäöllä on läheinen yhteys toisiinsa.⁶⁹

3.2 Identiteetin rakentuminen

Aikoinaan, vielä modernisoitumattomassa maailmassa, henkilön identiteettiä ei tarvinnut kyseenalaistaa. Se muodostui perheen, yhteisön ja maantieteellisen sijainnin kautta. Asuna käytettiin esimerkiksi joko kaunista aatelistukua tai kestäväää, korutonta talonpoikaisvaatetusta. Myöhemmin teollistumisen myötä identiteetin muodostukseen astui mukaan myös asema töissä, ja eriarvoisten vaatteiden kirjo kasvoi asteittain.⁷⁰ Nykyisin identiteetin käsitys ei ole yhtä yksinkertainen. Vaihtoehtomme elämässä ovat lukemattomat, ja sen myötä myös henkilöllisyydestämme on tullut meille suurempi kysymys. Identiteetti ei ole enää jotain, joka on vain olemassa, vaan siitä on tullut tavoite, joka täytyy saavuttaa⁷¹. Nuoruudella on erityisen tärkeä rooli identiteetin muotoutumisessa, mutta se on silti koko elämän jatkuva prosessi⁷².

Identiteetti voidaan ajatella rakentuvan kulttuurista, johon synnymme. Paikan historia, kieli ja tavat muuttuvat ihmisen kautta joksikin uudeksi: elämäntarinaksi, muistiksi ja identiteetiksi.⁷³ Siihen voi myös vaikuttaa miltei mitkä tahansa koke-

67 Abbot & Sapsford 2001, 28.

68 Larrain 2012, 146.

69 Campbell 2012, 16.

70 Bovone 2012, 73.

71 Bovone 2012, 74.

72 Larrain 2012, 139-140.

73 Freeman 2010, 156.

mukset⁷⁴. Identiteetin voidaan ajatella olevan olemassa ainoastaan silloin, kun ihminen elää sosiaalisessa kontaktissa muiden ihmisten kanssa. Kaikki ihmiset ovat yksilöitä, mutta kaikissa meissä on piirteitä, jotka ovat ominaisia juuri sen yhteisön jäsenille, johon kuulumme. Oman identiteetin kehittyminen on näin ollen sosiaalinen prosessi.⁷⁵ Samaan aikaan kun elinympäristömme vaikuttaa meihin, myös me vaikutamme vastavuoroisesti siihen. Henkilön identiteetti koskettaa aina muita ihmisiä ja jättää näin jälkiä itsestään.⁷⁶ Elämässämme ei ole olemassa täysin muuttumattomina pysyviä meihin vaikuttavia tekijöitä, ja siksi kykenemme tekemään omat valintamme ja pitämään identiteettimme erillään muista⁷⁷. Tämä myös tarkoittaa, että identiteettimme muuttuu meihin vaikuttavien asioiden muuttuessa.

Identiteettimme rakentuu monista eri asioista. Olipa näitä sitten yleisesti ajateltuna lapsuus ja kasvatus, omat toiveet tulevaisuudesta, tietyt kokemukset tai ystävien vaikutus, on pukeutumisella suuri rooli tässä. Vaatteet ovat lähestulkoon aina ensimmäinen asia, jota uudesta ihmisestä saamme irti heidät tavatessamme. Saatamme usein arvottaa heidät heidän vaatevalintojensa avulla, ja muodostaa päässämme jo mielikuvia esimerkiksi heidän luonteestaan, työpaikastaan tai arvomaailmastaan. Vaatteiden välittämät viestit ovat näin ollen vahvoja – luomme oletuksia ihmisistä ennen kuin yhtään sanaa on edes tarvittu vaihtaa. Vastaavasti luonnollisesti myös muut arvioivat meitä ja tätä kautta meidän persoonallisuksiamme heidän katseillaan. Usein tieto tai tuntemus omasta itsestään kasvaa silloin, kun olemme toisen ihmisen katseen alla – erityisesti, jos muiden pukeutuminen poikkeaa paljon omastamme⁷⁸. Oma käyttäytyminen ja ulkonäkö tulevat tietoisuuteemme normaalia vahvempina vain siitä syystä, että joku muu henkilö voi nähdä meidät.

Malcolm Barnard menee tässä samaisessa aiheessa melko pitkälle. Hän pohtii, onko persoonallisuutta tai identiteettiä edes olemassa ilman, että sitä jollain tavalla tuodaan ulkoiseksi, ”pois sisältämme”. Tämä voi käsittää visuaalisen esit-

74 Liebkind, Mähönen & Jasinskaja-Lahti 2015, 167.

75 Koskennurmi-Sivonen 2012b, 74.

76 Freeman 2010, 138.

77 Shotter 2010, 62.

78 DeLong 1998, 7.

tämisen tai jopa vain oman ajattelumme – silloinkin meidän tulee pukea asia sanoiksi jotta voisimme sen edes itse ymmärtää.⁷⁹ Barnard myöntää itsekkin aiheen menevän filosofiselle puolelle, mutta toisaalta ymmärrän hänen ajatuksensa ytimen. Emmekö itsekkin pukeutuessamme aina jollain tavalla mieltä mielessämme sanojen kautta valitsemiamme vaatteita, ja näin ollen tuo ajatusta Barnardin idean mukaan ulkoiseksi? Samoin kun katsomme itseämme peilistä, on identiteetti tuotu ulkoiseksi myös visuaalisella tasolla. Filosofinen ajatus tai ei, on vaate- tuksen kautta ilmenevän identiteetin takana enemmän asioita, kuin ainoastaan pelkästään se, mitä pystymme näkemään.

Myös Woodward ottaa esille identiteetin ulkoisen esittämisen. Pukeutuessaan ihminen rakentaa identiteettinsä visuaalisesti tarkasteltavaan muotoon vaatteiden avulla. Henkilön persoonallisuudesta tulee ulkoinen, konkretisoitu, materiaallinen versio. Identiteetti on ulkoisesti tarkasteltavissa, ja se voi taas auttaa ymmärtämään omaa itseään paremmin.⁸⁰ Tavallaan identiteettiä peilataan ensin vaatteisiin, ja taas sen luomaa kuvaa peilataan takaisin omaan itseensä. Usein minkä tahansa asian muuttaminen visuaaliseen muotoon saa ymmärtämään sitä paremmin, joten miksei sama siis toimisi myös identiteetin ja pukeutumisen välillä.

Vaatteita valittaessa käydään läpi suuri määrä lopputulokseen vaikuttavia asioita. Jotta ymmärtäisimme, miksi joku näyttää miltä hän näyttää, tulee meidän ymmärtää hänen valintaprosessinsa. Tähän sisältyy ajatus sekä siitä, miksi jotain valitaan, että myös siitä, miksi joitain vaihtoehtoja hylätään.⁸¹ Pukeutuessamme tiettyyn tilaisuuteen – oli kyseessä sitten normaali arkipäivä töissä tai erityisen hieno juhlatilaisuus – kyseenalaistamme heti vaatteiden soveltuvuuden tähän tapahtumaan. Woodwardin mukaan assosioimme vaatteitamme eri asioihin: osa viittaa töihin, osa herättää muistoja, osa tuntuu hauskemmilta kuin muut. Valitessamme vaatteitamme emme siis luultavasti ikinä ole tekemässä valintaa koko vaatekaappimme sisällöstä, vaan näistä muutamista vaihtoehtoista, jotka mielestämme sopivat kyseessä olevaan tilaisuuteen – sekä ulkonäöltään että niihin yhdistettäviltä mielikuvilta.⁸²

79 Barnard 2014, 94.

80 Woodward 2007, 13-14.

81 Woodward 2007, 9.

82 Woodward 2007, 10-11.

Aihe liittyy myös omaan ajatukseemme estetiikasta. Tämä on kaikilla henkilökohtainen, ja se liittyy vahvasti identiteettiin, muuttuen vuosien aikana aina ihmisen mukana. Oma mieltymyksemme tiettyihin väreihin, muotoihin ja materiaaleihin kertovat estetiikantajustamme, sekä siitä, mitä pidämme merkityksellisinä. Oman estetiikan avulla määrittelemme ja arvotamme valittavissa olevia vaatteita. Kun ajattelemme, että jokin vaate ”näyttää minulta”, koemme, että vaatteen ja oman itsemme luonteenpiirteet sopivat yhteen. Ymmärryksemme estetiikasta on mukana arvioimassa tapahtumaa.⁸³

Jonkin asian ”minulta näyttäminen” kulkee käsi kädessä ”osa minua” -ajatuksen kanssa. Esimerkiksi eräs meikkaaja mainitsi kerran haastattelussa, ettei tunne oloaan itsekseen, ellei hänellä ole korvissaan suuria korvarenkaita. Pystyn itse hyvin samaistumaan kyseiseen tunteeseen: käytän usein paljon sormuksia, ja silloin kun minulla ei niitä ole, on oloni hieman vajavainen ja paljas. Yhtä lailla kuin vaatetus, myös korut ovat kehomme pukemista ja koristamista – toisin sanottuna identiteettimme esittämistä visuaalisesti. Korujen käyttö on tosin muuttunut ajan myötä. Niillä on ennen ollut erilainen rooli: ne ovat kertoneet vauraudesta ja ylemmydestä, ja niillä on haettu huomiota. Nykyisin taas valmistusaineet ovat suurelta osin vaihtuneet jalokivistä arkipäiväisempiin materiaaleihin, eivätkä korut ole pukeutumisen pääkohta. Koruista on tullut osa asua, ja ne ovat tasa-arvoisessa suhteessa muihin elementteihin.⁸⁴

Samaan ajatukseen voi lukeutua kuuluvan myös muunlaisen koristamisen: meikkauksen, lävistykset, tatuoinnit ja tuoksujen käytön. Erityisesti tatuoinnit ja niiden yhä näkyvämmälle paikalle ihoon sijoittaminen on tehnyt läpimurtoaan lähivuosien aikana. Vuonna 2006 tehdyssä tutkimuksessa selvisi, että yli kolmasosa 18-25-vuotiaista henkilöistä on ottanut vähintään yhden tatuoinnin ihoonsa.⁸⁵ Todennäköistä on, että luku on ainoastaan noussut viimeisen kymmenen vuoden aikana.

83 DeLong 1998, 2-4.

84 Barthes 2006, 62-63.

85 Trebay 2012, 162.

Oman identiteetin ja ”minulta tuntumisen” ajatukseen liittyy vahvasti myös seksuaalisuuden kokeminen sekä sen näyttäminen. Biologia jakaa ihmiset joko naisiksi tai miehiksi heidän sukupuolielintensä mukaan. Tämä ei kuitenkaan määritä piirteitä feminiinisydestä tai maskuliinisuudesta, vaan nämä ovat kunkin sosiaalisen ympäristön itse luomaa tuotantoa, ja siksi ominaisuudet näissä vaihtelevat aina kulttuurin mukaan. Ei ole olemassa luonnon asettamaa määritelmää feminiinisyydelle tai maskuliinisuudelle.⁸⁶ Yhteyttä esimerkiksi naisellisena mielletyllä pukeutumisella ja saman sukupuolen biologisena edustajana olemisella ei ole, ja tästä syystä periaatteessa näillä kahdella ei ole mitään tekemistä toistensa kanssa. Kaikki on kiinni siitä, mihin kulttuurimme on meidät kasvattanut.⁸⁷

Meillä on kaikilla päässämme opittu oletamus siitä, miltä miehen kuuluu näyttää tai miltä naisen kuuluu näyttää. Tämä sukupuolten välinen erottaminen lähtee liikkeelle jo vauvoista. Niistä ei pysty yleensä ottaen suoraan kertomaan, ovatko ne tyttöjä vai poikia, joten puemme ne feminiiniseksi tai maskuliiniseksi miellettyä väriä edustaviin vaatteisiin. Tämäkin assosiaatio on tosin myös riippuvainen ajasta: noin sata vuotta sitten, 1900-luvun alussa, tytöille valittiin sinistä ja pojille taas vaaleanpunaista.⁸⁸ Yleisesti ottaen vanhemmat pukevat lapsensa kulttuuristen ja sosiaalisten merkitysten perusteella edustamaan aina näiden sukupuolta, ja lapsien kanssa käyttäytyään tästä syystä perheen ulkopuolella tietyllä tavalla – vieraiden kohdellen heitä tyttöinä tai poikina heidän ulkonäkönsä vuoksi⁸⁹.

On aina olemassa aikaan ja paikkaan sidotut käsitykset, miltä miehen tai naisen kuuluisi näyttää. Käsityksemme feminiinisyden ja maskuliinisuuden eroista eivät pääty pelkästään sukupuolten väliseen erotteluun, sillä tähän liittyy vahvasti myös ajatus seksuaalisuudesta. Periaatteessa ymmärryksemme aiheesta pohjautuu täysin heteroseksuaalisuuden konseptiin, ja voi oikeastaan väittää, ettei sukupuolisuutta pysty edes käsittämään ilman tämän lähtökohdan tuntemista.⁹⁰ Seksuaalisuuden usein mustavalkoisesta jaottelusta löytyy koko ajan enemmän harmaita alueita, ja näin ollen myös sen visuaaliset rajat muuttuvat ja häilyvät.

86 Entwistle 2015, 143.

87 Entwistle 2015, 177.

88 Entwistle 2015, 140.

89 Winge 2012, 47.

90 Entwistle 2015, 142.

Rajoja feminiinisen, maskuliinisen tai jotain ideologiaa edustavan pukeutumisen välillä rikotaan oman identiteetin löytämiseksi.⁹¹

3.3 Voimaannuttavat vaatteet

Vaatteista voi saada uskomattoman paljon energiaa tai itsevarmuutta tehdä asioita. Tästä on helppo tehdä yksi konkreettinen esimerkki: Kuvitellaanpa tilanne vaikkapa urheiltaessa, jossa sinulla on päälläsi iso ja parhaat päivänsä nähnyt t-paita, sekä mukavat ja väljät college-housut. Vaatteet voivat tuntua päällä pehmeiltä ja miellyttäviltä, sellaisilta vaatteilta, joissa mieluusti oleskelisit kotona ollessasi. Mutta miltä liikkuminen niissä tuntuu? Koetko pystyväsi hyviin suorituksiin ja antamaan itsestäsi kaiken mahdollisen? Vaikuttaako tilanteen sosiaalinen aspekti mielialaasi ja jaksamiseesi? Yleensä jo pelkkä urheiluvaatteiden pukeminen päälle saa olon tuntumaan energiseksi ja motivoituneeksi. Urheiluvaatteet on suunniteltu mahdollisimman funktionaaliseksi juuri nimenomaisessa tilanteessa, sillä niissä yhdistyvät hengittävät materiaalit ja liikkeen mahdollistavat mallit.

Pukeutumisella voi siis vaikuttaa suuresti omaan olotilaan, sekä henkisesti että myös fyysiseltä kannalta. Eikä sen tarvitse liittyä edes mihinkään tiettyyn tapahtumaan, vaan täysin jokapäiväinen elämä ja siinä käytettävät vaatteet ovat muokkaamassa omaa mielialaa ja tuntemuksia. Esimerkiksi jo pelkästään iloiseihin värihin pukeutumalla voidaan yrittää kohottaa ihmisen alakuloista oloa. Myös uusien vaatteiden hankkiminen on yksi tunnettu tapa koittaa piristää omaa mieltä.⁹²

Valitsemiemme vaatteiden avulla voi tuntea olonsa hyväksi ja merkitykselliseksi maailmassamme. On tutkittu, että erityisesti miehet kokevat, että heidän käyttämillään vaatteilla ja omalla merkityksen tunteella on vaikutus toisiinsa⁹³. Vaatteiden avulla määritetään omaa identiteettiä, ja tätä tehdään sekä muita ihmisiä että myös pelkästään meitä itseämme varten. Ihminen on arvottava hahmo, joka tekee arvoarvostelmia melkein kaikesta, mitä on kokenut. Arvot ovat meille lä-

91 Barnard 2001, 102.

92 Barnard 1996, 57.

93 Kaiser 1997, 147.

hestulkoon itsestäänselviä tunteita siitä, että jokin asia on esimerkiksi oikein tai väärin, eivätkä ne pohjaudu millään tavalla tietoon.⁹⁴

Arvioimme ihmisen sosiaalista arvoa tai statusta henkilön pukeutumisen perusteella⁹⁵. En kuitenkaan usko arvostelun loppuvan silloin, kun olemme yksin vailla toisten luokittelevaa katsetta. Se, päätämmekö pukeutua vanhoihin ja kuluneisiin vaatteisiin vai panostammeko asuihimme jollain tavalla myös itsenäisesti ollessamme, kertoo meille meidän omasta arvostamme. Minäkäsityksen kannalta omasta itsestään kerran lapsuudessa muodostettu selvillääolo on koko loppuelämän ajan ihmisen kallein omaisuus, ja tämän arvon säilyttäminen ja vahvistaminen ovat perustana kaikelle sitä seuraavalle mielen kehitykselle⁹⁶. Kuinka siis hyvänolon tuottaminen tälle tärkeimmälle henkilölle voisi olla liittymättä myös pukeutumiseen?

Kun tuntee näyttävänsä hyvältä on olo itsevarma, ja se näkyy myös muille. Päinvastoin jos taas päällä oleva asu ei tunnu millään tavalla oikealta, oli se sitten henkisesti tai fyysisesti, pystyvät muut varmasti aistimaan myös tämän. Muille ihmisille siis välittyy tietoa vaatteidemme aiheuttamasta mielialasta. Mutta millaisia sosiaalisia lähtökohtia meillä on mietittäessä pukeutumista yleisesti? Voimmeko olla täysin riippumattomia muiden mielipiteistä ja kulttuurista jossa elämme, ja käyttää millaisia vaatteita mitä haluamme? Uskon, että vastaus tähän kysymykseen on melko yksinkertaisesti ei. Ihminen on pohjimmiltaan sosiaalinen laumaeläin, joka on aina jollain tavalla riippuvainen muiden yksilöiden mielipiteistä. Ihmisen tietoisuus itsestään lisääntyy tilanteissa, joissa hän tietää olevansa toisten ihmisten tarkkailun kohteena⁹⁷. Jos pukeutumisemme poikkeaa rajusti muista, saamme kummeksuvia katseita ja vaatetustamme kyseenalaistetaan. On toki aina henkilöitä, jotka pukeutuvat todella erikoisella ja huomiota herättävällä tavalla, mutta uskon heidänkin olevan ainakin jollain tasolla vaikuttuneita muiden katseista. Tällaisten ihmisten pukeutuminen saattaa mahdollisesti jopa perustua huomionhakuisuuteen.

94 Tähkä 2001, 14-15.

95 Barnard 1996, 58.

96 Tähkä 2001, 20.

97 Liebkind, Mähönen & Jasinskaja-Lahti 2015, 177.

On olemassa opittuja standardeja, missä kenenkin oletetaan pukeutuvan tietyllä tavalla. Se, millaista pukeutumista pidetään sopivana, riippuu aina kulttuurin lisäksi paikasta, ajasta ja tilanteesta⁹⁸. Muodolliset tilaisuudet vaativat tarkempaa pukukoodia kuin arkipäivän tapahtumat. Töissä käytettävät vaatteet riippuvat työpaikan yleisistä säännöistä tai esimerkiksi turvallisuusmääräyksistä. Kaikilla vaatteilla on näin omat sosiaaliset ja funktionaaliset paikkansa, joissa niitä käytetään ja niitä myös oletetaan käytettävän. Ohjeet tai määräykset eivät päde pelkästään yleiseen pukeutumiseen: myös ala- ja nuorisokulttuureilla on omat kirjoittamattomat sääntönsä siitä, kuinka ryhmään kuuluvan henkilön on puettava tai koristettava itsensä⁹⁹.

3.4 Pukeutuminen ja esikuvat

Lähtökohtana ihmisen pukeutumiselle oli alkujaan karkeasti jaoteltuna kolme eri asiaa: suojautuminen, häveliäisyys sekä koristautuminen. Yllättävää ehkä on, että listan viimeinen on asiantuntijoiden mukaan itse asiassa se kaikkein tärkein syy.¹⁰⁰ Kaikilla kulttuureilla ja alkuperäiskansoilla on edes jonkinlainen tapa peittää ihmisvartaloa – oli kyseessä sitten koristautuminen pelkillä tatuoinneilla tai itsensä piilottaminen lähes päästä varpaisiin – ei mikään kansa jätä itseään täysin paljaaksi. Suurimmalla osalla kulttuureita pukeutuminen kuitenkin perustuu vaatteisiin.¹⁰¹ Vaatteiden sosiaalinen aspekti on siis ollut ihmisille alusta alkaen tärkeässä roolissa. Oli pukeutumisesta sitten erityisen kiinnostunut tai ei, välitämme ympäristöllemme aina viestejä vaatetuksemme kautta. Vaatteet voivat vaikuttaa ruumiin piilottamiselta, mutta ne ovat erityisen tärkeässä asemassa, kun ajatellaan ihmisen roolia sosiaalisessa ympäristössä. Puettu vartalo on se alue, jolla visuaalinen ja ulkoinen identiteetti esitetään.¹⁰² Onko siis ihme, että haluamme vaatteidemme näyttävän meiltä, ja sopivan mielikuvaamme identiteetistämme?

Pukeutuminen on osa sosiaalista kulttuuria, ja sen avulla on aina näytetty omaa yhteiskunnallista asemaa ja arvoa, sekä myös kuulumista johonkin ryhmään.

98 Entwistle 2015, 6.

99 Winge 2012, 48.

100 Barthes 2006, 6.

101 Koskennurmi-Sivonen 2012a, 5.

102 Koskennurmi-Sivonen 2012a, 5.

Vuosisatojen ajan ero luokkien välillä oli suuri, ja sitä haluttiin myös korostaa vaatetuksen avulla. Eriarvoisuutta pidettiin luonnollisena ilmiönä. Henkilön vaatetuksen vaihtuessa toiseen muuttuisi samalla myös tämän identiteetti ja yhteiskuntaluokka, sillä nämä kulkivat keskenään käsi kädessä.¹⁰³ Erityisesti 1800-luvulta lähtien pukeutuminen alkoi kertoa henkilön omasta mielenkiinnosta sosiaalista elämää ja politiikkaa kohtaan. Ajan kuluessa ja historiallisten tapahtumien muokattua vauraan yläluokan asemaa tuli sosiaalisessa verkostossa nousemisesta tärkein tavoite elämässä. Pukeutumisen ja muodikkouden merkittävyys nousi kertomaan ihmisen arvosta yhteiskunnassa. Oman identiteetin pystyi alkaa määrittelemään materian kautta.¹⁰⁴

Meille on luonnollista, että haemme itsellemme esikuvia. Erityisesti nuoruudessa niillä voi olla suuri vaikutus meihin. Kun omaa identiteettiä vielä etsitään, se on haavoittuvainen ulkoisia tekijöitä kohtaan, ja tällöin niillä on myös paljon vaikutusvaltaa. Näitä voivat olla niin oma ystäväpiiri kuin median esittämät ihanteet.¹⁰⁵ Nuoret vertaavat itseään sekä ikäisiinsä että julkisuuden henkilöihin, ja saattavat tästä johtuen kokea riittämättömyyden tunnetta¹⁰⁶. Viihdeteollisuus ja media, eli kuvateollisuus, synnyttävät ympäristöömme koko ajan uusia keinotekoisia kuvia, joita kaupataan meille todellisuutena. Tällaisille kuville jatkuva altistuminen muuttaa sekä oletuksiamme arkipäivän asioista, että käsityksiämme maailmasta jossa elämme. Se myös luo vääristyneen läheisyyden tunteen julkisuuden henkilöihin, jotka todellisuudessa ovat meistä usein kaukana niin taloudellisesti, sosiaalisesti kuin myös moraalisesti.¹⁰⁷ Kuvateollisuus liittyy siis olennaisesti muotiin ja kysymykseen identiteetistä. Kuvien maailmassa ajan viettäminen voi jopa ajaa ihmisen objektivoimaan asioita, ja unohtamaan omat todelliset ajatuksensa ja arvonsa.¹⁰⁸

On noussut esiin ajatus, että länsimainen kulttuuri olisi postmodernisoitumisen myötä reilusti estetisoitunut. Tämä tarkoittaa sitä, että esteettisten tekijöiden rooli suhteessa muihin arkipäivää koskettaviin tekijöihin, kuten uskontoon tai

103 Barthes 2006, 65-66.

104 Entwistle 2015, 128-129.

105 Larrain 2012, 142.

106 Larrain 2012, 145.

107 Brach 2012, 62.

108 Brach 2012, 60-61.

politiikkaan, olisi vahvistunut. Ajatellaan, että esimerkiksi kauneus ja taiteellisuus olisivat koko ajan tärkeämpiä yhä useammalle henkilölle, ja useammassa eri tilanteissa.¹⁰⁹ Kuvateollisuuden meitä ympäröivän, jatkuvasti lisääntyvän uutuuden vertaaminen estetisoitumisen ajatukseen saa pohtimaan niiden suhdetta toisiinsa. Nykyisin vielä sosiaalisen median läsnäolon myötä altistumme visuaaliselle materiaalille entistä enemmän, ja meille esitetään uusia ihanteita toistuvasti.

Kuinka paljon muokattujen kuvien esittämä maailma sitten muuttaa meitä? Vaikka muoti ja median synnyttämät esikuvat ovat osa lähes jokapäiväistä elämäämme, ei näillä ainakaan Woodwardin mukaan ole välttämättä suoraa vaikutusta meihin. Sen sijaan, että yrittäisimme tavoitella täydellisiä kauneusihanteita, meillä on jokaisella omat ihanneminät, henkilöt, joiksi tähtäämme ja joita ehkä uskomme voivamme olla. Medialla voi hyvin olla oma vaikutuksensa tähän, mutta se ei silti ole täysin sen luomaa. Vertaamme itseämme suhteessa ihanneminään, ja yritämme ennen kaikkea täyttää hänen odotuksensa, oli kyseessä sitten käyttäytyminen tai ulkonäkö.¹¹⁰ Entä muuttuuko tilanne, jos kohteena on yleisesti ihmisen sijaan nuori? Nuoret ovat herkästi alttiita eri roolimallien vaikutukselle, ja he ihailevat ja voivat ottaa vaikutteita näistä¹¹¹. Kuten jo aikaisemmin luvussa mainitsin, silloin kun omaa identiteettiä vielä etsitään, on ulkoisilla tekijöillä paljon vaikutusvaltaa. Nuoret vertaavat itseään roolimalleihinsa, ja voivat ajatella olevansa riittämättömiä ollessaan erilaisia kun vertailunsa kohteet.¹¹²

109 Naukkarinen 2012, 18.

110 Woodward 2007, 88-89.

111 Schrey 2008, 38.

112 Larrain 2012, 142-145.



KYSELYAINEISTON KÄSITTELY

Tässä luvussa keskityn omaan tutkimukseeni: aineiston järjestämiseen, kyselyn toteuttamiseen sekä vastausten analysointiin. Ensin kerron kyselyaineistoni keräämisestä ja sen vaiheista, ja sen jälkeen syvennyn tulkitsemaan kokoamaani aineistoa sisällönanalyysin avulla.

Valitsin tutkimusaiheeni perusteella kyselyni kohderyhmäksi 13-23-vuotiaat nuoret. En määritellyt vastaajien sukupuolta ennalta, sillä en halunnut saada vastauksia miltään tietyn sukupuolen edustajalta, vaan tahdoin mieluusti mukaan kaikki vastaamaan kiinnostuneet henkilöt. Sukupuoli voisi iän lisäksi tuottaa työlleni odottamattomia ja mielenkiintoisia tuloksia. Sopivan kokoiseksi määräksi vastauksia kuitenkin määrittelin 100 vastausta, sillä arvioin luvun olevan riittävä kertomaan tutkittavasta ilmiöstä tarpeeksi tietoa työlleni.

4.1 Aineiston keruu

Keräsin aineistoni lokakuussa 2017. Ilmoitin kyselystäni seuraavilla Internet-sivustoilla: Suomi24.fi, Cosmopolitan.fi, Kaksplus.fi, Vauva.fi sekä Facebookissa kolmessa eri ryhmässä. Kaikilla sivustoilla viimeistä lukuunottamatta on anonyymejä keskustelupalstoja, joissa sekä julkaisin linkin kyselyyni että kerroin aiheestani lyhyesti saatekirjeen avulla. Saatekirjeellä pystyin kertomaan tietoa kyselystäni, sekä herättämään vastaajien huomion. Valitsin eri sosiaalisen median suosittuja tiedotuskanavia siitä syystä, että kohderyhmäni saattaa sijaita missä tahansa niistä. Pysin saamaan kyselylleni mahdollisimman paljon näkyvyyttä, ja siitä syystä valitsin kattavasti erilaisia paikkoja tämän saavuttamiseksi. Kohderyhmäni oli rajattu, joten ainoastaan siihen kuuluneet pystyivät kyselyyni vastaamaan – löysivät he tiedon kyselystä mistä tahansa julkaisupaikasta. Useilla keskustelupalstoilla alkuperäisestä aiheesta tai kohdeyleisöstä huolimatta keskustellaan hyvin laaja-alaisista aiheista, ja sivustoilla vierailevat henkilöt voivat olla minkä ikäisiä tahansa. Halusin ottaa nämä asiat huomioon levittäessäni tietoa, enkä siitä syystä laittaa kyselyäni ainoastaan nuorille tarkoitetuille foorumeille. Eri sivustoilta voi myös löytyä erilaisia vastaajia, jolloin tutkimustuloksista voi tulla kattavammat. Kyselyni oli avoimena Webropol-palvelussa kaksi vuorokautta, jonka aikana se avattiin yhteensä 2786 kertaa. Kun vastauksia tuli 100 kappaletta, kysely sulkeutui.

Kyselylomakkeeni (liite 1.) sisälsi alun taustoittavien kysymysten lisäksi ainoastaan avokysymyksiä. Valmiit vastausvaihtoehdot olisivat saattaneet johdatella vastaajaa tiettyyn suuntaan, ja vastausvaihtoehdoista olisi voinut lisäksi puuttua jotain vastaajien mielestä oleellista. En myöskään olisi saanut niiden avulla tarpeeksi kattavaa aineistoa laadullisen tutkimuksen kannalta, ja tutkimuksen tulos olisi voinut jäädä siitä syystä pinnalliseksi. En määrittänyt mitään kysymystä vastaajalle pakolliseksi, sillä se olisi saattanut vähentää vastaamaan kiinnostuneiden halukkuutta osallistua mukaan.

Yleisenä ohjeena kyselylomakkeen luomiselle oli, että kysymysten tulisi edetä loogisessa järjestyksessä, ja eri aihepiirit kannattaisi käsitellä omina ryhminään teemoittain. Kysymysten tulisi olla mahdollisimman lyhyitä, ytimekkäitä ja helpos-

ti ymmärrettäviä. Lisäksi kysely kannattaisi aloittaa helpommilla kysymyksillä, ja jättää vaikeammat sen loppupuolelle. Vaikeat kysymykset antaisivat paljon tietoa, mutta samaan aikaan vastausprosentti helposti vähenisi niiden kohdalla.¹¹³

Tutkimuskirjallisuudesta saamiani kyselynlaatimisohteita apuna käyttäen teemotelin kysymykseni aihepiirien mukaan eri osioihin, ja tätä kautta kyselyyni syntyi taustatietojen lisäksi kolme kategoriaa: ihanneminä, ihanneminä ja haaveet, sekä pukeutuminen ja haaveet. Aloitin kyselyni yleiseen tapaan taustoittavilla kysymyksillä pyytäen vastaajien ikää, koulutusta ja sukupuolta. Ne valmistelivat kyselyyn osallistujia aiheeseen, ja niiden avulla sain tarpeellista tietoa osallistujista ja heidän sosiaalisesta elinympäristöstään.¹¹⁴ Halusin pitää kyselyni niin tiiviinä kuin mahdollista, jotta siihen olisi helppo vastata. Liian pitkää lomaketta täytettäessä vastaajan keskittyminen alkaa usein loppua kohden huveta, ja kysymyksiin saatetaan tästä syystä vastata turhan niukasti. Tällöin myös tutkimuksen luotettavuus voi kärsiä.¹¹⁵

Ennen kyselyn levittämistä tein siitä tutkimukseni ohjaajalle ja opponentilleni kommentoitavaksi eri versioita. Testasin kyselyä Pro gradu -tutkimuksen suorittaneilla läheisilläni, jotta sain muokattua lopullisesta lomakkeesta mahdollisimman hyvän ja vastaajille helposti ymmärrettävän. Kritiikin ansioista pystyin muuttamaan puutteellisia, epäoleellisia tai hankalasti avautuvia kysymyksiä parempiin, ja yhdistämään joitain yhteen tehden lomakkeesta hieman lyhyemmän. Lisäksi pohdin tarkkaan jokaisen kysymyksen kohdalla, miten niistä on hyötyä tutkielmalleni, ja kuinka ne vastaavat tutkimuskysymyksiini. Vastaajieni iän ja koulutustason vuoksi oli minun kysymyksiä laatiessani huomioitava myös sanavalinnat ja asioiden ilmaiseminen osallistujille ymmärrettävällä tavalla.

113 Ronkainen, Karjalainen & Mertala 2008, 37.

114 Valli 2007, 103.

115 Valli 2007, 104-105.

4.2 Aineiston analyysi

Tässä luvussa esittelen, kuinka suoritin kyselyaineistoni analysoinnin. Käsittelin aineistoani sisällönanalyysin avulla, ja kerron tässä vaihe vaiheelta, kuinka etenin aineistoni analysoimisessa.

Ensimmäinen vaihe

Kyselyaineiston käsittelyn aloitin tallentamalla kaikki yksittäiset vastaukset tiedostoiksi tietokoneelleni. Samalla karsin pois lomakkeet, jotka oli syystä tai toisesta jätettävä tutkimukseni ulkopuolelle: kolmen vastaajan ikä ei kuulunut rajaukseni sisälle, ja neljä vastaajaa oli lähettänyt tyhjän lomakkeen. Tämä jätti jäljelle 93 vastausta, joita pystyin käyttämään aineistona tutkielmassani. Kokonaisuudessaan vastauksia tuli yhteensä 86 sivua.

Tallensin vastaukset yksittäisten lomakkeiden lisäksi opiskeluasteen mukaan neljään eri tekstitiedostoon: yläaste, lukio ja ammattikoulu, yliopisto ja ammattikorkeakoulu sekä ei opiskelupaikkaa. Kaikkien osallistujien vastaukset näkyvät näissä eri tiedostoissa peräkkäin kysymysten alla. Tämän jälkeen merkkasin jokaisen vastaajan kommentit erottumaan muista käyttämällä esimerkiksi merkkiä v1 vastaaja numero yhden kohdalla, v2 vastaaja numero kahden kohdalla ja niin edelleen eri väreillä esittämään jokaista vastaajaa. Kun lainaan nuorten kommentteja tekstissäni, käytän heistä näitä samoja merkintöjä, eli esimerkiksi v1.

Toinen vaihe

Kun olin saanut aineistoni jäsenneltyä tähän selkeästi käsiteltävään muotoon, aloitin sisällönanalyysin toisen vaiheen, koodaukseen. Tämän vaiheen voi periaatteessa suorittaa parhaaksi näkemällänsä tavalla¹¹⁶. Kävin aineiston kokonaisuudessaan läpi ja merkitsin ne asiat, jotka kiinnostivat minua tutkimus-

116 Tuomi & Sarajärvi 2009, 92.

tehtäväni tavoitteiden mukaan. Kun olin saanut kaikkien yksilöiden vastauksen merkattua mainitsemiini neljään koulutusasteen mukaan jaettuun tekstitiedoston, aloin käydä yksittäisiä vastauksia läpi, ja korostaa lihavoimalla teksteistä tutkimukseni kannalta tärkeitä kommentteja. Tämän jälkeen erotin kyseiset kommentit erilleen muusta tekstistä. Loin jokaisesta kysymyksestä uuden tekstitiedoston, joihin keräsin kommentit niin, että jaoin vastaukset iän ja opiskelupaikan perusteella kuuteen eri luokkaan aineiston selkeyttämiseksi. Nämä luokat ovat seuraavat: *yläaste 13-15-vuotiaat, lukio/ammattikoulu 16-19-vuotiaat, lukio/ammattikoulu 20-23-vuotiaat, yliopisto/ammattikorkeakoulu 18-20-vuotiaat, yliopisto/ammattikorkeakoulu 21-23-vuotiaat, sekä ei opiskelupaikkaa 18-21-vuotiaat*. Tällä tavoin pystyin myös helpommin näkemään eroja tai yhtäläisyyksiä samankaltaisissa sosiaalisissa ympäristöissä elävien, mutta eri ikäisten vastaajien välillä. Eri luokat näkyvät selkeästi myöhemmin esiintyvissä taulukoissa 1. (*ihanneminän kuvailu*), 2. (*ihanneminään vaikuttavat asiat*) ja 3. (*haaveet pukeutumisen suhteen*).

Kolmas vaihe

Sisällönanalyysin seuraavassa vaiheessa aineistoa luokitellaan, teemoitellaan tai tyypitellään¹¹⁷. Päädyin luokittelemaan ja teemoittelemaan siitä syystä, että ne yhdistettynä toimivat omassa aineistossani paremmin kuin kumpikaan niistä yksinään. Luokittelussa aineistosta etsitään luokkia ja lasketaan, kuinka monta kertaa mikäkin niistä esiintyy siinä. Teemoittelussa on kyse kvalitatiivisen aineiston lohkomisesta ja ryhmittelystä eri teemojen mukaan. Tämä mahdollistaa tiettyjen aihepiirien esiintymisen vertailun aineistossa, ja siinä painottuu vastauksissa se, mitä aiheista on sanottu. Aineiston voi ensin jakaa ryhmiin esimerkiksi vastaajien iän ja sukupuolen mukaan, ja aloittaa todellisen teemoittelun vasta sen jälkeen.¹¹⁸ Tämän vaiheen tein jakaessani vastaukset eri kategorioihin iän ja opiskelupaikan perusteella. Aineistoni laajuuden vuoksi en pystyisi keskittymään niin tarkasti joka ikiseen vastaukseen, kuin teemoittelussa olisi tarpeen, mutta pelkkä luokittelu taas jättäisi aineistoni käsittelyn vajaaksi.

117 Tuomi & Sarajärvi 2009, 92.

118 Tuomi & Sarajärvi 2009, 93.

Lyhyesti kerrottuna muokkaamani versio eteni seuraavalla tavalla: Muokkasin luokittelua teemoittelun avulla niin, etten merkannut yksittäisiä vastauksia taulukkoon ja laskenut niiden esiintymismäärää, vaan liitin väreillä korostamani usein esiintyvät ja samankaltaiset aiheet suoraan yhteen. Siirsin ne taulukkoon kuvaamalla niitä joko yhden tai muutaman sanan avulla. Niiden kysymysten kohdalla, joissa taulukoiminen ei syystä tai toisesta ollut mahdollista, korostin ainoastaan vastauksista yhtäläisyyksiä. Tämän jälkeen tutkin päätutkimuskysymykseeni suoraan liittyviä kysymyksiä teemoittelun tavoin keskittymällä siihen, mitä vastauksissa aiheesta on sanottu.

Aloitin luokittelun teemojen etsimisellä vastauksista joko vaihtamalla fontin väriä tai korostamalla eri värein teksteistä usein esiintyviä aiheita tai yksittäisiä sanoja. Näin sain erotettua ja selkeytettyä vastauksista tarvitsemaani tietoa. Koska tutkimukseni on laadullinen eikä määrällinen, ei tarkoilla lukumäärillä ole merkitystä tutkielmani kannalta. Vastaukset saattoivat kysymyksestä riippuen erota keskenään todella paljon, eivätkä kaikki niissä mainitut aiheet olleet tärkeitä tutkimukseni kannalta. Tämä johtuu siitä, että ne eivät aina vastanneet kysymyksiini tarkoittamallani tavalla, vaan vastaukset saattoivat liittyä johonkin tutkimukseni ulkopuolella olevaan asiaan. Käsittelin yleisesti kaikkien kysymysten kohdalla aiemmin mainitsemaani kuutta kategoriaa. Kyselyn alussa olleet taustoittavat kysymykset olivat numerot yksi, kaksi ja kolme, jolloin ensimmäinen avovastauksen vaatinut kysymys oli järjestykseltään neljäs. Tein kysymyksistä neljä, viisi ja kahdeksan taulukot, joihin siirsin vastauksissa selkeästi toistuvat teemat. Muista kysymyksistä taulukoita ei pystynyt tekemään, sillä kysymykseen kuusi nuoret antoivat vastauksia hyvin eri tavoin, jolloin selkeitä taulukoitavia teemoja ei syntynyt. Kohtiin seitsemän ja yhdeksän useat vastaajat antoivat lähinnä joko kyllä- tai ei-vastauksen, ja näitä ei siitä syystä ollut järkevää taulukoida. Taulukoista ei näiden kolmen kysymyksen kohdalla olisi ollut apua vastausten selkeyttämiseksi.

Taulukoista löytyy vastaukset kustakin ikäkategoriasta kolmeen kyselyssä esitettyyn kohtaan, jotka ovat ihanneminän kuvailu (taulukko 1.), ihanneminään vaikuttavat asiat (taulukko 2.) sekä haaveet pukeutumisen suhteen (taulukko 3.). Käsittelen aineistoani seuraavaksi eritellen kaikki kysymykset omien otsikoidensa alle. Koska lomakkeen alun taustoittavat kohdat olivat numerot yksi, kaksi ja kolme,

on tästä johtuen kyselyn ensimmäinen avovastauksen vaativa kysymys numero neljä, jonka käsittelystä lähdän liikkeelle.

Kysymys numero 4.

”Millainen on ihanneminäsi, eli se mielikuva itsestäsi, jollainen haluaisit olla?”

Yläaste 13-15	Lukio / ammattikoulu 16-19	Lukio / ammattikoulu 20-23	Yliopisto / AMK 18-20	Yliopisto / AMK 21-23	Ei opiskelu- paikkaa 18-21
rohkea, itsevarma	rohkea, itsevarma	ystävällinen	rohkea, itsevarma	klassinen tyyli	pukeutuu tyylikkäästi
kaunis	kaunis	varakas	pidemmät hiukset	eloisa, pirteä, iloinen	kaunis
urheilullinen	urheilullinen	hyvin koulutautunut, menestyvä	urheilullinen	hoikempi, pidempi	menestyvä
ystävällinen, mukava	hyvin koulutautunut, menestyvä	urheilullinen	sinut itsensä kanssa	urheilullinen	
	iloinen	iloinen	ahkera, menestyvä	kaunis	
	positiivinen	onnellinen		kaikille mukava	
	luotettava			menestyvä, määrätietoinen	
	sopusuhtainen			älykäs	
	pidemmät hiukset			hauska	
	terve			rohkea, itsevarma	

Taulukko 1. Ihanneminän kuvailu.

Kyselyn taustoittavien kysymysten jälkeen ensimmäinen kysymys koski ihanneminän kuvailua (taulukko 1.). Vastauksia kysymykseen tuli yhteensä 96 kappaletta, joista kolme kuului ikärajauseni ulkopuolelle. Loput 93 vastaajaa vastasivat tähän kysymykseen kuvailemalla ihanneminäänsä. Taulukosta näkee, kuinka suuri osa näistä vastauksista kosketti ihmisen mieltä, käyttäytymistä tai suhtautumista muihin: halutaan olla luotettavia, iloisia, positiivisia ja mukavia. Muun muassa v27 kertoi tästä sanoin: *”Ystävällinen, välittävä, hyvä käytöksinen, rehellinen ja avoin.”* Luonteenpiirteiden lisäksi yksi yhdistävä teema oli urheilullisuus, sekä sen tuoma hyvinvointi ja ulkonäkö. V25 kertoi omasta ihanneminästään näin: *”Eloisa ja iloinen, toisia arvostava ja kunnioittava, pidetty, kiinteän urheilullisen kropan omaava, hyväkuntoiset hiukset, yksinkertainen mutta siisti pukeutumistyyli.”* Ulkoisista piirteistä mainittiin paljon erilaisia yksittäisiä haaveita, mutta yleisesti sana kaunis toistui useassa vastauksessa. Olin odottanut, että monet nuoret olisivat kertoneet haluavansa olla laihempia, mutta yllättäen sopusuhtaisuus tai sinut itsensä kans-

sa oleminen olivat suosituimpia kuvailuja. Esimerkiksi v8 kuvaili ihanneminäänsä seuraavanlaisesti: *”Kaunis, sopivan kokoinen ja sellainen, että olisin itseäni täysin tyytyväinen. Olisin myös positiivinen ja huomioin kaikki tasa-arvoisesti.”* Myös v58:n vastauksessa on näkyvissä samoja teemoja: *”Terve ja kehopositiivinen ihminen, joka jaksaa myös nähdä pientä vaivaa ulkonäkönsä eteen.”*

Lähes kaikissa ikäkatgorioissa ihanneminä oli hyvin koulututtunut, ahkera ja menestyvä. Muun muassa v7 kirjoitti aiheesta: *”Haluaisin olla aina pirteä, energinen ja aikaansaava. Sellainen joka tekee paljon töitä elämässään edistymisen eteen ja menestyy hyvin niin töissä kuin muuallakin. Itsenäinen ja vahva.”* Itsevarmuus ja rohkeus olivat asioita, joita usein toivottiin itselle lisää. Yllätyin vastauksista, että muutamat kokivat jo olevansa heidän oma ajatuksensa ihanneminästään. V69 kuvaili tätä ensin pitkään, mutta päätti vastauksensa lopulta lauseeseen: *”Ihanneminäni olen minä juuri nyt.”* Myös v35 kommentoi ihanneminänsä olevan: *”Tällainen kuin olen.”* Kokonaisuudessaan neljä vastaajaa mainitsi joko olevansa ihanneminänsä, tai olevansa hyvin lähellä ajatustaan ihanneminästään. Päinvastaisia kertomuksia ihanneminästä kirjoitettiin myös. V30 vastasi kysymykseen seuraavasti: *”Sosiaalinen, mukava ja positiivinen. Nykyisen vastakohta. Pitkät hiukset ja kiva vartalo. Tulisni toimeen kaikkien kanssa.”* Yhteensä kaksi nuorta kertoi ihanneminänsä olevan täysin erilainen todelliseen minäänsä verrattuna.

Vastauksissa oli yleisesti yllättävää se, että vain harva mainitsi mitään vaate-tukseen liittyvää, vaikka he tiesivät kyselyn liittyvän oleellisesti pukeutumiseen. Kiteytettynä nuorten ajatukset yhteen on ihanneminä itsevarma, urheilullinen, menestyvä ja iloinen ihminen, joka on kaunis niin sisäisesti kuin ulkoisestikin.

Kysymys numero 5.

”Mitkä asiat vaikuttavat ihanneminääsi?”

Yläaste 13-15	Lukio / ammattikoulu 16-19	Lukio / ammattikoulu 20-23	Yliopisto / AMK 18-20	Yliopisto / AMK 21-23	Ei opiskelu- paikkaa 18-21
ulkonäköpaineet	urheilu	ulkonäköpaineet	sosiaalinen media	kauneusihanteet	sosiaalinen media
omat käsitykseni	julkisuuden henkilöt	sosiaalinen media	lähipiiri	sosiaalinen ympäristö	lähipiiri
urheilu	sosiaalinen media	henkinen hyvinvointi	sosiaalinen ympäristö	muiden hyväksyntä	kauneusihanteet
	kauneusihanteet		itsetunto	lähipiiri	oma hyvinvointi
	lähipiiri			urheilu	
	sosiaalinen ympäristö			itsetunto	

Taulukko 2. Ihanneminään vaikuttavat asiat.

Kysymyksen numero viisi, eli ihanneminään vaikuttavat asiat (taulukko 2.), vastaukset voi tiivistää lähinnä viiteen eri aiheeseen: mediaan, yleiseen kauneusihanteeseen, omaan itseensä, urheiluun sekä sosiaaliseen ympäristöön. Viimeiseen sisältyy sekä oma lähipiiri, että myös muut ihmiset ja yleinen hyväksyntä. V69 vastasi kysymykseen näin: *”Tapa miten minut on kasvatettu, perhe ja ystävät, oma mielikuva itsestäni, ympärillä tapahtuvat asiat ja hyvin paljon oma luonteeni.”* Myös v67 huomioi lähipiirinsä ja itsensä vastauksessaan: *”Todennäköisesti perheeltä opittu elämäntapa (urheilu), hyvä itsetunto ja toisaalta myös ympäröivät ihmiset joilta saa tiedostamattakin vaikutteita niin ulkoiseen olemukseen kuin sisäiseenkin.”* Oman itsensä vaikuttajaksi maininneet kertoivat niin omasta henkisestä ja fyysisestä olostaan, omista käsityksistään kuin myös itsetunnosta.

Julkisuuden henkilöt sekä sosiaalinen media ja sen eri kanavat, kuten Youtube ja Instagram, toistuivat vastauksissa useaan otteeseen. Muun muassa v20 huomasi Instagramin vaikuttaneen häneen: *”Instagramin läpimurron jälkeen olen huomannut ulkoisten vaikutteiden vaikuttavan mielipiteeseeni ihanneminästä paljon. Vertaan itseäni jatkuvasti kaunottariin julkisessa mediassa, vaikka tiedän kuvi-*

en näyttävän vain pienen osan todellisuudesta.” Ulkonäköpaineet tulivat useille sekä sosiaalisen ympäristön että median kautta. V55 kommentoi aihetta lauseella: ”Tämän hetken ulkonäköpaineet, ja sosiaalisesta mediasta saadut ulkonäköpreferenssit.” V17:n vastaus kuvasi niin ikään samoja aiheita: ”Yhteiskunta, some ja median vuorovaikutus. Myös roolimallit ovat avainasemassa.” Samoin v25 oli ihanneminään vaikuttavista asioista samoilla linjoilla: ”Ne piirteet ja ulkoiset seikat jotka toisissa ihmisissä miellyttävät toivoisi saavansa myös itselleen. Varmasti sosiaalinen media ja mainonta ovat vaikuttaneet mielikuvaani siitä millaiseen muottiin kuuluvat ihannoitava vartalo ja kauniit kasvopiirteet.”

Ihanneminään vaikuttavia asioita lyhyesti kerrottuna olivat sosiaalinen ympäristö ja sen aiheuttamat ulkonäköpaineet, sekä media, julkisuuden henkilöt ja yleiset kauneushanteet. Omalla perheellä ja kasvatuksella sekä ystävillä oli myös vaikutuksia nuoren ihanneminään.

Kysymys numero 6.

”Miten haaveidesi ihanneminä vaikuttaa pukeutumiseesi?”

Kun kysymyksen aiheena oli ihanneminän vaikutus omaan pukeutumiseen, aloitti suurin osa nuorista vastauksensa kertomalla ihanneminän vaikuttavan pukeutumiseensa ainakin jollain tasolla. Useat vastaajat kuvailivat ensin nimenomaan vaikutuksen määrää, ja sen jälkeen mahdollisia yksittäisiä vaikutuksen tapoja. Vastauksia kysymykseen tuli yhteensä 93 kappaletta, joista kolme jäi ikärajauskoseni ulkopuolelle, ja joista seitsemän vastaajaa koki, ettei ihanneminä vaikuta pukeutumiseen millään tavalla.

Se, kuinka ihanneminä vaikutti, vaihteli paljon. Yksi yleinen piirre vastauksista kuitenkin korostui: ajan merkitys. Ihanneminällä ei esimerkiksi välttämättä juuri tällä hetkellä ollut osuutta pukeutumiseen, mutta mahdollisesti tulevaisuudessa sillä olisi. Esimerkiksi v53 kirjoitti aiheesta: *”Ei tällä hetkellä juurikaan, mutta yliopistoon päästessä haluaisin muuttaa vaatekaapin sisällön hieman aikuismai-*

semmäksi ja karsia näitä nykynuorison ”muotivaatteita” joita on kertynyt vuosien saatossa.” Moni nuori pyrki ihanneminäänsä kohti vaatevalintojensa kautta. V11 kirjoitti aiheesta: ”Kiinnitän paljon huomiota pukeutumiseeni ja pyrin muokkaamaan pukeutumistani enemmän siihen suuntaan millainen ihanneminäni on.” Niin ikään v83 tähtäsi ihanneminäänsä kohti, vaikkei uskonutkaan voivansa taivoittamaan sitä: ”Yritän tehdä kestäviä valintoja ja suosin käytettyjä ja laadukkaita vaatteita. Pyrin ihanneminääni kohti mutta uskon että en ikinä pysty saavuttamaan sitä. Uskon, että ihanneminän vaikutus pukeutumiseen muuttuu sitä mukaa kun ihanneminä muuttuu.” Ihanneminä oli myös antanut rohkeutta pukeutumiseen. V55 kommentoi: ”Yritän etsiä omaan tyyliini ja vartalolleni sopivia vaatteita. Otan enemmän riskejä pukeutumisessani, kun ajattelen ”ihanneminääni”. Myös v59 oli saanut itsevarmuutta ihanneminästään: ”Uskallan nykyisin pukeutua melkein niin kuin haaveilen, se on vahva pohja omalle tyyliille.”

Ihanneminä vaikutti kyselyyn vastanneiden nuorten pukeutumiseen antamalla suuntaa pukeutumiselle ja nuorille itselleen oikeanlaisten vaatteiden ostamiselle, auttamalla panostamaan omaan ulkonäköön ja antamalla rohkeutta käyttää sellaisia vaatteita kuin he halusivat. Useat vastaajat kertoivat pyrkivänsä ihanneminäänsä kohti. Ihanneminä vaikutti yleisesti ottaen monen vastaajan vaatevalintoihin.

Kysymys numero 7.

”Onko ihanneminäsi auttanut sinua löytämään pukeutumistyylin, johon olet tyytyväinen? Jos ei, uskotko tämän olevan tulevaisuudessa mahdollista?”

Lomakkeen seuraavassa kohdassa oli aiheena kysymys siitä, onko ihanneminä auttanut löytämään mieleisen pukeutumistyylin, tai uskooko tämän olevan mahdollista tulevaisuudessa. Yli puolet kaikista vastaajista koki, että ihanneminä on auttanut heitä löytämään oman tyyliinsä, tai että tyyliä ei ole vielä täydellisyydessään löytynyt, mutta ihanneminästä on silti ollut apua ainakin suunnannäyttäjänä. Yksi tällaisista nuorista oli v1, joka kommentoi: *”Täysin pukeutumistyyliäni en ole vielä löytänyt, mutta jo hieman ja kyllä tuo ihanneminä on siihen paljon auttanut!”*

V41 kirjoitti vastaukseensa: *"Kyllä uskon ihanneminäni olevan syy miksi pukeudun tähän tyyliin. Pukeutumistyyli on muuttunut teinivuosien aikana ja nyt tyyli on enemmän sulautuvaa kuin huomiota herättävä."* V57:n vastasi kysymykseen seuraavalla tavalla: *"Ehkä. Ihanneminäni on "opettanut", ettei minun tarvitse mielistellä ketään tai olla tietynlainen, jotta ihmiset hyväksyisivät minut. Ihanneminäni inspiroi minua haastamaan yhteiskunnassamme sosiaalisesti rakennettuja käsitteitä esimerkiksi siitä, millainen naisen "kuuluu" olla."*

Useimmat niistä, jotka eivät kokeneet ihanneminästä olleen apua pukeutumistyylin löytämisessä, uskoivat silti sen olevan tulevaisuudessa mahdollista. Ainoastaan kolme nuorta ei uskonut tähän ollenkaan. Tämän hetken tilanteesta huolimatta tulevaan suhtauduttiin yleensä siis optimistisesti. Useille vastaajille ihanneminä oli ollut apuna löytämässä oman pukeutumistyylin, tai se oli näyttänyt nuorelle oikeaa suuntaa.

Kysymys numero 8.

”Millaisia haaveita sinulla on pukeutumisesi suhteen?”

Yläaste 13-15	Lukio / ammattikoulu 16-19	Lukio / ammattikoulu 20-23	Yliopisto / AMK 18-20	Yliopisto / AMK 21-23	Ei opiskelu- paikkaa 18-21
oman tyylin löytäminen	rohkeus pukeutumisessa	oman tyylin löytäminen	vain vaatteita, joihin on itse täysin tyytyväinen	klassiset, ajattomat vaatteet	klassiset, ajattomat vaatteet
	oman tyylin löytäminen	vain vaatteita, joihin on itse täysin tyytyväinen	panostus laatuun	oman tyylin löytäminen	panostus merkkituotteisiin
	urheilulliset vaatteet		uskallus pukeutua rohkeammin	tyylikkäästi pukeutuminen	panostus laatuun
	paljon erilaisia vaatteita			panostus laatuun	
	panostus merkkituotteisiin			panostus eettisyyteen	
	vain vaatteita, joihin on itse täysin tyytyväinen				

Taulukko 3. Haaveet pukeutumisen suhteen.

Kyselylomakkeessa ollut järjestykseltään kahdeksas kysymys pukeutumisen haaveista keräsi vastauksiin paljon erilaisia yksittäisiä kuvailuja, mutta myös yhä uudelleen kertautuvia teemoja. Yleinen haave oli oman tyylin löytäminen tai se, että oppisi yhdistelemään vaatteita omaan tyyliin sopivaksi. Esimerkiksi v75 kertoi aiheesta vastauksessaan: *”Haluan oppia yhdistelemään erilaisia vaatteita keskenään ja uskaltaa toteuttaa omaa tyyliäni. Nykyään vaatetukseni on omasta mielestäni tylsäähkö, joten haluan siihen jotain muutosta.”* Niin ikään ainoastaan itseä täysin miellyttävien vaatteiden omistaminen oli useille tärkeää. Tätä kuvasi muun muassa V6: *”Haluan kaapin täyteen vaatteita jotka miellyttävät 100% omaa silmää/tyyliä.”* Myös v82 mainitsi aiheesta vastauksessaan: *”Näyttää hyvältä missä vaan mitä puen päälle, ja omata vaatekaapin missä on vain vaatteita jotka saavat minut tuntemaan itseni kauniiksi ja samalla rentoutuneeksi (eli ei puristavia tai sellaisia vaatteita jotka eivät tunnu muuten hyvältä).”* Myös rohkeus pukeutumisessa tuli esiin haaveista kerrottaessa.

Monet halusivat tuotteiden määrän sijaan panostaa yleisesti laatuun, tai toivoivat voivansa sijoittaa merkkituotteisiin. Tästä kirjoitti vastauksessaan muun muassa

v32: *"Haluaisin saada vielä selkeämmän linjan ja haluaisin panostaa laatuun vielä enemmän. Määrä ei vaatteissa ratkaise enää niin kuin esimerkiksi yläasteella. Laatu on korvannut määrän."* Myös v37 kertoi laadun tärkeydestä vastauksessaan: *"Haluisin panostaa merkkituotteisiin ihan vain laadun takia."* V2 kommentoi aihetta: *"Haluaisin tarpeeksi rahaa että voisin ostaa laadukkaita "staple items" tyyppisiä vaatteita ja laukkuja, kenkiä ym. Yhdistellä kauniita siluetteja ja materiaaleja, olla samaan aikaan klassisen tyylikäs ja ajan hermolla yrittämättä liikaa."* Äskeisessä mainittu klassisuus korostui useissa vastauksissa, kuten myös ajattomien vaatteiden hankinta. V26 vastasi kysymykseen: *"Ajattomuus ja tyylikkääät vaatteet. Ei tarvitse olla kaikkia uusimpia trendivaatteita vaan muutamia ajattomia joita voi yhdistellä erilaisiksi asukokonaisuuksi."*

Yleisimmät haaveet voi tiivistää muutamaankin eri teemaan, jotka näkyvät myös aikaisemmin esitetystä taulukosta (taulukko 3.). Selkein näistä oli oman tyylin löytäminen, ja samaan aiheeseen liittyen ainoastaan itseä miellyttävien vaatteiden omistaminen. Samoin myös rohkeus uskaltaa pukeutua haluamallaan tavalla ilmeni useista vastauksista. Yksittäisiä vaatehaaveita esitettiin useita, mutta panostus merkkituotteisiin ja laatuun korostui monesta vastauksesta.

Kysymys numero 9.

"Toteutatko näitä haaveita? Miksi tai miksi et?"

Kyselylomakkeen viimeinen kohta kysyi nuorilta toteuttavatko he edellisessä kysymyksessä mainitsemiaan pukeutumisen haaveita. Monet kertoivat toteuttavansa haaveitaan pikkuhiljaa, tai pyrkivänsä toteuttamaan niitä aina kuin mahdollista. V4 kertoi haaveiden toteuttamisen syyksi pyrkimyksensä olla persoonallinen: *"Toteutan koska haluan löytää ihan oman tyylini enkä olla liian samanlainen kuin muut."* V78 taas kirjoitti: *"Itsensä ilmaiseminen pukeutumisella on tärkeää, koska oikeanlaisella pukeutumisella voin jäädä ihmisten mieleen eikä se ole negatiivinen asia. Yritän toteuttaa näitä haaveita parhaani mukaan, enkä muokkautua muitten mukaan liikaa."*

Rahalla oli erittäin painava rooli toiveiden täyttämisen suhteen. Tämä vastaus oli odotettavissa, eikä se yllättänyt laisinkaan. Aiheesta kertoi esimerkiksi v56: *”Yrittän parhaani mukaan, mutta harvoin minulla on varaa haaveilemani vaatteisiin.”* Oma taloudellinen tilanne ei kuitenkaan ollut ainoa syy, miksi haaveita ei aina toteutettu. Pari nuorta kertoi, etteivät he toteuta haaveitaan muun muassa siksi, etteivät muut hyväksyisi pukeutumistyyliä. Aiheesta kirjoitti v91: *”En pukeudu koska minusta tuntuu ettei nykyään saa erillaisuudesta mitään hyvää palautetta että on vain parempi mennä massan mukana.”* Muutamassa kieltävässä vastauksessa oli taustalla nykyinen elämäntilanne: haaveiden vaatetus olisi liian hieno tai huomiota herättävä käytettäväksi arjessa, tai itseään ei tunnettu vielä tarpeeksi rohkeaksi käyttämään tällaisia vaatteita. Yksi vastaajista ei tehnyt toiveitaan todeksi, koska koki, ettei hän ansaitse käyttää haaveidensa vaatteita.

Haaveiden toteuttamisen estämiseen vaikutti yleisimmin nuoren oma taloudellinen tilanne, sosiaalinen ympäristö ja muiden ihmisten mielipiteet, sekä rohkeus pukeutua haluamallaan tavalla. Haaveita toteutettiin, koska se auttoi vastanneita nuoria pääsemään lähemmäksi ihanneminää, ja sen avulla yritettiin löytää omaa pukeutumistyyliä. Suurin osa pyrki toteuttamaan haaveitaan aina kun se oli mahdollista.

Teemoittelu

Keskityn seuraavaksi käsittelemään lomakkeista kahden yksittäisen kysymyksen yhteyttä toisiinsa, sillä ne tuottavat vastauksia päätutkimuskysymykseeni. Käsittelem vastaaajilta kysymyksiä kuusi (*Miten haaveidesi ihanneminä vaikuttaa pukeutumiseesi?*) ja seitsemän (*Onko ihanneminäsi auttanut sinua löytämään pukeutumistyylin, johon olet tyytyväinen? Jos ei, uskotko tämän olevan tulevaisuudessa mahdollista?*). Näiden kysymysten suhde toisiinsa kertoo parhaiten ihanneminän ja pukeutumisidentiteetin keskinäisestä yhteydestä, kun taas muut kysymykset liittyvän enemmän alatutkimuskysymyksiin. Yhteensä kaikista sadasta lomakkeesta jäi 40 vastausta tämän analyysivaiheen ulkopuolelle, sillä kaikki kyselyyn osallistuneet eivät joko vastanneet kysymyksiin laisinkaan tai vastasivat aiheen ulkopuolelta, neljä lomaketta oli täysin tyhjää ja kolme vastausta kuului

ikärajaukseni ulkopuolelle. Tutkittaviksi lomakkeiksi jäi jäljelle yhteensä 60 nuoren vastaukset.

Käsiteltävistä 60:stä vastauksesta puolet eli 30 vastausta kertoi positiivisesti ihanneminän vaikuttavan pukeutumiseensa, ja että ihanneminä on myös auttanut löytämään itselle mieleisen pukeutumistyylin. V11 kertoi ihanneminänsä vaikutuksesta pukeutumiseensa vastauksissaan: *”Kiinnitän paljon huomiota pukeutumiseeni ja pyrin muokkaamaan pukeutumistani enemmän siihen suuntaan millainen ihanneminäni on. – – Vielä vuosi sitten en olisi voinut kuvitella pukeutuvani oikeasti hameisiin ja mekkoihin, sillä tuntui etteivät ne sovi vartalolleni. Kuitenkin rohkeasti kokeiltuani erilaisia yhdistelmiä, tuntuvat ne nykyään juuri minulle sopivilta.”* Niin ikään v80 koki ihanneminästään olevan apua: *”Voin pukeutua rohkeammin ja vaatteisiin joista pidän ilman huolta. Kyllä se [ihanneminä] antaa kokoajan suuntaa pukeutumiselleni.”* Myös v12 kertoi vastauksissaan aiheesta: *”– – tällä hetkellä yritys pukeutua esim värikkäämpiin ja tällä hetkellä enemmän muodissa oleviin vaatteisiin. Osittain [on auttanut] mutta varmaan vaikuttaa tulevaisuudessa enemmän. Ihanneminä toki vaikuttaa jollain tapaa pukeutumiseen koko ajan, jopa varmaan hieman tiedostamatta.”*

Vain kolme vastaajaa koki, ettei ihanneminä vaikuta heidän vaatevalintoihinsa, eikä se ole myöskään auttanut löytämään omaa pukeutumistyyliä. 20:n nuoren vastaukset kertoivat joko osittaisesta ihanneminän vaikutuksesta tai pukeutumistyylin löytämisestä, tai esitettyjen kysymysten vastaukset olivat keskenään hieman ristiriitaiset – muutama kertoi, ettei ihanneminä vaikuttanut heidän pukeutumiseensa laisinkaan, mutta se oli silti auttanut löytämään itselle mieluisan pukeutumistyylin.

Seitsemään nuoreen ihanneminä ei vaikuttanut välttämättä tällä hetkellä pukeutumisen kannalta ollenkaan, mutta heillä oli uskoa siihen, että tulevaisuudessa ihanneminästä olisi paljon enemmän apua. V40:n vastauksessa näkyy ajatus tulevaisuudesta: *”Tällä hetkellä vähän, tulevaisuudessa enemmän. Nyt pyrin vielä hulluttelemaan erilaisilla asuilla ja tyyleillä. [Ihanneminä] on auttanut löytämään tyylin mihin haluan pukeutua noin. 25-30vuotiaana.”* Kyseisistä vastauksista useaan vaikutti paljon nykyiset olosuhteet tai oma taloudellinen tilanne.

Vastauksista oli mielenkiintoista lukea, kuinka useat nuoret olivat huomanneet saavansa käyttämistään vaatteista itsevarmuutta, tai kuinka ihanneminästä on ollut apua heille itselleen. V55 mainitsi, että: *”Otan enemmän riskejä pukeutumissani, kun ajattelen ’ihanneminääni’.*” V42 koki ihanneminän vaikuttavan hänen omiin vaatevalintoihinsa: *”Hän auttaa minua jäsentämään sitä ja tajuamaan, että pukeutumiseni todella kuvastaa minua.”* Kaikki nuoret eivät kokeneet ihanneminän vaikuttavan heidän vaatevalintoihinsa, mutta yleinen ajatus haavemaailman merkityksestä omaan sisäiseen tai ulkoiseen oloon oli positiivinen. Ihanneminästä koettiin olevan apua joko nyt tai myöhemmin tulevaisuudessa.

Ihanneminä oli vaikuttanut monen kyselyyn vastanneen nuoren pukeutumiseen myönteisesti, ja myös auttanut heitä löytämään heille itselleen sopivan pukeutumistyylin. Osa nuorista mainitsi saavansa rohkeutta ihanneminästä oman identiteettinsä ulkoiseen esittämiseen. Ihanneminää kohti pyrittiin, vaikka kaikki eivät uskoneetkaan pystyvänsä sitä saavuttamaan.

4.3 Kyselyn tulokset

Jäsenen seuraavaksi kyselyn tuloksia kolmen eri otsikon alla, jotka ovat *ihanneminä*, *ihanneminä ja pukeutumisidentiteetti* sekä *pukeutumisen haaveet*. Näin kaikki eri aihealueet ovat loogisesti järjesteltyinä, mikä helpottaa tulosten tarkastelua tutkimuskysymysten kannalta.

Ihanneminä

Yhdistäviä kuvailuja ihanneminästä kaikkien nuorten kommentit huomioon otettuina löytyi. Suuri osa vastauksista kosketti ihmisen luonteenpiirteitä ja ominaisuuksia ulkoisen olemuksen sijaan. Ihanneminä oli ahkera ja korkeasti koulutettu, sekä urheilullinen ja sinut itsensä kanssa. Ihanneminä oli myös itsevarma, ja kaunis niin ulkoisesti kuin sisäisestikin. Useimmilla oli selkeä käsitys siitä, millainen heidän haavemaailmassaan elävä parempi minä on, ja tätä henkilöä myös kuvailtiin monien adjektiivien avulla.

Ihanneminän ymmärrettiin useimmiten olevan sekä sisäisten että ulkoisten vaikutusten muokkaama. Siihen ja sitä kautta myös nuoreen vaikuttavia asioita olivat lyhyesti kuvattuna muut ihmiset ja yleinen hyväksyntä, oma perhe ja ystävät, urheilu sekä median kauneusihanteet. Erityisesti sosiaalisen median visuaaliseen tuotantoon keskittyneet kanavat Instagram ja Youtube, sekä julkisuudesta tutut henkilöt toistuivat useissa eri vastauksissa ihanneminään vaikuttavina asioina. Ulkonäköpaineet tulivat sekä näitä väyliä pitkin, että myös sosiaalisen ympäristön vaikutuksesta. Oma itsetunto, sekä henkinen ja fyysinen hyvinvointi vaikuttivat monen ihanneminään.

Ihanneminä ja pukeutumisidentiteetti

Ihanneminällä koettiin olevan vaikutus nuoreen itseensä pukeutumisen kautta. Tämä henkilö oli auttanut useita nuoria joko löytämään itselle sopivan tyylin, tai ainakin näyttänyt heille oikeaa suuntaa. Ihanneminä auttoi ohjaamalla pukeutumista nuorelle oikeaan suuntaan, ja keskittymään vaatetuksessa omaan tyyliin ja oman persoonansa esittämiseen ulkoisesti. Ihanneminä rohkaisi nuoria käyttämään sellaisia vaatteita kuin he haluavat välittämättä muiden ihmisten mielipiteistä, ja panostamaan omaan ulkonäköön sen verran, että on itse siihen tyytyväinen ja kokee saavansa siitä itsevarmuutta. Ihanneminä rohkaisi kokeilemaan ja käyttämään erilaisia vaatteita oman tyylin löytämiseksi. Se myös ohjasi vaatteiden ostamista omien haaveiden mukaisiksi muun muassa keskittymällä laatuun, ajattomiin vaatteisiin tai tiettyihin väreihin. Kielteisestikin ihanneminän vaikutuksen tällä hetkellä kokeneet vastaajat uskoivat, että ihanneminästä olisi apua tulevaisuudessa. Moni nuorista myös pyrki ihanneminäänsä kohti. Yleisesti ottaen ihanneminä koettiin positiivisena asiana elämässä.

Pukeutumisen haaveet

Pukeutumisessa yleisesti oli vastaajilla haaveena oman tyylin löytäminen, sekä ainoastaan itseä täysin miellyttävien vaatteiden omistaminen. Monet halusivat tuotteiden määrän sijaan panostaa laatuun, tai toivoivat voivansa sijoittaa merkkituotteisiin. Myös rohkeus pukeutumisessa tuli esiin haaveista kerrottaessa: halut-

tiin uskaltaa käyttää sellaisia vaatteita kuin ihanneminä käyttäisi. Pukeutumisen haaveita toteutettiin mahdollisuuksien mukaan. Haaveille ei aina pystytty tekemään mitään muun muassa oman elämäntilanteen, rohkeuden tai yhteisen hyväksynnän vuoksi. Selkeästi syistä vei voiton kuitenkin oma taloudellinen tilanne – haaveita toteutettaisiin useammin, mikäli siihen vain olisi varaa. Haaveita pyrittiin toteuttamaan, sillä nuoret kertoivat sen auttavan heitä pääsemään lähemmäksi omaa ajatustaan ihanneminästä. Suurin osa vastaajista yritti toteuttaa pukeutumiseen liittyviä haaveita aina kun siihen tuli mahdollisuus.



JOHTOPÄÄTÖKSET

Tässä luvussa käsittelen Pro gradu -tutkimukseni johtopäätöksiä kokonaisuudessaan. Vertaan oman kyselyni tuloksia aikaisemmin tutkittuun tietoon, ja tarkastelen muun muassa edellisen luvun aineiston analyysin tuloksia. Lisäksi vastaan tutkimukseni alussa esitettyihin tutkimuskysymyksiin. Näiden jälkeen luvussa kuusi keskityn pohtimaan tutkimustani sekä sen suhteen tekemiäni valintoja kriittisesti.

Luvussa kolme toin esiin ajatuksen, että länsimainen kulttuuri olisi ajan myötä reilusti estetisoitunut. Tällä tarkoitetaan sitä, että esimerkiksi kauneus olisi koko ajan tärkeämpi yhä useammalle henkilölle.¹¹⁹ Myös omassa aineistossani tämä tuli esiin. Kun kyselyssä on aiheena pukeutuminen ja haaveet, on toki luonnollista, että myös vastauksissa mainitaan paljon ulkonäköön liittyviä asioita. Toisaalta useisiin kysymyksiin olisi voinut vastata myös ilman ulkonäköön liittyviä ajatuksia, ja ihanneminää kuvailtaessa tällaisia kommentteja tulikin yllättävän paljon. Yksityiskohtaiset kuvailut ihanneminän ulkonäöstä sekä maininnat häneen vaikuttavista asioista silti puoltavat estetisoitumista.

119 Naukkarinen 2012, 18.

Hypoteesinani oli, että nuorten ihailemat henkilöt vaikuttaisivat heidän omaan haavemaailmaansa paljon. Tähän ajatukseen voidaan liittää sekä median esittämät ihanteet että lähipiirin roolimallit. Silloin kun identiteettiä vielä etsitään, se on hyvin haavoittuvainen tällaisia ulkoisia tekijöitä kohtaan¹²⁰. Kyselyn perusteella oletukseni esikuvista oli totta, mutta nuorten ihailemat ihmiset eivät olleet läheskään ainoa haavemaailmaan vaikuttava asia. Ihanneminä muokkautui myös muun muassa itsetunnon, oman hyvinvoinnin ja yleisesti sosiaalisen ympäristön vaikutuksesta. Lähipiirillä ja sosiaalisella medially oli silti yleisesti ottaen suurin merkitys ihanneminään. En kysynyt lomakkeessani sitä, kuinka paljon ulkoiset tekijät vaikuttivat nuoreen itseensä, koska se ei kuulunut tutkimuskysymyksiini. Tästä syystä en myöskään saanut tähän suoraa vastausta. Kyselyn kommenteita pystyi silti päättämään, että se mitä Woodwardin tutkimus aikaisemmin esitti toteutuisi myös omassa kohderyhmässäni: Median luomat kauneusihanteet ovat näkyvä osa elämäämme, mutta näillä ei ole välttämättä suoraa vaikutusta meihin. Emme yritä tavoitella täydellisiä esikuvia, vaan meillä on sen sijaan jokaisella olemassa omat ihanneminät joiksi tähtäämme ja joihin vertaamme itseämme.¹²¹ Kyselyni perusteella esikuvat kuitenkin vaikuttavat tähän henkilöön.

Pukeutumiseen liittyvät haaveet koskivat lähinnä itselle sopivan tyylin löytämistä, laadukkaiden tuotteiden omistamista sekä rohkeutta pukeutumisessa. Useat halusivat itselleen vaatekaapin, jonka sisältöön he olisivat täysin tyytyväisiä ja jossa ei olisi laisinkaan käyttämättä jääneitä vaatteita. Ihanneminä inspiroi pukeutumaan paremmin ja oman tyylin mukaisesti, mutta kaikkia tällaisia vaatteita ei vielä syystä tai toisesta käytetty. Positiivisesti mielletyt mutta käyttämättä jääneet vaatteet kertovat usein siitä, mitä tahtoisimme pukeutumisemme kautta olla, mutta mitä emme ole vielä saavuttaneet. Pidämme usein tällaisia vaatteita odottamassa, että kasvamme niiden odotuksia vastaaviksi.¹²² Aikaisempiin tutkimustuloksiin verraten myös kyselyssäni muutama nuori vastasi, on tällaiset vaatteet hankittu ihanneminä mielessä pitäen, mutta niille aika ei ole vielä kypsä. Haaveiden minä taas käyttäisi niitä itsevarmasti. Pukeutumisen haaveista pyrittiin silti tekemään todellisuutta mahdollisuuksien mukaan. Yksittäisten vaatehaaveiden toteuttaminen oli lähinnä kiinni rahasta, kun taas usein koko tyyliin liittyvät asiat olivat riippuvaisia omaa rohkeudesta, nykyisestä elämäntilanteesta tai sosiaalisesta hyväksynnästä.

120 Larraín 2012, 142.

121 Woodward 2007, 88-89.

122 Banim & Guy 2001, 211.

Kerroin jo aikaisemmin luvussa kolme, että pukeutumisessamme on aina mukana sosiaalista painetta¹²³. Yritämme miellyttää pukeutumisellamme oman itsemme lisäksi myös monia muita henkilöitä, olivat he sitten osa lähipiiriämme tai yleisesti kulttuuriimme kuuluvia yksilöitä. Nämä ihmiset ja heidän vaikutuksensa meihin ovat omien mieltymystemme lisäksi ne asiat, jotka vaikuttavat pukeutumiseemme¹²⁴. Sosiaalinen ympäristö näkyi kyselyni vastauksissa selvästi. Kulttuurillamme on meihin paljon vaikutusta, ja oman identiteetin kehittyminen on sosiaalinen prosessi¹²⁵. Samoin on myös osittain pukeutumisidentiteetin muodostuminen.

Mikä on sitten haavemaailman rooli pukeutumisidentiteetin kehityksessä? Ihanneminä on auttanut useita kyselyni nuoria löytämään heille itselleen mieluisan pukeutumistyylin. Tämä haavemaailman henkilö antoi suuntaa vaatevalinnoille ja vaikutti nuorten ulkoiseen olemukseen muun muassa rohkaisemalla käyttämään itselle mieleisiä vaatteita, sekä olemaan välittämättä muiden mielipiteistä. Ihanneminä auttoi ohjaamaan pukeutumista oikeaan suuntaan ja esittämään omaa persoonaa ulkoisesti. Se myös opasti monia vaatteiden ja asusteiden oston yhteydessä kehottamalla keskittymään omaan tyyliin. Itseä miellyttävien vaatevalintojen ansioista nuoret saivat vaatteista voimaa ja itsevarmuutta. Osa nuorista mainitsi myös ottavansa enemmän riskejä silloin, kun he ajattelivat ihanneminäänsä. Vain muutama vastaaja koki, ettei ihanneminä vaikuta heidän pukeutumiseensa tai ettei hänestä ole apua pukeutumisidentiteetin muodostuksessa. Ihanneminä ei vaikuttanut kaikkiin vastaajiin tällä hetkellä vaatetuksen kannalta ollenkaan, mutta monella oli silti uskoa siihen, että hänestä olisi tulevaisuudessa paljon apua. Näihin vastauksiin vaikutti nykyinen elämäntilanne ja sen olosuhteet. Moni nuorista pyrki ihanneminäänsä kohti, ja yleinen ajatus haavemaailman merkityksestä omaan sisäiseen tai ulkoiseen oloon oli myönteinen. Sosiaalisen ympäristömme vaikutteiden lisäksi pukeutumisidentiteettimme rakentumista ohjailee myös haavemaailma.

Käsittelen vielä lopuksi hieman luvussa 2.4 esittelemääni viitekehystä tutkimuksessa ilmenneiden tulosten kautta. Viitekehysten ulkokaarella sijainnut aika nousi tärkeään rooliin nuorten vastauksissa, ja eritoten ajan käsitteeseen kuuluva

123 Entwistle 2015, 15.

124 Woodward 2007, 90, 93.

125 Koskennurmi-Sivonen 2012b, 74.

tulevaisuus. Todellisen maailman nuoreen vaikuttavat asiat, eli taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen ympäristö sekä esikuvat tulivat kaikki myös laajasti edustetuiksi kyselyn vastauksissa. Muun muassa ihanneminään vaikuttaviksi asioiksi kerrottiin niin kauneusihanteiden ja sosiaalisen median, kuin myös oman lähipiirin ja yleisesti sosiaalisen ympäristön vaikutuksen. Kulttuurinen näkökulma jäi pienemmältä kannalta edustetuksi kuin muut todellisen maailman ympäristöt, mutta esimerkiksi yhteiskunta mainittiin muutamissa vastauksissa.



POHDINTA

Keksityn tässä viimeisessä luvussa pohtimaan koko Pro gradu -työtäni ja sen eri vaiheita: metodin valintaa, kyselyn keräämistä, analyysivaiheiden soveltumista, kysymysten onnistumista, tutkimuksen tuloksia sekä aineiston riittävyyttä. Mikä onnistui ja mikä meni pieleen? Mitä tutkimuksessa olisi voinut toteuttaa paremmin? Keskityn miettimään työni aikana tekemiäni valintoja kriittisesti. Työn yksittäisten osasten käsittelyn jälkeen pohdin vielä lopuksi tutkielmaani kokonaisuutena.

Kun julkaisin kyselyni Internetissä, odotin että vastauksia tulisi tasapuolisesti sekä usean eri ikäisiltä että myös eri sukupuolta edustavilta nuorilta. Todellisuus ei täysin vastannut oletuksiani: suurin osa kaikista osallistujista oli täysi-ikäisiä ja vain yhtä henkilöä lukuun ottamatta kaikki osanottajat olivat naisia. Vastajat eivät siis sopineet lähtökohtaisiin oletuksiini. Heidän kauttaan sain joka tapauksessa tutkimukselleni tuloksia, vaikkei alkuperäinen kohderyhmäni tullutkaan koko laajuudeltaan edustetuksi.

Ikäjakautani olisi voinut laittaa laajemmaksi kuin mitä se oli. Sen olisi myös voinut määritellä eri tavalla, esimerkiksi iän sijaan laittamalla perustelun rajoitukseen koulutusasteen mukaan – vaikka ulottumaan yläasteelta yliopisto-opiskelijoihin saakka. Kohteenani olisi silti pysynyt yleisesti ottaen sama ryhmä eli nuoret. Aikomukseni oli kyselyn suunnitteluvaiheessa selvittää, näkyykö nuorissa iän kasvaessa pukeutumisen ja haavemaailman välillä selvää muutosta. Tarkoitukseni oli myös vertailla eri ikäluokkien tuloksia keskenään. Kumpaan näistä en valitettavasti saanut selkeää vastausta, sillä mahdollisella omalla opiskelupaikalla tai iällä ei näyttänyt olevan merkitystä siihen, kuinka ihanneminä nuoreen vaikutti. Yläasteikäisten vastaajien vähäinen määrä myös vaikutti aineistooni, sillä muutaman henkilön kommenttien perusteella on mahdotonta tehdä kelvollista yleistävää näkemystä tämän ikäisistä nuorista, tai edes nähdä näissä vastauksissa selkeästi toistuvia teemoja. Tästä syystä ei ikäluokkaa pystynyt myöskään vertailemaan vanhempien vastaajien kanssa. Kyselyn levitykseen valitsemani sosiaalisen median kanavat saattoivat olla vääriä yläasteikäisten nuorten löytämisessä. Jos tutkimus toistettaisiin, olisi julkaisupaikkojen valintaan luultavasti syytä kiinnittää enemmän huomiota.

Harmillista tutkimukseni kannalta on, ettei yksikään miespuolinen henkilö halunnut vastata kyselyyni. Tämä saattaa johtua sekä yleisesti aiheesta että myös kyselyn tiedotuspaikoista. Yksi sukupuolen muu edustaja löytyi, mutta muuten kaikki vastaajat olivat naisia. Oman sukupuolen kokeminen ei ollut suoraan osana tutkimuskysymyksiäni, mutta olisi ollut mielenkiintoista vertailla eri edustajien vastauksia keskenään. Kukaan nuorista ei maininnut esimerkiksi omaa seksuaalista suuntautumista tai oman sukupuolensa kokemista vastauksissaan, mutta yleinen hyväksyntä otettiin esille usein. Olisi kiinnostavaa selvittää, kuinka ihanneminä vaikuttaisi perinteisten sukupuoli- ja seksuaalisuuskäsitysten ulkopuolella oleviin ihmisiin. Olisivatko tulokset samankaltaisia kuin näitä tarkemmin määrittelemättömässä kyselyssäni? Kun tarkoitukseni oli lähteä tutkimaan aihetta yleisesti nuorten kannalta, muuttui tutkielmani suunta aineistosta johtuen lähinnä naissukupuolta koskevaksi. Mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe voisi siis olla tutkia samaa aihetta nimenomaan miesten, tai pelkästään muun sukupuolen edustajiksi lukeutuvien henkilöiden kannalta. Samoin myös ihanneminän ja haavemaailman vaikutusta voisi olla kiinnostavaa tutkia nuorten sijaan esimerkiksi vanhuksissa, ala-asteikäisissä lapsissa tai vaikkapa keski-iän saavuttaneissa aikuisissa.

Aineiston määrä oli riittävältä Pro gradu -tutkielmaan. 100 kappaletta vastauksia kertyi suhteellisen nopeasti, ja siihen sai sisällytettyä paljon näkemyksiä nuoruvuosista yläasteelta yliopistoon saakka. Vastaajia kertyi jaettuna ikävuo- sien perusteella seuraavasti: 13-vuotiaita kaksi, 14-vuotiaita yksi, 15-vuotiaita viisi, 16-vuotiaita kaksi, 17-vuotiaita yhdeksän, 18-vuotiaita 11, 19-vuotiaita 10, 20-vuotiaita 18, 21-vuotiaita yhdeksän, 22-vuotiaita 11, sekä 23-vuotiaita 15 hen- kilöä. Näiden lisäksi oli kolme ikärajoitusteni ulkopuolella olevaa vastaajaa, ja neljä tyhjää lomaketta. Yläastelaisista olisin toivonut enemmän osallistujia, sillä kategorian koko verrattuna lukioikäisiin tai korkeakouluopiskelijoihin oli todella pieni. Lukio-, ammattikoulu- sekä korkeakouluopiskelijoilta vastauksia kuitenkin kertyi runsaasti, ja yleisesti ottaen mitä vanhempia vastaajat olivat, sitä tarkempia ja pidempiä olivat myös heidän vastauksensa. Kun kysymysten vastaukset on vapaasti kirjoitettavissa, on tekstin käsittely hidasta ja aikaa vievää. En hakenut tutkielmallani kattavaa poikkileikkausta koko Suomen nuorisosta, vaan tarkoituk- seni oli ymmärtää tutkimusaiheeni tässä ajassa ja paikassa. Tuloksista olisi to- sin voinut tulla monipuolisemmat suuremmalla osallistujamäärällä.

Vaikkei kysymyksiä ollut kyselylomakkeessa alun taustoittavat kohdat mukaan lukien kuin yhdeksän kappaletta, pystyin silti saamaan niiden avulla vastaajilta tarvitsemani tiedon. Lomake oli lyhyt, ja näin ollen vastaajilla oli pieni kynnyks läh- teä kertomaan omia mielipiteitään ja kokemuksiaan. Kaikki kyselyn kohdat tosin vaativat alun taustoittavia kysymyksiä lukuun ottamatta avovastauksen, mikä varmasti osaltaan vähensi kiinnostuneiden henkilöiden määrää. Valmiit vastaus- vaihtoehdot olisivat olleet osanottajien kannalta helpompia vastattavia kuin valit- semani avovastaukset, mutta niiden avulla en olisi saanut kohderyhmältäni hei- dän omia näkemyksiään tutkimusaiheestani. Strukturoitu kysely olisi luultavasti myös kiinnostanut suurempaa määrää ihmisiä, jolloin vastauksia olisi helposti tul- lut enemmänkin kuin kaipaamani 100. Otin mieluummin aiheesta kiinnostuneita henkilöitä vastaamaan kysymyksiini omin sanoin, kuin etäisesti mielenkiintoisen nuoren laittamaan rastia ruutuun. Näin ollen valitsin kyselylläni ennemmin laadun kuin määrän. Pelkona avovastauksia vaatiessani oli, ettei kaikkiin tai varsinkaan lomakkeen viimeisiin kysymyksiin jaksettaisi vastata kunnolla. Tämä huoli osoit- tautui kuitenkin turhaksi, sillä lähes kaikki kyselyn täyttäneet vastasivat lomak- keen jokaiseen kohtaan. Vastausprosentti odotetusti väheni loppua kohden, kun viimeiseen kysymykseen vastasi 85 henkilöä, ja toiseksi viimeiseen yksi enem- män. Kaikki muut kyselyn kohdat sisälsivät kuitenkin yli 90 vastausta.

Kyselyaineiston analysointi oli pääpiirteissään sujuvaa. Hankaluuksia ajoittain tuotti kuitenkin suuren vastausmäärän käsittely, sekä yksittäisten lomakkeiden poikkeavuus toisistaan. Vaikka sisällönanalyysi soveltuu metodina hyvin monenlaisen kirjallisen aineiston analysoimiseen, paljastui menetelmän heikoksi kohdaksi ehkä nimenomaan sen joustavuus. Päädyin itse käyttämään sisällönanalyysistä muokkaamaani versiota yhdistämällä kolmannen vaiheen vaihtoehdot, luokittelun ja teemoittelun, keskenään. Pelkkä luokittelun käyttäminen olisi ollut analyysivaiheena liian pelkistetty ja tietoa hukkaava, ja taas teemoittelu liian yksittäisiin vastauksiin keskittyvä. 100 vastaajaa ja lomaketta ei vaikuta isolta määrältä, mutta kaikkien vastausten sisältäessä vapaasti kirjoitettuja kommentteja voi luku kasvaa suureksi. Tästä syystä koin teemoittelun oleva liian yksityiskohtainen valinta omaan tutkimukseeni. Hankaluuksia aineiston käsittelyvaiheissa tuotti siis sisällönanalyysin yleispätevät ohjeet. Koska ohjeet olivat jossain määrin suurpiirteiset, oli minun itse kehitettävä niiden pohjalta omaan tutkimukseeni sopiva ratkaisu, jotta saisin tutkimuskysymyksiini vastaukset.

Kyselyn tulokset vastasivat omia ennakko-oletuksiani. Positiivinen yllätys oli se, että nuorilla vaikutti olevan selkeä käsitys haavemaailmastaan, ja että ihanneminästä koettiin olevan apua. Pelkäsin tutkimusaihetta valitessani ettei aihe olisi tarpeeksi konkreettinen, vaan että se jäisi aineiston kannalta liian abstraktiseksi. Nuoret ymmärsivät aihetta ja olivat selkeästi miettineet sitä paljon jo ennen kyselyyni osallistumista. Pääsääntöisesti he vastasivat lomakkeen eri kohtiin tarkoittamalla tavalla, eli vastaamalla kysymyksissä esitettyihin kysymyksiin.

Osa kyselyn vastauksista yllätti, sillä niistä paljastui myös ennalta odottamattomia asioita. Esimerkiksi urheilulla oli useille nuorille suurempi merkitys kuin mitä olin osannut kuvitella – tai oikeastaan en ollut edes olettanut tätä. Mikään lomakkeen kysymyksistä ei viitannut kyseiseen aiheeseen, joten kommentit liikunnan tärkeydestä ja vaikutuksesta tulivat täysin yllätyksenä. Myös haavemaailmalla oli nuoriin isompi merkitys kuin olin odottanut. Ihanneminä oli useille hyvin selväpiirteinen henkilö, ja häntä oltiin selkeästi mietitty paljon. Haavemaailma toimi monille suunnannäyttäjänä ainakin pukeutumisessa, ja mahdollisesti myös elämän muillakin osa-alueilla. Osa nuorista oli huomannut yhteyden pukeutumisensa ja ihanneminän välillä jo ennen kyselyyn vastaamista, ja jotkut havaitsivat suhteen näiden kahden välillä heidän kommenttiensa perusteella lomaketta täyttäessään.

Osa huomasi haavemaailmasta olevan apua ehkä jopa täysin tiedostamattakin. Yllättävää vastauksissa oli, kuinka monet kokivat ihanneminästä olevan heille paljon apua.

Tutkimukseni on täsmentänyt ja lisännyt ymmärrystäni haavemaailman yhteydestä todelliseen maailmaan, ja osittain myös toisin päin. Tahdoin selvittää, kuinka ihanneminä auttaa meitä ohjaamalla tiettyyn suuntaan, ja kuuntelemmeko hänen neuvojaan. Toivoin saada ymmärrettyä, millainen merkitys haavemaailmalla on nuoreen. Tutkimuksen tuloksia ei voi yksiselitteisesti yleistää, mutta tulokset kertovat kuitenkin paljon tässä ajassa, tällaisella otoksella ja näillä resursseilla toteutuneesta tuloksesta. Kaiken tutkimani jälkeen koen haavemaailman olevan meille todellisuudessa tärkeämpi, kuin olemme ehkä tulleet tiedostaneeksi.

LÄHTEET

Abbot, P. & Sapsford, F. 2001. *Young Women and Their Wardrobes*. (21-37) Guy, A., Green, E. & Banim, M. (ed.). *Through The Wardrobe: Women's Relationships with Their Clothes*. Oxford: Berg.

Ahoniemi, P. 2003. *Taidekokemuksesta omaksi vaatteeksi – vaatetuksen suunnitteluprosessi identiteetin rakentajana*. (77-107) Koskennurmi-Sivonen, R. & Raunio, A-M. (toim.) *Vaatekirja*. 2. korj. p. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos.

Airaksinen, T. 2015. *Halun vallassa – onnellisuutta etsimässä*. Helsinki: Arktinen Banaani.

Banim, M. & Guy, A. 2001. *Dis/continued Selves: Why do Women Keep Clothes They No Longer Wear?* (203-219) Guy, A., Green, E. & Banim, M. (ed.) *Through The Wardrobe: Women's Relationships with Their Clothes*. Oxford: Berg.

Barnard, M. 1996. *Fashion as Communication*. London; New York: Routledge.

Barnard, M. 2001. *Approaches to Understanding Visual Culture*. Basingstoke, Houndmills; New York: Palgrave.

Barnard, M. 2014. *Fashion Theory: An Introduction*. London: Routledge.

Barthes, R. 2006. *The language of fashion*. Stafford, A. & Carter, M. (ed.) Stafford, A. (transl.) Oxford; New York: Berg.

Bovone, L. 2012. *Fashion, Identity and Social Actors*. (67-93) González, A. M. & Bovone, L. (ed.) *Identities Through Fashion: A Multidisciplinary Approach*. Oxford; New York: Berg Publishers.

Brach, A. M. 2012. *Identity and Intersubjectivity*. (48-64) González, A. M. & Bovone, L. (ed.) *Identities Through Fashion: A Multidisciplinary Approach*. Oxford; New York: Berg Publishers.

Campbell, C. 2012. *The Modern Western Fashion Pattern, its Functions and Relationship to Identity*. (9-22) González, A. M. & Bovone, L. (ed.) *Identities Through Fashion: A Multidisciplinary Approach*. Oxford; New York: Berg Publishers.

DeLong, M. R. 1998. *The Way We Look: Dress and Aesthetics*. 2nd ed. New York: Fairchild Publications.

Entwistle, J. 2015. *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Cambridge: Polity Press.

Freeman, M. 2010. *The Space of Selfhood: Culture, Narrative, Identity*. (137-158) Kirschner, S. R. & Martin, J. (ed.) *The Sociocultural Turn in Psychology: The Contextual Emergence of Mind and Self*. New York: Columbia University Press.

Hirsjärvi, S. 2005a. *Metodologiset ja teoreettiset lähtökohdat*. (114-157) Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (toim.) *Tutki ja kirjoita*. 11. uud. p. Helsinki: Tammi.

Hirsjärvi, S. 2005b. *Tutkimustyyppit ja aineistonkeruun perusmenetelmät*. (180-208) Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (toim.) *Tutki ja kirjoita*. 11. uud. p. Helsinki: Tammi.

Honkavaara, N. 2003. *Pukeutumisen kontekstuaalisuus*. (269-287) Koskennurmi-Sivonen, R. & Raunio, A-M. (toim.) *Vaatekirja*. 2. korj. p. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos.

Kaiser, S. B. 1997. *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context*. 2nd, rev. ed. New York: Fairchild Publications.

Karjalainen, A. 2008. *Kyselyn toteuttamien Zefillä*. (77-127) Ronkainen, S. & Karjalainen, A. (toim.) *Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa*. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Kirschner, S. R. & Martin, J. 2010. *The Sociocultural Turn in Psychology: An Introduction and An Invitation*. (1-27) Kirschner, S. R. & Martin, J. (ed.) *The Sociocultural Turn in Psychology: The Contextual Emergence of Mind and Self*. New York: Columbia University Press.

Kivimäki, S. 2003. *Aikuisen naisen vaatekaappi*. (249-267) Koskennurmi-Sivonen, R. & Raunio, A-M. (toim.) *Vaatekirja*. 2. korj. p. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos.

Koskennurmi-Sivonen, R. 2003. *Vaatetus, pukeutuminen ja muoti – ero ja erotamattomuus*. (1-16) Koskennurmi-Sivonen, R. & Raunio, A-M. (toim.) *Vaatekirja*. 2. korj. p. Helsinki: Helsingin yliopiston kotitalous- ja käsityötieteiden laitos.

Koskennurmi-Sivonen, R. 2012a. *Ihmiset pukeutuvat*. (5-14) Koskennurmi-Sivonen, R. (toim.) *Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen*. Helsinki: Tekstiilikulttuuriseura.

Koskennurmi-Sivonen, R. 2012b. *Minä ja muut arjen näyttämöllä – Symbolinen interaktionismi pukeutumisen tutkimuksessa*. (73-94) Koskennurmi-Sivonen, R. (toim.) *Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen*. Helsinki: Tekstiilikulttuuriseura.

Kurki, L. 2009. *Pilvilinnoja vai ihan oikeita unelmia? Haaveen käsitteen laadullinen tarkastelu*. Pro gradu -tutkielma. Psykologian laitos. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Larraín, M. E. 2012. *Adolescence: Identity, Fashion and Narcissism*. (138-155) González, A. M. & Bovone, L. (ed.) *Identities Through Fashion: A Multidisciplinary Approach*. Oxford; New York: Berg Publishers.

Liebkind, K., Mähönen, T. A. & Jasinskaja-Lahti, I. 2015. *Ihmisen minuus ja identiteetti*. (166-189) Helkama, K., Myllyniemi, R., Liebkind, K., Ruusuvuori, J., Lönnqvist, J., Hankonen, N., Mähönen, T. A., Jasinskaja-Lahti, I. & Lipponen, J. (toim.) *Johdatus sosiaalipsykologiaan*. 10. uud. p. Helsinki: Edita.

Martikainen, M. 2015. *Kuvataiteilijoiden ja taiteenharrastajien kokemuksia taiteellisesta prosessista ja siihen vaikuttavista tekijöistä*. Pro gradu -tutkielma. Kuvataitekasvatus. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Naukkarinen, O. 2012. *Päälleikäyvä estetiikka – Vaatteet, ulkonäkö ja arjen estetiikka*. (15-26) Koskennurmi-Sivonen, R. (toim.) *Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen*. Helsinki: Tekstiilikulttuuriseura.

Ronkainen, S., Karjalainen, A. & Mertala, S. 2008. *Graafisen kyselylomakkeen suunnittelu.* (31-41) Ronkainen, S. & Karjalainen, A. (toim.) *Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa.* Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Ronkainen, S., Mertala, S. & Karjalainen, A. 2008. *Kvalitatiivisuus, kvantitatiivisuus ja sähköinen kyselytutkimus.* (17-30) Ronkainen, S. & Karjalainen, A. (toim.) *Sähköä kyselyyn! Web-kysely tutkimuksessa ja tiedonkeruussa.* Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Saarikoski, H. 2009. *Nuoren naisellisuuden koreografioita: Spice Girls -fanit tyttöiden tekijöinä.* Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.

Saastamoinen, M. 2006. *Minuus ja identiteetti tutkimuksen haasteina.* (168-180) Rautio, P & Saastamoinen, M. (toim.) *Minuus ja identiteetti: Sosiaalipsykologinen ja sosiologinen näkökulma.* Tampere: Tampereen Yliopistopaino Oy.

Saastamoinen, M. 2015. *Pelastakaa kehittäjäasiakasryhmä! Veturi puksuttaa kohti voimaantumista ja valtaistumista.* Pro gradu -tutkielma. Sosiaalityö. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Salminen, P. 2011. *Mummojen aika.* Pro gradu -tutkielma. Sosiologia. Rovaniemi: Lapin yliopisto.

Schrey, S. 2008. *”Siinä on niinku imago, et sit se on luksusta kun kellään muulla ei oo sitä” Tutkimus luksuspukeutumisen merkityksistä nuorille.* Pro gradu -tutkielma. Markkinointi. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto.

Shotter, J. 2010. *Inside Our Lives Together: A Neo-Wittgensteinian Constructionism.* (45-67) Kirschner, S. R. & Martin, J. (ed.) *The Sociocultural Turn in Psychology: The Contextual Emergence of Mind and Self.* New York: Columbia University Press.

Siegel, D. J. 2014. *Brainstorm: Nuoruuden aivomyrskyn voima ja merkitys.* Hartikainen, T. (suom.) Helsinki: Basam Books.

Siitonen, J. 1999. *Voimaantumisteorian perusteiden hahmottelua.* Oulu: Oulu University Library.

Simmel, G. 2005. *Suurkaupunki ja moderni elämä: Kirjoituksia vuosilta 1895-1917*. HUUHTANEN, T. & NORO, A. (suom.) Helsinki: Gaudeamus.

Toivonen, T. 1999. *Empiirinen sosiaalitutkimus: Filosofia ja metodologia*. Porvoo: WSOY.

Trebay, G. 2012. *Even More Visible Ink*. (161-163) MILLER-SPILLMAN, K. A., REILLY, A. & HUNT-HURST, P. (ed.) *The Meaning of Dress*. 3rd ed. New York: Fairchild Publications.

Tseëlon, E. 2012. *How Successful is Communication via Clothing? Thoughts and Evidence on An Unexamined Paradigm*. (109-137) GONZÁLEZ, A. M. & BOVONE, L. (ed.) *Identities Through Fashion: A Multidisciplinary Approach*. Oxford; New York: Berg Publishers.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. 5. uud. p. Helsinki: Tammi.

Tähkä, V. 2001. *Ihmismielen arvorakenteiden kehityksestä*. (14-39) ROOS, E., MANNINEN, V. & VÄLIMÄKI, J. (toim.) *Rakkaus, toivo, todellisuus: Psykoanalyttisia tutkielmia*. Helsinki: Yliopistopaino.

Valli, R. 2007. *Kyselylomaketutkimus*. (102-125) AALTOLA, J. & VALLI, R. (toim.) *Ikku-noita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. 2. uud. p. Jyväskylä: PS-kustannus.

Winge, T. M. 2012. *Body Style*. London; New York: Berg Publishers.

Woodward, S. 2007. *Why Women Wear What They Wear*. Oxford: Berg.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

Tutkimukseni aiheena on mielikuvissa elävä haavemaailma ja ihanneminä, sekä näiden vaikutus pukeutumisidentiteetin muodostamiseen. Kyselyn tarkoituksena on kerätä ajatuksia ja kokemuksia nuorilta aiheeseen liittyen. Lomake käsitellään luottamuksellisesti, eikä vastauksia luovuteta eteenpäin. Tulen käyttämään kyselyn vastauksia ainoastaan Pro gradu tutkimuksessani. Kysely on myös täysin anonyymi.

Tutkimukseni valmistuu joulukuussa 2017, jonka jälkeen se tulee luettavaksi Lapin yliopiston sähköiseen julkaisuarkistoon Laudaan. Vastaamiseen kuluu aikaa noin 6 minuuttia. Kysely sulkeutuu, kun siihen on vastannut 100 nuorta.

Lisätietoja tutkimuksesta voit tiedustella osoitteesta mikaarti@ulapland.fi. Kiitos mielenkiinnostasi!

Taustatiedot

1. Ikä

2. Opiskeluaste

- Yläaste
- Lukio / ammattikoulu
- Yliopisto / ammattikorkeakoulu
- Ei mikään yllä olevista

3. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu

Sulje silmäsi hetkeksi, ja kuvittele millainen on ihanneminäsi. Millainen haluaisit olla?

Ihanneminä

4. Millainen on ihanneminäsi, eli se mielikuva itsestäsi, jollainen haluaisit olla?

5. Mitkä asiat vaikuttavat ihanneminääsi?

Ihanneminä ja haaveet

6. Miten haaveidesi ihanneminä vaikuttaa pukeutumiseesi?

7. Onko ihanneminäsi auttanut sinua löytämään pukeutumistyylin, johon olet tyytyväinen? Jos ei, uskotko tämän olevan tulevaisuudessa mahdollista?

Pukeutuminen ja haaveet

8. Millaisia haaveita sinulla on pukeutumisesi suhteen?

9. Toteutatko näitä haaveita? Miksi tai miksi et?

Suuri kiitos vastauksistasi!