

Mitä on olla pitkä?

(Vaate)kokemuksia pitkän ihmisen näkökulmasta

Pirjo Ailoranta

Pro gradu -tutkielma

Lapin yliopisto

Taiteiden tiedekunta

Vaaketussuunnittelu

2021

Lapin yliopisto

Tiedekunta: Taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Mitä on olla pitkä? (Vaate)kokemuksia pitkän ihmisen näkökulmasta

Tekijä/-t: Pirjo Ailoranta

Koulutusohjelma/oppiaine: Vaatetus suunnittelun koulutusohjelma

Työn laji: Pro gradu -tutkielma/Maisteritutkielma _x_ Lisensiaatintutkimus _

Sivumäärä, liitteiden lukumäärä: 94 sivua, liitteitä 2, 7 sivua

Vuosi: 2021

Tiivistelmä:

Yhteiskunta on rakennettu keskimittaisille ihmisille ja pitkät ihmiset joutuvat pituutensa vuoksi mukautumaan epäsoviviin asentoihin ja vaatetukseen: Ambulanssi on paareissa makaavalle kaksimetriselle potilaalle liian lyhyt, samoin istumatila lentokoneessa. Löytääkseen mitoiltaan istuvaa vaatetta on pitkän ihmisen käytettävä erikoiskauppojen tarjontaa. Aikaa ja rahaa kuluu enemmän sopivien tuotteiden ja palvelujen etsintään.

Pitkä ihminen joutuu rakentamaan identiteettinsä pituuden kontekstissa. Pituutensa vuoksi henkilö huomataan aina. Sosiaalisten suhteiden luominen on hankalaa. Pituuskasvu näkyy jo lapsuudessa ja pituudesta huomautellaan. Kuinka lapsi tai nuori tähän suhtautuu, riippuu hänen saamastaan vertaistuesta. Vaarana on syrjäytyminen tai halu tekeytyä näkymättömäksi.

Tämän pro gradu tutkimuksen lähtökohtana oli tutkia pitkien ihmisten pukeutumiseen liittyvää ilmiötä. Tarkoituksena oli myös selvittää, poikkeako pitkän ihmisen identiteetin muodostuminen keskimittaisen ihmisen identiteetin rakentumisesta. Tämän tutkimuksen myötä pitkällä ihmisillä oli mahdollisuus kritiikkiin tai kiitoksiin yhteiskunnan tarjoamista palveluista tai tuotteista.

Tutkimus on laadullinen ja toteutettu hermeneuttisella tutkimusotteella. Tutkimuksen viitekehysten ydin muodostuu pitkän ihmisen suhteesta sellaisiin käsitteisiin kuin sosiaaliset suhteet, identiteetti, yhteiskunta ja vaatetusteollisuus. Tutkimuksen aineisto kerättiin kyselyllä, joka oli avoinna Facebook -ryhmissä Pitkät naiset ja Pieni- ja Isokenkäiset ry. Tutkimusaineisto analysoitiin sisällönanalyysimenetelmällä ja käytettiin aineiston luokittelumenetelmää. Analyysin tavoitteena oli saada aikaan uusia tulkintoja ilmiöstä ja herättää keskustelua pitkien ihmisten tarpeista niin vaatetuksen kuin muunkin muotoilun parissa.

Tulosten yhteenvetona muodostui pituuden kokemisen käsitteen kiteytyminen sekä erilaisuuden että samankaltaisuuden huomioimiseen ja kunnioittamiseen yhteisöissä. Pitkä ihminen huomataan aina. Persoonaa ja luonne vaikuttivat siihen, kuinka he sopeutuivat yhteisöön. Vaatetuksen ja pukeutumisen näkökulmasta pitkä ihminen oli haasteellinen saada massaan kuuluvaksi kansalaiseksi. Vaikutti siltä, että maailma ja yhteiskunta ei vielä ole valmis sulauttamaan pitkiä ihmisiä sujuvasti mukaan toimintaansa.

Avainsanat: mitä on olla pitkä, pituus, pitkä ihminen, kyselytutkimus, sisällönanalyysi, luokittelu

x Tutkielma ei sisällä muita kuin tekijän/tekijöiden omia henkilötietoja.

University of Lapland, Faculty of Art and Design

Title of the thesis: What is to be a tall person? (Clothes) experiences from a tall person perspective

Author/authors: Pirjo Ailoranta

Degree program/Master program: Program of clothing design

Sort of the work: Pro gradu -thesis_x_ Laudatur work__

Number of pages: 97 + 7

Year: 2021

Summary:

Society is built for medium-sized people and therefore tall people must adapt to inappropriate postures and clothing: The sleeping space in an ambulance is too short for a two-meter patient, as is the seating space on an airplane. To find suitable clothes, a tall person must use the supply of specialty stores. It takes more time and money to find suitable products and services.

A tall person has to build his/her identity in the context of length. Creating social relationships might be tricky. The increase in height is already visible in childhood and the length is noted. How a child or young person views this depends on the peer support they receive. There is danger of exclusion or a desire to be invisible.

The premise of this master`s study was to research the phenomenon related to dressing of tall people. The purpose was also to find out how a tall person`s identity constructs comparing to average height person. With this study tall people had the opportunity to criticize or praise the services or products provided by society.

The research is qualitative and carried out with hermeneutic research approach. The core of the research consists of concepts such as social relations, identity, society, and the clothing industry. The material of the study was collected through a survey that was open in the Facebook groups Pitkät naiset and Pieni- ja Isokenkäiset ry. The material was analyzed with the content analysis method. The aim of the analysis was to accomplish new interpretations of the phenomenon and to provoke discussion about the needs of tall people in both clothing and other design.

The summary of the results was crystallized in the consideration and respect of both diversity and similarity in the communities. A tall person is always noticed. Personality and character influenced how they adapted to the community. From the clothing point of view, it was challenging for a tall person to blend in the mass of other citizens. It seemed that the world and society were still not ready to integrate tall people smoothly into their activities.

Key words: being tall, height, tall person, survey, content analysis

x Pro gradu thesis does not contain personal data of any other than the data of the author/authors.

Sisällys

1. Johdanto	1
2. Pitkän monet näkökulmat.....	6
2.1 Pitkän käsite ja muita määreitä.....	13
2.2 Pituus ja minus	15
2.3 Oleksää joku koripalloilija? - Stereotypiat ja kliseet.....	19
2.4 Standardit, mittaaminen ja kaavoitus	21
2.5 Pukeutumisohteista ja suunnittelun oppaista.....	23
2.6 Tutkimustehtävä	30
3. Tutkimuksen toteuttaminen.....	34
3.1 Metodologiset lähtökohdat	34
3.2 Hermeneuttinen tutkimusote	36
3.3 Aineisto	39
3.4 Aineiston analyysimenetelmä.....	40
4. Taide tutkimuksen osana.....	44
5. Aineiston esittely ja käsittely	47
6. Aineiston analyysi.....	52
7. Tutkimuksen keskeiset tulokset	77
7.1 Johtopäätökset	80
7.2 Tulevaisuuden näkymiä.....	82
8. Pohdinta	83
Lähteet.....	90

Liiteluettelo

Liitteet	95
Liite 1. Saate.....	95
Liite 2. Kyselylomake	96

1. Johdanto

Yhteiskunta on rakennettu keskimittaisille ihmisille ja pitkät ihmiset joutuvat usein pituutensa vuoksi mukautumaan epäsopiviin ja -mukaviin asentoihin ja vaatetukseen: Ambulanssi on paareissa makaavalle kaksimetrisele potilaalle liian lyhyt, samoin istumatila lentokoneessa. Auton istuinten säädöt saattavat olla pitkälle ihmiselle riittämättömiä. Huvipuistojen laitteet voivat mitoitukseltaan olla hengenvaarallisia. Omaisille voi pitkän sukulaisen elämän päättyessä olla hankala löytää sopivaa arkkua. Löytääkseen mitoiltaan istuvaa vaatetta on pitkän ihmisen käytettävä erikoiskauppojen tarjontaa, koska markettien halpatuotteissa on vain huonoja vaihtoehtoja. Työvaatetuksen osalta moni ammatti on pitkälle haasteellinen. Aikaa kuluu enemmän pitkien ihmisten tarpeita vastaavien tuotteiden ja palvelujen etsintään. Myös elämisen kustannukset ovat pitkälle kalliimpia kuin keskimittaiselle.

Pitkä ihminen joutuu myös rakentamaan identiteettinsä pituuden kontekstissa. Pituutensa vuoksi henkilö huomataan aina, halusi hän sitä tai ei. Toiset rakastavat esillä oloa, toisille se ei sovi ollenkaan. Julkisuus voi tulla pitkälle ihmiselle hänen haluamattaan. Sosiaalisten suhteiden luominen saattaa olla hankalaa. Yleensä pituuskasvu näkyy jo lapsena tai nuorena ja pituudesta usein huomautellaan. Kuinka lapsi tai nuori tähän suhtautuu, riippuu paljolti hänen saamastaan vertaistuesta. Vaarana on syrjäytyminen tai halu tekeytyä näkymättömäksi.

Tämän päivän nettimaailmassa on mahdollisuus googlailla monenlaista tietoa. Toimittaja Julia Thurèn¹ kirjoitti vuonna 2016 blogissaan, miten hän suomalaisesta miespoliitikosta tietoja etsiessään yllättyi, kun heti toisena vaihtoehtona hakukone tarjosi tietoa henkilön pituudesta. Tutkittuaan asiaa enemmän ja avattuaan keskustelua seuraajiansa kanssa, hänelle selvisi, että moni suomalainen nainen haluaa itseään pidemmän seurustelukumppanin. Tämä fyysinen ominaisuus päihitti monet muut hyvät luonteenpiirteet. Myös miehet mainitsivat, etteivät voisi seurustella itseään pidemmän naisen kanssa. Eniten Thurènia hämmästytti, että tällainen pituuden kommentointi oli hyväksyttävää. Samantyyppinen kirjoittelu koskien lihavuutta tai ihonväriä saisi keskustelu- ja kommenttikentät täyttymään vahvasti närkästyneistä kommentteista. Pituus on jokaisen henkilökohtainen ominaisuus ja jokainen on hyvä juuri sellaisenaan. Loppujen lopuksi voi käydä niin, että menettää mielenkiintoisen kohtaamisen, jos on tuijottanut vain pituuden tuomia senttejä.

¹ Thuren 2016

Teollinen vaatteiden valmistus on tällä hetkellä valtavan muutoksen kourissa. Yhtäältä vaatetussuunnittelijoiden paineena on olla osa tehokasta tuotantoa mutta samaan aikaan on otettava huomioon kestävä kehityksen näkökulmat. Kuluttajien vaatimukset vaatteiden vastuullisesta valmistamisesta kasvavat. Vaatteen elinkaari on saatava tasapainoon myös tuotannon näkökulmasta. Vaatteita tarvitaan, se on selvää, mutta vaatekauppojen tarjonta on edelleen tehty pääosin keskikokoisille ihmismassoille. Keski-vertomitoituksiin pohjautuva kirjain S, M, L, XL-kokomerkitä ei välttämättä toimi keskipituisellakaan ihmisellä. Yksilöllinen tuotanto on myös aina hitaampaa ja kalliimpaa. Pitkät ihmiset joutuvat siis tyytymään vain suunnilleen sopiviin valmisvaatteisiin tai teettämään vaatteensa.

Tamperelainen Spesiaali Koot -yritys² aloitti toimintansa vuonna 2000 ja tulin mukaan yritykseen vuonna 2004. Kohderyhmämme ovat iso-jalkaiset ja pitkät, naiset ja miehet. Tutkijana ja pituuteni (vain 168 cm) vuoksi en itse kuulu kohderyhmään, mutta yrittäjänä ja pitkään ryhmän kanssa toimineena minulla on käsitys pitkien ihmisten ajatuksista, jotka liittyvät edellä mainittuihin aiheisiin. Lisäksi olen vuosien aikana ollut osallisena lukemattomissa mielenkiintoisissa keskusteluissa niin yksittäisten ihmisten kuin pitkien lasten vanhempien kanssa ja aiheina ovat olleet muun muassa pituus, kasvaminen tai tuotteiden ja palvelujen saatavuus. Olen kuullut myös kohahduttavia tarinoita ikävistä kommentteista ja tilanteista, joita pitkät ovat kohdanneet. Nämä keskustelut ja tarinat olivat syinä, miksi vielä reilu viisikymppisenä hakeuduin opiskelijaksi. Halusin keskimittaisena ymmärtää pitkiä ihmisiä ja heidän tarpeitaan paremmin ja jakaa myös saamani tiedon muille pitkien parissa työskenteleville. Koen, että vuosien varrella saamani kokemus ja ymmärrys vaatii todentamisen tutkimuksen avulla. Aiheeni ”Mitä on olla pitkä” lähtee henkilökohtaisesta keskimittaisen ihmisen käsityksestä purkautumaan kokonaisvaltaisempaan ja tarkempaan kuvaan pitkien ihmisten elämään ja sen kokemiseen, keskittyen pitkien ihmisten vaatteiden näkökulmaan.

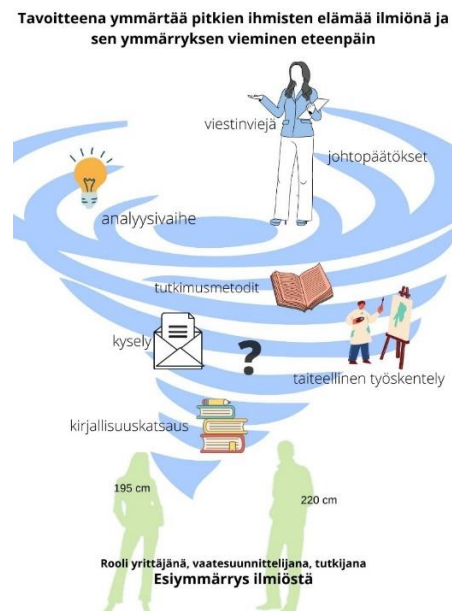
Vaatetusta on jo sinällään mielenkiintoista tutkia ja vaatetus-alalla pitkään toimineena yrittäjänä yhdyin tähän ajatukseen. Vaatetus pitää sisällään monia eri näkökulmia historiasta talouteen, teknologiaan ja kielitieteeseen. Vaatetus ilmiönä osallistuu syvästi ja laajasti yhteiskuntamme toimintaan, vaikka ensisijaisesti vaatetus on arkipäiväinen asia, niin se on silti yksi merkittävimmistä katsomisen kohteista³. Vaatetuksesta ja muodista on valtava määrä kirjallisuutta, mutta suoraan pitkien ihmisten tarpeista kertovia alan teoksia en ole juurikaan löytänyt.

² Spesiaali Koot A ja O Oy, www.speci.fi

³ Barthes 2005, 20

Tutkimus on laadullinen ja noudattaa hermeneuttista tutkimuksen strategiaa, jossa keskeistä on tutkimuskohteen syvällinen ymmärtäminen. Tietoa tuotetaan⁴ havainnoimalla asioiden ja niiden yhteyttä tarkastelun kohteena olevaan ilmiöön, sekä sen kehitykseen. Hermeneutiikassa tieto ymmärretään tulkintojen jatkumona ja tiedon uusiutumisenä. Tapahtumasarjaa kuvataan usein hermeneuttisena kehänä, jossa yksittäiset tulkinnat vaikuttavat kokonaisuuden ymmärtämiseen. Tutkimuskohteesta tehdyt tulkinnat ja niistä edelleen tehdyt uudet tulkinnat synnyttävät yhä kasvavaa ymmärrystä kohteesta.

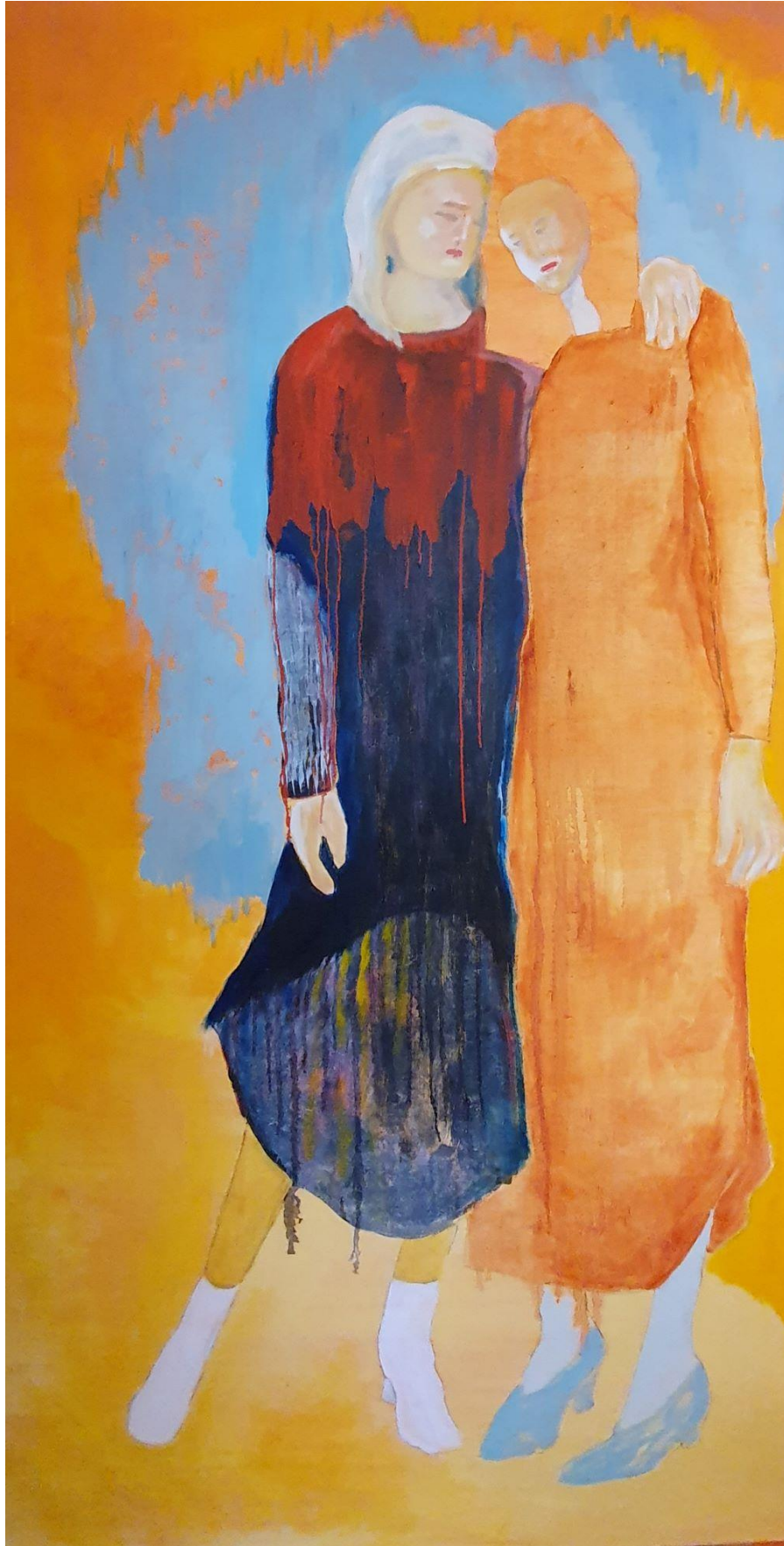
Hermeneuttisen kehän (kuvio 1.) alkupisteessä tutkijalla on esiymmärrys aiheesta, jossa henkilökohtaisesti tunnistan eri roolini, yrittäjänä, vaatetusalan suunnittelijana ja aloittelevana tutkijana. Kirjallisuuteen perehtymisen ohessa muodostuivat tutkimuksen kysymykset, jotka on kuvattu kysymysmerkki -symbolilla. Tutkimuksen aineisto kerättiin kyselyllä ja samaan aikaan aineiston keruun kanssa tapahtui taiteellinen työskentely samasta aihepiiristä. Hermeneuttinen kehä laajenee ja suurenee ja samalla tutkimusaihe ja näkökulma syvenee tutkimusmetodin avulla. Analyysivaiheen ja saaduista tuloksista tehtyjen johtopäätösten jälkeen tutkija on tehdyt tutkimuksensa kautta alan asiantuntija. Matkan varrella oivalluksena on, että olen tutkijana hermeneuttisen kehän imussa kulkemassa eteen- ja ylöspäin kohti selkeämpää käsitystä ilmiöstä Mitä on olla pitkä? Koen olevani välikätenä ja informaationtuojana keskimittaisten ja pitkien ihmisten välillä niin yksilönä kuin yhteiskunnallisena toimijana.



Kuvio 1. Tutkimuksen kulku esitettynä esiymmärryksestä alan asiantuntijaan.

⁴ Jyväskylän yliopisto 2021

Tutkimusraportti etenee seuraavasti. Johdannon jälkeen luvussa 2 kerrotaan pitkien ihmisten monista näkökulmista. Luku 2 jatkuu alalukuina, jossa avataan pitkän ihmisen käsitettä ja pohditaan identiteetin muodostumista. Edelleen sama luku jatkuu alalukuina pitkien ihmisten stereotyyppien ja kliseiden esittelyä. Seuraavaksi kerrotaan standardeista ja mittaamisesta sekä esitellään pitkille ihmisille suunnattuja neuvoja pukeutumiseen. Tämän jälkeen todetaan tutkimustehtävä ja esitellään tutkimuksen viitekehys ja tutkimuskysymykset. Tutkimuksen toteuttamisesta kerrotaan luvussa 3. Siinä käsitellään metodologiset lähtökohdat, avataan tutkimusotetta ja kerrotaan valitusta analyysitavasta. Tämän jälkeen luvussa 4 esittelen lyhyesti järjestämäni Mitä on olla pitkä? -näyttelyn, joka oli oma kokonaisuutensa liittyen aiheeltaan tähän tutkimukseen. Näyttelyssä olleet maalaukset ovat esillä tämän tutkimustekstin lomassa, sivuilla 5, 33, 43 ja 76. Varsinainen tutkimusaineisto kerättiin Webropol -alustalle tehdyllä kyselyllä. Luvuissa 5–7 esitellään itse kysely eli saatu aineisto, sen käsittely, analyysi ja lopuksi tulokset. Viimeisessä luvussa 8 pohditaan tehtyä tutkimusta, sen onnistumista ja avataan ajatuksia tulevaisuuden tutkimuksista, joissa pitkät ihmiset ovat edelleen keskiössä.



Kuva 1. Friends forever 2020, öljyvärei 1000x1900

2. Pitkän monet näkökulmat

Aloittaessani tutkimuksen tekemistä, tuntui siltä, että vaatetuksen kirjallisuutta pitkistä ihmisistä ei ole ollenkaan. Selasin kuitenkin sinnikkäästi alan kirjallisuutta ja vaikka tuntui, että etsin neulaa heinäsuovasta, alkoi pieniä tiedonmurusia ilmaantua ja tutkimuksen näkökulma selvitä itselleni. Aloin löytää kirjallisuudesta asiakokonaisuuksia, joissa ei suoraan kerrottu pitkistä ihmisistä, mutta pituus oli verrattavissa johonkin ilmiöön. Lehdistöissä oli toki viime vuosina pituudesta kirjoitettu paljon ja tehty tutkimuksia lääketieteen näkökulmasta. Tällä hetkellä suomenkielisillä hakusanoilla ”pitkä ihminen tutkimus” saa tulokseksi useita julkaisuja muun muassa otsikoilla *Pitkät ihmiset ovat älykkäämpiä*, *Nainen ei saa olla pitkä eikä mies lyhyt*, *Miksi pitkä mies vetää puoleensa?*, vain muutaman esimerkin mainitakseni. Psykologisista tai sosiologisista näkökulmista suoraan pituuteen liittyen tehtyjä tutkimuksia ei helposti tullut esiin. Vastaavasti englanninkielisellä sanayhdistelmällä ”tall people research” hakukone löysi samantyyppisiä tutkimusartikkeleita kuin suomenkieliset mutta myös psykologisiin aiheisiin viittavia aihealueita, kuten esimerkiksi *The taller, the happier?* tai taloudelliseen näkökulmaan viittaava julkaisu *Why tall people make more money?*. Näissä pituus nähdään statuksena, sitä arvostetaan ja pidetään avaimena menestykseen.

Hakusanalla ”tall women research” löytyi tuore julkaisu⁵ Insider -nimisestä verkkolehdestä. Artikkelissa kerrotaan jo vuonna 1986 aloitetusta tutkimuksesta⁶, jonka mukaan pitkät naiset saavuttavat todennäköisemmin 90 vuoden iän kuin lyhyet naiset. Sama ei kuitenkaan toteutunut pitkien miesten kohdalla. Tutkijat eivät saaneet selville, miksi pituus liittyi naisten korkeaan ikään. Yhden teorian mukaan tämä saattaisi liittyä luuston kasaan menemiseen, joka väistämättä tapahtuu ikääntymisen yhteydessä.

Voidaan ajatella, että pituuden keskimääräinen kasvu on pakottanut myös teolliseen muotoiluun liittyvän tutkimuksen ottamaan huomioon eri pituisten ihmisten tarpeita aiempaa paremmin. Tässä yhteydessä nostan esiin käsitteen human factors⁷ eli psykologiaan kuuluvan käsitteen inhimilliset tekijät. Siinä ajatuksena on keskittyä tuotteiden, laitteiden, koneiden ja ympäristöjen luomiseen ja niiden parantamiseen. Keskeistä on huomioida ihmisten monimuotoisuutta ja maksimoida laitteiden suorituskykyä ja turvallisuutta. Ala on nopeasti kasvava. Human factors -käsitteellä on ollut

⁵ Dodgson 2019

⁶ Bradts 2019

⁷ Cherry 2020

vaikutuksia arkkitehtuuriin ja ergonomiaan ja on toivottavaa, että pitkät ihmiset huomioitaisiin näilläkin aloilla.

Suunnittelijan työssä monet taloudelliset ja oikeudelliset näkökulmat menevät toisinaan sekaisin toiminnallisten näkökohtien kanssa. Suunnittelijat ovat myös monesti takertuneet suunnitteluhaasteissa seikkoihin, jotka ulottuvat toiminnallisuuden ulkopuolelle. Yhtenä esimerkkinä on esinemuotoilu 1900-luvulla, jolloin käytännön toimivuutta tärkeämmäksi nousivat esteettinen vetovoima, tyylikkyys ja visuaaliset ominaisuudet. Muotoilun näkökulmasta ”kahvipannulla voi valmistaa kahvin tehokkaasti, mutta toinen asia on, onko pannu kaunis tai tyylikäs ja luoko se halutun mielikuvan tietystä elämäntapavasta”. Nämä jälkimmäiset ominaisuudet ovat kuitenkin usein ratkaisevia elementtejä suunnittelun onnistumisessa.⁸ Kahvipannu sopii varmasti pitkänkin käteen, mutta jonkin muun muotoiluesineen kohdalla, esimerkiksi autojen suunnittelussa on pitkällä ihmisillä omat vaatimuksensa.

Vuonna 2001 Tekstiili- ja vaatetusosalalla uudistettiin naisten vaatetuksen mittataulukot⁹. Uudistuksella haluttiin päivittää naisten pituus-, ympäry- ja leveysmittoja. Kuopion yliopiston vaatetusfysiologian laboratorio yhdessä Tekstiili- ja vaatetusteollisuus ry:n kanssa käynnisti hankkeen. Myös useita oppilaitoksia ja kotimaisia valmistajia oli mukana hankkeessa. Tutkimukseen osallistui 1550 eri ikäistä naista ja saatujen mittaustulosten perusteella testausten jälkeen syntyi suomalainen N-2001 naisten mittataulukko¹⁰. Eri pituuksille ja vartalotyypeille muodostettiin useita mittataulukoita.

Tutkimuksessa oli kaksi ikäryhmää ja molemmat ryhmät oli jaettu kuuteen pituusluokkaan neljän senttimetrin välein. Ensimmäisessä ikäryhmässä 15–64-vuotiaiden viimeinen pituusryhmä on 176 cm ja yli 65-vuotiaiden 172 cm. Yli 90 % mitatuista naisista kuului näihin pituusryhmiin. Tätä pidempien naisten jääminen mittataulukoiden ulkopuolelle on epäoikeudenmukaista.

Riikka Haapaniemen¹¹ opinnäyte Pitkien naisten vaatemallisto valmistui keväällä 2020. Opinnäytetyö oli kaksiosainen: ensimmäinen osio sisälsi tiedon keruun, havainnointia kauppojen tarjonnasta, asiantuntijahaastatteluja ja kyselyn; toinen osio keskittyi mallistosuunnitteluun, joka pohjautui alkuvaiheessa kerättyyn tietoon. Tuloksena syntyi viiden vaatekappaleen mallisto. Valmis mallisto arvioitiin käyttäjäkyselyn ja asiantuntijahaastattelujen kautta saatujen tietojen perusteella. Arvioinnin mukaan mallisto täytti pääosin kohderyhmän toiveet, haasteina oli sisällyttää pieneen

⁸ Parsons 2016, 29

⁹ Tekstiili – ja vaatetusteollisuus ry & Kuopion yliopisto 2001

¹⁰ Risikko 2006, 95

¹¹ Haapaniemi 2020

mallistoon vastaajien toiveet persoonallisuudesta, laadukkuudesta, kotimaisuudesta ja vastuullisuudesta.

Vuonna 2010 Minna Lappalaisen, Anni Turtolan, Meri Ryttingin ja Satu Kaunismäen tekemän opinnäytteen ”Alaraajojen mittojen luotettava mittaaminen: mittauksissa käytettävän työvälineen kehittäminen Pieni- ja Isokenkäiset ry:lle”¹², tarkoituksena oli kehittää alaraajojen mittojen omatoimista mittaamista varten työväline, jonka avulla voitiin tuottaa luotettavaa tietoa ihmisen alaraajojen mitoista, esimerkiksi sukkiensa ja kenkien mitoitusta varten. Tuloksina kehitettiin työväline, jonka avulla kerättyjä mittatietoja voitiin pitää melko luotettavina tai ainakin suuntaa antavina. Yksittäisen mittauksen kohdalla oli kuitenkin suuren mittavirheen mahdollisuus olemassa. Kehitetty työväline oli tarkoitettu avuksi jalkaterapeuteille ja terveydenhuoltoalan henkilöstölle.

Maria Lindblom on tehnyt vuonna 2001 Pro gradu -tutkimuksen¹³ Helsingin yliopiston Sosiaalipsykologian laitokselle. Tutkimuksen nimi on ”Erikoiskokoisen ihmisen elämä ja selviytymiskeinot osana selviytymisopasta erikoiskokoiselle ihmiselle”. Tutkimuksessa selvitettiin, miten erikoiskokoiset, tässä tutkimuksessa sekä pitkät että lyhyet, kokivat kokonsa. Tutkittiin, miten arkipäivän toimet onnistuivat ja oliko pituus aiheuttanut ongelmia. Tutkimuksessa tarkasteltiin myös, miten toisten ihmisten suhtautuminen vaikutti omaan sosiaaliseen kokemukseen. Tärkeimpinä tuloksina todettiin, että sosiaalinen tilanne ja koettu erikoiskokoisuus ovat hyvin voimakkaasti yhteydessä toisiinsa. Erikoiskokoisuutta ei koettu leimana eikä erikoiskokoinen ihminen kokenut yhteiskunnallista asemaansa alempiarvoiseksi. Erikoiskokoisuus vaikuttaa niin, että arkipäivä ei ole niin yksinkertaista kuin se voisi olla. Yhteiskunnassa vallitseva standardimitoitus rajoittaa erikoiskokoisten ihmisten elämää. Erikoiskokoiselle ihmiselle teetetyt tuotteet ovat kalliita ja ammatit sekä harrastemahdollisuudet ovat rajoitettuja erikoiskokoisuuden vuoksi.

Laajempia vaatetukseen ja muotiin liittyviä tutkimuksia pitkien ihmisten näkökulmasta on ollut vaikea löytää. Englanninkielisellä sanahaululla ”tall people clothes research” löytyi vaatevalmistajia, jotka olivat tehneet tutkimuksia omia tuotannollisia tarpeitaan varten. Usein ”tall” -hakusanalla haettu tuote oli plusmallistosta tai hakukone tarjosi tuotteita, jossa oli etuliitteenä ”big” eli iso. Sanat ”tall” pitkä ja ”big” iso eivät ole synonyymejä keskenään. ”Big” tarkoittaa isoa, tanakkaa tai kookasta vartalotyyppiä ja nämä ”isojen tyttöjen” -mallistot eivät pituuksiltaan sovi pitkille ihmisille. Eli vaatteet eivät ole tarpeeksi pitkiä rungoltaan, hihoiltaan tai lahkeenpituuksiltaan.

¹² Lappalainen, Turtola, Rytinki & Kaunismäki 2010

¹³ Lindblom 2001

Ei ole salaisuus, että pitkät ihmiset joutuvat elämänsä varrella kuulemaan ja kokemaan kommentteja pituudestaan. Tasa-arvon nimissä kaikille pitäisi olla yhtäläinen oikeus ihmisarvoiseen kunnioitukseen ja kohteluun. Pitkät ihmiset ovat pituutensa vuoksi näkyvissä ja joidenkin mielestä heille saa sanoa ikäviäkin lausahduksia. Pitkät ihmiset kokevat syrjintää niin henkisesti kuin fyysisestikin palvelujen ja tuotteiden riittämättömyydessä. Avoimen syrjinnän lisäksi tapahtuu myös piilotettua syrjintää, jota tavalliset keskipituiset ihmiset eivät tule edes ajatelleeksi. Yhdenvertaisuusvaltuutetun¹⁴ mukaan ”syrjintää on se, että ihmistä kohdellaan huonommin kuin toisia jonkin henkilökohtaisen ominaisuuden perusteella. Kaikilla ihmisillä on oikeus yhdenvertaiseen kohteluun ja syrjintä kielletään monissa kansallisissa laeissamme, yhdenvertaisuuslaissa ja rikoslaissa sekä kansainvälisissä ihmisoikeussopimuksissa”.

Hieman toinen näkökulma syrjinnän tai ulkopuolelle jäämisen pelosta on Aikasalon väitöskirjassa¹⁵, jossa esitetään, miten naisen identiteettikuva hänelle itselleen on muodostunut niistä aineksista, miltä hän on ulkonäöllisesti ja vartalonmuodoltaan näyttänyt. Tämä identiteettikuva on välittynyt myös muille. Persoonallisuudestaan on voinut kertoa pukeutumisen avulla. Mutta vaikka on haluttu korostaa persoonallisuutta ja kertoa siitä, on samalla jouduttu tarkkaan miettimään, miltä on toisten silmissä näyttänyt. On halu näyttää hyvältä ja saada kokea onnistumisen ja hyväksynnän tunne. Jokainen julkinen näyttäytyminen on ollut ikään kuin astuminen estradille, jossa on alistuttu arvostelun kohteeksi. Estradille asettumista voidaan verrata Jacques Lacanin peiliteoriaan¹⁶, jossa lapsi jo vauvaikäisenä tunnistaa itsensä peilistä ja kykenee vieraannuttamaan itsensä muista ihmisistä. Ihmiselle käsitys omasta arvosta on yksi tärkeä peruskysymys, jolle identiteetti rakentuu. Kyseessä ovat kuitenkin ulkoiset seikat, jotka ovat muuttuvia ja jos pelkästään näitä seikkoja arvostetaan, on henkilön identiteetti heikolla pohjalla. Pitkän ihmisen kohdalla identiteetin rakentuminen vaatetuksen avulla ei ole niin yksiselitteinen. Ihmisen pituus, Aikasalon ajatusta myötäillen, tulisi saada vaatetuksen avulla tasapainoon niin, että hän ulkoisesti sulautuisi muuhun väestöön. Koska pituus on jokaisella se, mikä se on, syntyy ristiriitaa, onko pituus persoonaa ja identiteettiä korostava ominaisuus vai piirre, ja onko se häivyttävä?

Muodin mannekiinit ovat 2000-luvulla muuttuneet monipuolisemmiksi. Ulkonäöltään ”epätavallisille” malleille on avautunut enemmän työmahdollisuuksia. Yhtenä esimerkkinä ovat pluskokoiset mallit, jotka aiemmin sivuutettiin muotiteollisuudessa ja jotka nyt ovat muotimaailman

¹⁴ Yhdenvertaisuusvaltuutettu 2021

¹⁵ Aikasalo 2000, 235

¹⁶ Kurki 2014

valtavirtaa. Kate Dillon oli ensimmäinen pluskokoinen malli American Vogueissa.¹⁷ Mallit ovat aina olleet lähtökohtaisesti pitkiä, mutta nyt perinteisten ja isokokoisten mallien lisäksi muotitalot käyttävät valtavirrasta erottuvia ihmisiä, esimerkiksi sukupuoliittomia ja sukupuoliensa korjanneita malleja. On ristiriitaista, että uutuusvaatteet yleensä esitellään näytöslavalla pitkien mallien yllä ja kuitenkin tuotteet, jotka vaate- ja muotiliikkeisiin päätyvät, ovat mittasuhteiltaan pitkille ihmisille sopimattomia.

Sopusuhtaisessa vartalossa ajatellaan keskikohdan asettuvan haaran kohdalle eli pääläelle ja jalkateriin on suunnilleen sama pituus. Vyötäröstä on sama matka kainaloon ja haaraan. Käden pituuden tulisi kohdentua niin, että kyynänpää on vyötärön ja ranne haaran kohdalla. Puolivälissä jalkaa on polvi.¹⁸ Ihmiset ovat pitkiä, lyhyitä ja eri muotoisia, mutta pituuslinjojen ajatellaan siitä huolimatta usein olevan edellä mainitun kaltaisia.

Vaaketussuunnittelijat käyttävät Nuutisen¹⁹ tutkimuksen mukaan kolmenlaisia kuvituskuvia esitellessään uuden sesongin ensimmäisiä ajatuksia. Kuvituskuvat voivat olla realistisia, tyylliteltyjä tai abstrakteja. Vartalo ja sen päällä olevan vaateen materiaali on kuvattu todellisuutta vastaaviksi. Tyylliteltyssä kuvassa puolestaan vartaloa ja vaateen mittasuhteita on venytetty. Lisäksi tyylliteltyssä kuvituskuvassa materiaalien ilmaisu on korostunut. Abstraktissa kuvituskuvassa pelkistäminen on viety niin pitkälle, että vaateen muoto, materiaali ja väri ovat tärkeämpiä kuin itse vaate. Vartalo ja vaateen mittasuhteet on vääristetty. Kaikissa kolmessa kuvituskuvatyyllissä yhteistä on ihmisvartalon pituus- ja mittasuhteiden venyttäminen. Realistisessa kuvassa ihmisen pään osuus on 1/8, tyylliteltyssä kuvassa pään suhde muuhun vartaloon on 1/10 ja abstraktissa kuvassa jopa 1/13. Pää on kuitenkin piirretty tavallista pienemmäksi, mikä on tyyppillistä kuvituskuvissa. Suosittua on piirtää pitkät jalat ja samassa suhteessa pidennetään käsivarsia. On mielenkiintoista pohtia, miksi kuvituskuvien pitkät vartalot uusine muotiluomuksineen ovat silmälle miellyttävämpiä katsoa kuin, jos ne esitettäisiin keskimittaisen vartalon päällä kuvattuna.

Muoti- ja vaaketussuunnittelijan näkökulmasta ihmisvartalo ja sen muoto edustavat kahta tarkoitusta, kolmiulotteista muotoa ja sen pintaa. Ensinnäkin, jos vartalon muoto on vaikkapa suoralinjainen, ajatellaan, että vaateen kuvio tai leikkaus voi olla voimakaslinjainen. Muoto edustaa struktuurisia vaateen osia, jotka liittyvät kehon ulkomuotoihin ja täydentävät niitä. Toisaalta, jos vartalon muoto on täyteläisempi, vaateen muotokin voi olla massiivisempi ja runsaampi. Tällöin muoto käsitteenä edustaa ääriviivoin rajattua vartaloa itseään, jota täydentävät ihmisen anatomiset ulkonemat ja jota

¹⁷ Croll 2014, 34

¹⁸ Anttila & Jokinen 2000, 23

¹⁹ Nuutinen 2004, 181–182

iho peittää. Suunnittelijalle ihmisvartalon muoto on kangas, alusta, joten jälkimmäinen merkitys on ensisijaisen tärkeä.²⁰ Pitkienkin ihmisten vaatteissa olisi tilaa tehdä kuvioita ja mielenkiintoisia ratkaisuja. Usein käy kuitenkin niin, että vaatteita valmistetaan suurille joukoille, jolloin lukumäärältään pienemmät ryhmät, kuten pitkät ihmiset, jäävät tarjonnan ulkopuolelle.

Aakko kertoo²¹ Marc Le Bihan työskentelystä vaatetussuunnittelijana. Luovan henkilön on huomioitava valmistustekniset rajoitukset, mutta samaan aikaan on oltava tietoinen olemassa olevista valmistuksen vaihtoehdoista. Tarkoituksena ei ole vain käyttää materiaaleja, vaan on tiedettävä, kuinka niitä käytetään ja kuinka on mahdollista muuttaa asioita. Usein tuotannosta vastaavat paikalliset valmistajat, mutta suunnittelijalla on monitahoinen rooli työskennellä läheisesti kontrolloiden ja valvoen kaikkia suunnittelun vaiheita suunnittelusta valmiiseen tuotteeseen. Tällä viittauksella haluan korostaa sitä tosiasiaa, että pitkät henkilöt ja heidän tarpeensa on unohdettu. Vaatisi pienen lisäponnistuksen suunnittelijan ja kaavoittajan työsarkaan, jotta pitkät ihmiset pääsisivät nauttimaan vaatetusteollisuuden hedelmistä. Viimekädessä tuotantoon ja sen laajuuteen vaikuttavat tehtaiden ja brändien omistajat, joiden intressinä on maksimaalinen taloudellinen hyöty toiminnan jatkuvuuden kannalta.

Parsons²² käsittelee samaa aihetta kuvailemalla luottamuskriisiä, joka syntyy suunnittelijan eri työtehtävien huomioimisessa. Käytännön näkökohtien lisäksi suunnittelijan on otettava huomioon projektin toiminnallinen, symbolinen, esteettinen, välittävä ja jopa sosiaalinen ja poliittinen ulottuvuus. Annettujen suunnittelutehtävien ja ongelmien ratkaisussa on lukuisia mahdollisuuksia. Vaikeuksia voi syntyä silloin, jos esimerkiksi toiminnallisiin tarkoituksiin soveltuvilla materiaaleilla on väärät symboliset merkitykset. Esimerkiksi vaatetusosalalla polyesteri ei ole enää tänä päivänä suosittu materiaali, mutta kierrätetty polyesteri on kuitenkin jo markkinoilla. Kestää ehkä kuitenkin jonkun aikaa ennen kuin ihmisten mielikuva polyesteristä muuttuu. Parsons²³ jatkaa suunnitteluprosessin kokonaisvaltaisen hallinnan ja monimutkaisuuden tuovan lisää ongelmia suunnitteluun. Tätä kutsutaan ”ongelman epävakaudeksi”, eli kehitetyt suunnitteluratkaisut paljastavat odottamattomia ja uusia ongelmia. Seurauksena on, että alkuperäistä ongelmaa ratkaiseva tuoteidea voi muuttua niin voimakkaasti, että suunnittelijan on palattava takaisin lähtöruutuun. Monet teoreetikot ovat huomauttaneet tästä muotoilun piirteestä, jossa suunnittelijoilla on tarve nostaa keskipisteeseen tietyt tavoitteet ja mahdollisuudet niiden saavuttamiseen, mutta samalla he unohtavat

²⁰ Ellinwood 2011, 51

²¹ Aakko 2016, 90

²² Parsons 2016, 32-33

²³ Parsons 2016, 32-33

alkuperäisen tarkoituksen. Suunnitteluprosessin aikana suunnittelijoiden on tarkasteltava tilannetta uudelleen keskittymällä toiseen ongelmaan ja tuomalla esiin erilaisia tavoitteita.

Sandy Blackin²⁴ mukaan ihmisen luovuus on taloudellinen voimavara, joka näkyy kykyinä kehittyä ja oppia uusia tekemisen tapoja. Samalla tuottavuus nousee ja elintaso kohoaa. Black nostaa esiin sellaista suunnittelijateoreetikkojen, kuten Victor Papanekin, Ezio Manzinin, Michael Braungartin ja William McDonoughin, ajatuksia uusista suunnittelun tavoista ja kokonaisuuksista. Edellä mainittujen teoreetikkojen mukaan suunnittelijoiden tulee olla yhteistyökykyisiä ja kykeneviä ottamaan vastaan ajatuksia ja vinkkejä kuluttajilta. Teoreetikkojen mukaan suunnittelijat ovat lisäksi vihdoin havainneet ekologisen kasvun tärkeyden, mutta eivät silti syvällisesti kykene ajattelemaan sitä eettisesti tai eivät ymmärrä paljoakaan ekomuodin metodeista. Tämä havainto on johtanut ”metadesign” -käsitteen kehittämiseen, kokonaisvaltaisen lähestymistavan liittyen kontekstiin, jossa suunnittelija ja harkittu suunnittelu kohtaavat. Black jatkaa teoreetikko Ezio Manzinin ajatuksesta, jonka mukaan Sustainable design käsite eli kestävä suunnittelu synnyttää suunnitteluverkostoja, jossa ”jokainen voi olla suunnittelija” ja joka koostuu yksittäisistä ihmisistä, yllätyksistä, voittoa tavoittelemattomista järjestöistä, paikallisista ja maailmanlaajuisista instituutioista.

Braungart ja McDonough²⁵, kemisti ja suunnittelija, vastaavasti kehittivät konseptin ”cradle to cradle”- käsitteen, joka luo tuotteita, joista saadaan ainesosia uusille tuotteille niiden käyttöikänsä lopussa. He ideoivat suunnitteluratkaisuja, joissa luodaan uusia järjestelmiä, jotka tuottavat hyvää suunnittelua huonon sijaan. On syntynyt myös uudenlaista, radikaalia suunnittelua, joka kääntää jo olemassa olevat suunnittelukokonaisuudet ylösalaisin ja liittää niihin usein mukaan huumoria. Tällä hetkellä tuotesuunnittelijat pyrkivät tarjoamaan yksinkertaisten tuotteiden lisäksi suunnittelupalvelua ja suunnittelun ratkaisuja, joista esimerkkinä käyvät tänä päivänä huippuun kehitetyt puhelimet. Suunnittelijoiden tehtävänä on ehdottaa uusia tapoja elää ja kuluttaa. Tähän yhteyteen sopii ajatus uudenlaisesta suunnitteluratkaisusta, joka huomioisi pitkien tarpeet. Maailmanlaajuisesti pitkiä ihmisiä on niin paljon, että uudenlaisen kaavoitusjärjestelmän kautta olisi mahdollista kehittää pitkille oma pituusmittoihin perustuva mallisto.

Kiteytän ajatukset Laurance Benaimin²⁶ viittaamiin huippusuunnittelija Thierry Muglerin sanoihin: Jokaisella muodolla on omat pituutensa, omat mittasuhteensa vartalon eri osien välillä ja nämä muodostavat kokonaisuuden. Esimerkkinä hän kertoo, minkälaiset leveälahkeiset housut hän itse valitsisi. Mugler kertoo olevansa uskollinen nahkahousuilleen, koska niiden olemassaolo, fyysisyys

²⁴ Black 2011, 53

²⁵ McDonough & Braungart 2009, 3-6

²⁶ Benaim 2001, 197

ja lihallisuus vahvistavat hänet vastaanottamaan kaiken hyvän ja pahan. Tartun tähän ajatukseen pitkien näkökulmasta. Eikö tämä sama ajatus vahvaksi tulemisesta tulisi toteutua jokaisen ihmisen kohdalla? Oli ihminen sitten pitkä, lyhyt, laiha, lihava, muodokas tai tasapaksuinen, olisi tasa-arvoista ajatella, että kaikilla ihmisillä olisi mahdollisuus pukeutua vahvistaen omia ominaisuuksiaan. Kokemukseni perusteella pitkällä ihmisillä on arjessa kuitenkin suppeammat mahdollisuudet pukeutua omien vartalopituuksiensa mukaan. Vaikka muotia on kautta aikojen esitelty kansainvälisissä muotinäytöksissä vahvannäköisten ja itsevarmojen pitkien huippumallien päällä, parantamisen varaa on tavallisten pitkien ihmisten vaatetuksessa ja samalla vahvistaa pitkien ihmisten itsetuntoa.

2.1 Pitkän käsite ja muita määreitä

Pituus on suhteellista ja voidaan kysyä, kuinka pitkä on pitkä, tai mikä on se senttimetritieto, joka tekee ihmisestä pitkän? Tämä on kysymys, johon ei ole oikeaa tai täydellistä vastausta. Kanadalaisen Home Stratosphere²⁷ julkaisun mukaan keskimääräinen pituus vaihtelee maittain, joten epäilemättä myös pitkien pituus vaihtelee maittain tai alueittain. Pitkää ihmistä Intiassa ei pidetä pitkänä ihmisenä Alankomaissa, jossa on maailman keskimääräisesti pisimmät ihmiset. Suomessa kansalaisten pituustietoja seuraa ja kerää Terveiden ja Hyvinvoinnin laitos (THL). Lastenneuvolat ympäri Suomen seuraavat lasten pituuden kehitystä. Varhaisessa vaiheessa havaitut kasvuhäiriöt mahdollistavat tarkemman ja yksilöllisemmän seurannan.²⁸ Kasvava hyvinvointi on kuitenkin mahdollistanut lasten ja nuorten pituuskasvun eli pituuskasvu ei aina merkitse häiriötä ihmisen kasvussa ja kehityksessä. Ylen tutkimuksen mukaan²⁹ tällä hetkellä suomalaisten naisten keskipituus on 167 ja miesten 180 senttimetriä.

Henkilökohtaisella tasolla ihminen vertaa aina omaa vartaloaan muihin. Vertaamme omaa pituutta toisiin, lyhyempiin ja pidempiin ihmisiin ja käsite pitkästä muuttuu. Muotivalokuvissa käytettävät mallit ovat usein muotipiirrosten mukaan erityisen pitkiä ja heidän vartalollaan muotivaatteiden esittely saa kankaan laskeutumaan paremmin kuin keskipituisella ihmisellä. Mikä näyttää hyvältä mallin päällä saattaa tarvita säätöä tavallisen kuluttajan päällä³⁰.

²⁷ Home Stratosphere 2021

²⁸ Terveiden ja Hyvinvoinnin laitos 2021

²⁹ Hallamaa 2019

³⁰ DeLong 1998, 227

DeLong on kehittänyt vaateen visuaalisen ja esteettisen kokonaisuuden apparel-body-construct (ABC), jonka Ritva Koskennurmi-Sivonen³¹ on suomentanut käsitteeksi V(aatteet)-I(hminen)-K(okonaisuus). Muodin kehittyessä katsojan suhde omaan vartaloon saa vaikutteita tästä VIK-käsitteestä. Kokonaisuus muodostuu fyysisistä ominaisuuksista ja vaateen yksityiskohdista. V(aatteet) luovat silmillä nähtävän päällimmäisen kerroksen, jonka alla I(hminen) antaa K(okonaisuudelle) sisuksen.

Katsojalle kuva muodostuu visuaalisesti väreistä, kuvioista, muodoista ja materiaalien pintarakenteista. Katsoja, joka havainnoi näkemäänsä, voi olla vaateen käyttäjä tai ulkopuolinen havainnoija. Katsojan ominaisuudet ovat yleensä stabiileja tai muuttuvat hitaasti, kuten tapahtuu esimerkiksi persoonallisuuden, iän ja sukupuolen kohdalla. Toisaalta nimenomaiseen tulkinnan hetkeen vaikuttavat sen hetkiset ajatukset, odotukset ja mielentilat. Kaikki nämä osatekijät vaikuttavat katsojan tapaan nähdä kohteensa. Havaintokokonaisuuden yhtenä tärkeänä osana on tilanne, tilaisuus tai asiayhteys, jossa havainto tapahtuu. DeLong tarkoittaa fyysistä ja kulttuurista kontekstia. Fyysisestä puhuttaessa tarkoitetaan paikkaa ja tilannetta, joihin vaikuttavat valot, värit ja tekstuurit. Kulttuurinen aika, paikka, sijainti, ilmasto, yhteiskunnalliset arvot ja ihanteet muodostavat taas oman kontekstinsa. Katsojan oma kulttuurinen tausta ja henkilöhistoria vaikuttavat myös havaintoihin.³² Edellä mainittuun kokonaisuuteen voidaan mahduttaa kuuluvaksi myös pitkät ihmiset. Tuntemuksena kuitenkin on, että vaikka on pyrkimys hyvään ja tasa-arvoiseen kohteluun, niin totuus arjen palveluista ja tarjonnasta on kuitenkin toinen. Pitkät on huomioitu huonosti tai ei ollenkaan.

Aikasalo³³ pohtii väitöskirjassaan naisellisen pukeutumisen viehättävyyttä ja toteaa sen kuitenkin olevan kovin epämääräinen. Viehätysvoimaa kuvataan paljolti miesten näkökulmasta. Naisellinen nainen -käsitteeseen liittyvät usein sanat sirous ja sulokkuus. Onko jokaisen naisen halu tulla kohdelluksi pienenä ja sirona, käpertyä voimattomana ison miehen kainaloon? Onko kyse yhteiskunnassa opituista asioista vai primitiivinen vietti? Vai yksinkertaisesti mittasuhteista. Mahtuuko tähän käsitteistöön pitkä nainen? Väitöskirjassaan Aikasalo³⁴ kertoo naisten viehättävyyden alueen, nimittäin sääret, joiden haluttiin näyttävän pitkiltä ja niitä korostettiin saumasukilla. Tämä on yksi esimerkki siitä, miten pituutta ikään kuin ihannoidaan piilotetusti.

Teollisen ja kaupallisen muodin vartaloihanteet ovat vaihdelleet 1900-luvulta aina nykypäiviin asti. Tässä tutkimuksessa niitä ei käsitellä, seuraavia malleja lukuun ottamatta.

³¹ Koskennurmi-Sivonen 2003, 126–128

³² DeLong 1998, 11–22

³³ Aikasalo 2000, 85

³⁴ Aikasalo 2000, 88

Muotimaailman historiassa sisarukset Suzy Parker ja Dorian Leigh Parker olivat ensimmäiset 1900-luvun huippumallit, noin 50-luvulta 70-luvun alkuun. Suzy teki myös mittavan uran näyttelijänä ja Dorian oli tiettävästi ensimmäinen kovapalkkainen huippumalli. Fyysisesti sisarukset erosivat toisistaan, Dorian oli pituudeltaan vain 165 cm pitkä, kun taas Suzy oli reilusti häntä pidempi, noin 178 senttimetrin pituinen. Tuohon aikaan Suzya pidettiin pitkien jalkojen vuoksi jopa liian pitkänä malliksi, mutta mielipiteistä välittämättä hän jatkoi mallin töitä näyttelemisen ohella ja sai kunnian ”First supermodel” -ilmiön synnystä. Hänen menestyksensä viitoitti tietä seuraaville pitkäsäärisille malleille aina 60-luvulta tähän päivään. Ensimmäisenä supermallina pidettiin myös Ruotsissa syntynyttä 170 cm pituista Lisa Fonsagrivesiä, joka toimi mallina samaan aikaan Parkerin sisarusten kanssa. Aikakauslehtien sivuilta välittyi hänen tiimalasivartalonsa ja häikäisevä kauneutensa, jotka loivat aikakauden naisihanteita.³⁵

On surullista ja hiukan hämmentävääkin ajatella, että vielä 2020-luvulla Suomen katukuvassa kulkeva pitkä ihminen saa osakseen katseita, joilta keskipituiset saavat olla rauhassa. Muotimaailmassa sen sijaan pitkät mallit olivat heti suosiossa, kuten Parkerin sisaruksista mainitsin. Luulisi, että historiaa olisi riittävästi jo takana päin ja että kaikilla olisi tilaa elää omana itsenään, vaikka VIK-mallin mukaista eheää vaatetuksen kokonaiskuvaa ei olisikaan kaikille tarjolla.

2.2 Pituus ja minuus

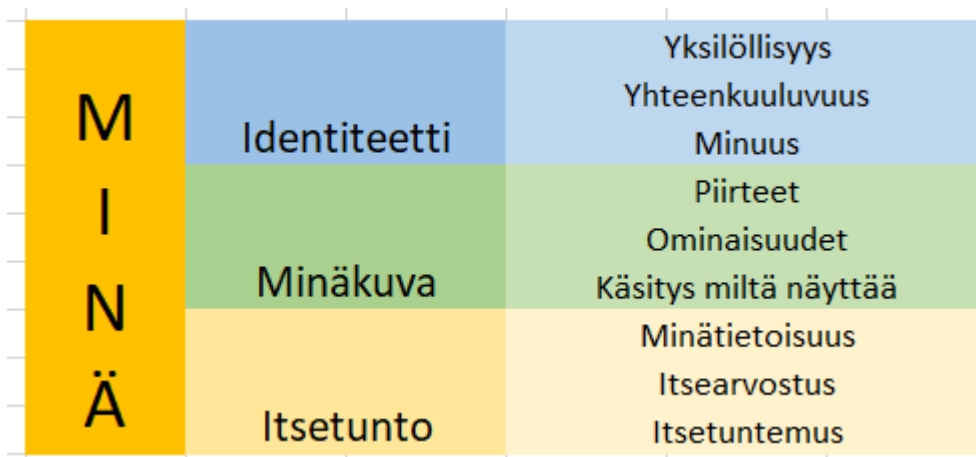
Olen työssäni vuosien aikana kuullut monia pitkien ihmisten tarinoita ja koskettavimpia ovat olleet erilaiset kasvutarinat. Kun ihmiset ovat asiakaskohtaamisissa kokeneet luottamuksen tunteen, ovat he avautuneet hyvinkin henkilökohtaisista kokemuksista. Varmuus omasta kehosta ja luottamus itseen voivat olla elämänmittainen kasvutarina riippuen siitä, kuinka pitkä ihminen kokee saavansa tukea ympäristöstään.

Pureuduttaessa pitkän ihmisen minuuden muodostamiseen, on käsitteistökokonaisuus sama kuin kenellä muulla tahansa. (Kuvio 2.) Kysyttäessä Kuka minä olen? Päivi Niemi³⁶ pohtii minän muodostumista sellaisten peruskäsitteiden kautta kuin **itsetunto**, **minäkuva** ja **identiteetti**. Kokonaisuus alkaa rakentua alimmaisesta kerroksesta, itsetunnosta. **Itsetunto** on itsensä tuntemista eli ihminen arvostaa ja luottaa itseensä. Kun ihminen on tasapainossa itsensä ymmärtämisen ja arvostamisen kanssa, hän osaa suhtautua myös muihin ihmisiin heitä kunnioittaen ja arvostaen.

³⁵ Croll 2014, 29

³⁶ Niemi 2013, 15–16

Toisena kokonaisuutena on **Minäkuva**, joka rakentuu ihmisen kasvaessa ja kehittyessä. Ihminen tulee tietoiseksi esimerkiksi älykkyydestään, ulkonäöstään, sukupuolestaan ja ominaisuuksistaan. Minäkuva pysyy melko muuttumattomana, kun taas itsetunto saattaa vaihdella lyhyenkin ajan sisällä. Sosiaalinen ympäristö, eritoten oma perheyhteisö, vaikuttaa suuresti minäkuvan ja itsetunnon kehittymiseen. Eri piirteet, ominaisuudet ja käsitykset muuttavat merkitystään eri ajanjaksoissa. Turvallisuuden tunteen kokeminen synnyttää terveen itsetunnon ja myönteisen minäkuvan. Näiden kokonaisuuksien pohjalta muodostuu **Identiteetti**, joka on ihmisen kokonaisvaltainen käsitys itsestään. Myös sen kehitys jatkuu läpi elämän. Tärkeää on, että valinnat ja arvomaailma ovat lähtöisin ihmisen omasta sisimmästä, eikä ulkopuolisilta omaksuttu. Vahva ja eheä identiteetti on tarina ihmisen omasta elämästä.



Kuvio 2. Itsetunnon ja Minäkuvan kautta rakentuva Identiteetti eli kokonaisvaltainen käsitys ihmisestä itsestään. Soveltaen Niemi 2013, 15–18.

Narratiivien tapa³⁷ on korostaa ajallisuutta kysymyksessä ”kuka olen?”. Yksilön oleellisia ominaisuuksia ja määritteleviä piirteitä kutsutaan laadulliseksi identiteetiksi. Sillä tarkoitetaan yhden asian tietynlaisuutta tai erityispiirrettä. Siihen liitetään muun muassa kansallinen, uskonnollinen, seksuaalinen, ammatillinen identiteetti, erilaiset kyvyt, taipumukset, ryhmäjäsenyydet ja aikaansaannokset. Muut ihmiset ovat sosiaalinen peili, jonka kautta asenteet heijastuvat yksilön omakuvaan. Sosiaalisessa peilissä nähtävät ominaisuudet voivat olla ajallisia, mutta niitä ei organisoida samaan tapaan kuin elämäkerrallisessa ajattelussa. Kyse on objektiivisten faktojen sijasta tulkinnasta. Faktoihin perustuvassa näkökulmassa jokaisella ihmisellä on toisistaan erottavia ominaisuuksia. Ominaisuudet ovat luonnollisia eli synnynnäisiä piirteitä, mutta lisäksi elämän aikaiset tapahtumat ja nautittu ravinto aiheuttavat muutoksia synnynnäisiin ominaisuuksiin.

³⁷ Laitinen 2009, 83

Ihanneminää muokkaavat ihmisten välinen vuorovaikutus ja lisäksi vahvistajana toimii ihmisen oma tahto ja päätökset.

Kun tavoitellaan omaksuttuja ihanteita ja toteutetaan kykyjä, niin tällöin pyritään muovaamaan synnynnäisiä ominaisuuksia lähemmäs ihanneminää³⁸. Toisaalta ihmiset eroavat toisistaan omaksuttujen tottumusten, tapojen ja tyylien perusteella. Näihin on vaikuttanut eletty elämä, joka on automatisoitunut itseään toistavaksi. Viime kädessä ihmiset eroavat sosiaalisesti heille ulkopuolelta annettujen määreitten tai myönnetyn aseman suhteen. Julkisuus, kansalaisuus ja äänioikeus ovat määreitä, jotka joltain osin ovat riippumattomia ihanteista, pyrkimyksistä ja tottumuksista. Itsetulkinnallinen teoria vastaa kysymykseen, millainen ihmisen persoona on, mutta ei selvennä vastausta identiteetistä. Jos ihminen samaistuu täydellisesti hyvien ja huonojen ominaisuuksien kanssa, tunnustaa ne omikseen ja ne ovat hänelle merkityksellisiä, voidaan puhua identiteetistä.

Peiliteorian³⁹ mukaan ihminen tarkastelee itseään ulkopuolelta ja ulkopuolisin silmin. Hän näkee ja kokee itsensä objektina, joka on osa sosiaalista ja toiminnallista yhteisöä. Samalla hän kontrolloi omaa sopivuuttaan ryhmään, jossa hän toimii. Ryhmä luo tahtoen tai tahtomattaan säännöksiä, miten käyttäydytään ja pukeudutaan. Ihminen kehittyy sosiaalisesti ryhmässään ja näkee itsensä subjektina mutta myös objektina. Subjektikokemus on yksityinen ja toiminta saattaa tapahtua hetken mielihoituksesta. Objektiminää kontrolloivat toisten mielipiteet. Kyse on kuitenkin koko ajan samasta minästä. Objektiminään sisältyy tietoisuus yhteisesti sovitusta normeista, asenteista ja arvoista. Symbolis-interaktionistinen käsitys tarkoittaa sitä, että yhteisö osaa tulkita kielen lisäksi myös muita symbolisia merkkejä, joista pukeutuminen on keskeinen merkkijärjestelmä. Pukeutumisen koodilla ihminen reagoi sosiaaliseen tilanteeseen ja syntyneet merkitykset vahvistavat vuorovaikutusta yksilön ja yhteisön välillä. Pitkien ihmisten kohdalla subjekti- ja objektiminä eivät välttämättä pääse edellä kuvailtuun harmoniseen yhteyteen, koska ulkoapäin tulevat normit ja ohjeistukset voivat käytännössä olla vaikea toteuttaa. Etikettipukeutumisen ohjeistuksen noudattaminen on joiltakin osin haastavaa yksinkertaisesti siitä syystä, ettei sopivia vaatteita ole tarjolla.

Symbolinen interaktionismi⁴⁰ tutkii ihmisten välisiä tapahtumia. Ihmisen minuuden ja muun maailman välisissä toiminnoissa nähdään tärkeänä osapuolten välinen vuorovaikutus eikä niinkään keskitytä tapahtumien osapuoliin. ”Interaktio” tarkoittaa juuri tätä. ”Intersubjektiivisuus” tarkoittaa ”subjektien välisyyttä” eli mitä ihmisten välisissä suhteissa tapahtuu. Perinteisiin filosofisiin

³⁸ Laitinen 2009, 84

³⁹ Koskennurmi-Sivonen 2012, 73–75

⁴⁰ Hankamäki 2015, 17

kysymyksiin minuuden olemassaolosta etsitään vastauksia näistä symbolisen interaktionismin lähtökohdista.

Ihminen rakentaa itseään ja identiteettiään suhteessa toisiin⁴¹. Yksilötasolla jokainen ihminen muodostaa käsitystä itsestään vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa ja hänellä on halu vahvistaa arvostusta, joka toimii molempiin suuntiin. Ympärillä olevat merkittävät toiset ovat tärkeitä ihmisiä, jotka omalla palautteellaan ja suhtautumisellaan vaikuttavat ihmisen itseymmärrykseen ja arvostukseen. Kun ihmistä arvostetaan ja kunnioitetaan, hän myös jakaa saman kokemuksen eteenpäin. Yksin ajattelu on samalla myös pohdintaa ja ennakoitua, arvioidaan itsenäisesti muiden tulevia reaktioita.

Seddiki⁴² pohtii Wolfin sanoin sitä, miten ihminen voi vaatetuksen avulla tukea tai korostaa omaa identiteettiään. Kun oma mielikuva itsestä, omasta vartalosta, vahvistuu, voi ihminen luoda lukuisilla pukeutumisen kerroilla ikään kuin kerros kerrokselta itselleen vahvempia, ulkoapäin iskuja vastaan ottaviksi kerroksiksi. Vaatetus on samalla kertaa itseilmaisua ja itsensä rakentamista halutunlaiseksi kokonaiseksi persoonaksi.

Kautta aikain naiset ovat painiskelleet ulkonäkönsä suhteen. Aikasalon⁴³ väitöskirjassa eräs haastatteluhenkilö kertoo olleensa nuorena hoikka mutta mielestään liian rintava. Hän kuvailee pukeutumistaan ja tyytymättömyyttään omaa vartaloaan kohtaan. 1950-luvun muoti ei hänen mielestään ollut sopiva hänen vartalolleen ja hän mainitsee lisäksi, että oli nuorena omasta mielestään liian pitkä. Tämän tyyppisiä mainintoja henkilön omakohtaisesta pituuskokemuksesta on löytynyt vähän. Lisäksi haastateltava koki pituuden negatiivisena ja massasta erottuvana, joka oli aikakaudelle tyypillistä.

Meadin viiteryhmäteoriaa soveltaen Hankamäki⁴⁴ toteaa ihmisen minuuden kehittyvän sen ryhmän asenteiden viitoittamana, johon hän haluaa kuulua. Suuressa määrin yksilöt hakeutuvat ryhmään, jonka jäsenten ominaisuuksiin on helppo samaistua. Pitkien ihmisten kohdalla pituus on ulkoinen yhdistävä tekijä, mutta voisiko ajatella myös niin, että kokemukset, vaikka niitä ei ääneen lausuttaisi, ovat yhdistäviä tekijöitä pitkien ihmisten keskuudessa.

Pitkän ihmisen identiteetin muodostuminen vuorovaikutuksessa ympäröivässä yhteisössä on samalla sosiaalinen peili, jossa jokaisen yksilön oma persoona vaikuttaa ryhmän muihin jäseniin ja samalla yksilö täydentää kulloinkin valitsemaansa ryhmää. Myös yksilön oma persoona muuttuu ja kehittyy

⁴¹ Laitinen 2009, 171

⁴² Seddiki 2010, 124–125

⁴³ Aikasalo 2000, 116

⁴⁴ Hankamäki 2015, 200

muiden vaikutuksesta. Jos pitkä ihminen on kohdannut epäasiallista kohtelua, identiteetin muodostuminen on saattanut häiriintyä. Tämän tutkimuksen yhtenä tavoitteena on selvittää pitkän ihmisen identiteetin kasvua ja henkistä voimistumista. Yksilöiden erilaisuus vahvalla identiteetillä vahvistaa myös erilaisia ryhmiä ja yhteisöjä.

2.3 Oleksää joku koripalloilija? - Stereotypiat ja kliseet

Toisinaan kaupan kenkäosastolla saattaa käydä niin, että pitkän ihmisen tavatessaan keskimittainen ihminen lohkaisee: ”Kanootit muuten myydään urheiluosastolla” tai kadulla tavatessaan murjaisee: ”Tuuleeko siellä ylhäällä?”, tarkoituksenaan olla vitsikäs. Suuressa väkijoukossa tämäntyyppiset lausahdukset tekevät kommentoijan olon ehkä varmemmaksi. Ikävänkuuloisia kommentteja ei ehkä aina ole tarkoitettu loukkaaviksi, mutta keskimittaiset ihmiset eivät yksinkertaisesti osaa ajatella, miltä pitkistä ihmisistä tuntuu. Erityyppiset ja -muotoiset vartalot ovat helppo pilkan kohde, vaikka yhtä suuri joukko ihmisiä vannoo kehopositiivisuuden nimeen. Some-kulttuuri on raaistanut ihmisten käyttäytymistä entisestään ja pilkkaavia kommentteja on helppo kirjoittaa nimimerkin takaa. Pituuteen liittyviä artikkeleita on viime vuosina julkaistu runsaasti, kuten myös lihavuudesta ja muista ulkonäköön liittyvistä seikoista.

Nostan tarkasteluun myös stigman⁴⁵, häpeämerkin käsitteen, jonka Erving Goffmann loi 1960-luvulla. Käsite tarkoittaa sosiaalista leimautumista, joka ei ole toivottavaa. Epämieluisa leimautuminen aiheuttaa häpeää ja itsearvostuksen vähenemistä. Leimautumistutkimus on perinteisesti keskittynyt psykologisiin lähestymistapoihin. Stigmatisoitunut eli epäsuotuisa leimautuminen tarkoittaa, että ihminen kokee ajautuneensa syrjäytyneeseen tilaan. Stigma on tutkimus tilanteista, joissa ”normaalit ja epänormaalit” kohtaavat, ja tavoista, joilla leimautunut ihminen voi kehittää positiivisemmän sosiaalisen ja henkilökohtaisen identiteetin.

Suomen tunnetuin pitkä mies lienee Väinö Myllyrinne (1909–1963), joka oli 248 cm pitkä. Hän loi itselleen maailman, jossa ”normaali ja epänormaali” maailma kohtasivat luomalla elinaikanaan pituudestaan tulonlähteen. Viime vuosina Pirkanmaalla ja Tampereella lehtien palstoilla on ollut näkyvästi esillä Sami Eerola, pituudeltaan 218 cm. Häntä tituleerataan tällä hetkellä Suomen pisimmäksi mieheksi, koska parikymmentä vuotta nuorempi ja pidempi mies ei ole halunnut tulla

⁴⁵ Kleinman 2009

julkisuuteen. Vähemmän tunnettu pitkä mies oli Myllyrinteen aikalainen Pitkä-Reinoksi kutsuttu Reino Rutanen⁴⁶ (1900–1964), joka oli 231 cm pitkä.

Kiinnostus pitkiin ihmisiin ei ole vähentynyt ajan saatossa. Pituuden tiedusteleminen on vakiokysymys, johon pitkät joutuvat monesti vastaamaan uuden ihmisen tavatessaan. Toisaalta on toisenlaistakin tutkimustietoa, esimerkiksi Englantilaisen *The Journal of Social Psychology* -lehden julkaisu vuodelta 1991 ja sen e-julkaisu vuonna 2010 ”Height Stereotypes of Women and Men”⁴⁷ kertoo tutkimuksesta, joka tutki naisten ja miesten pituuteen liittyviä stereotyppejä. Tutkimus tehtiin Yhdysvalloissa. Koehenkilöt arvioivat nais- ja mieskohteet, jotka olivat pitkiä, keskipituisia tai lyhyitä henkilöitä. Arviointikriteerejä oli seitsemän: sosiaalinen houkuttelevuus, ammatillinen asema, henkilökohtainen sopeutuminen, urheilullinen suuntautuminen, maskuliinisuus, naisellisuus ja fyysinen houkuttelevuus. Tulosten mukaan lyhyys toi miehille enemmän vastuuta ja pituus koettiin voimavarana. Naisten kohdalla lyhyys toi arvostusta. Tutkimuksen tekemisestä on kulunut aikaa ja mielikuvat ovat muuttuneet pituutta arvostavammaksi. Viimevuosien lehtikirjoittelun mukaan pituus on tuonut auktoriteettia pitkien ihmisten uravalintoihin.

Ajan kuluessa syntyy uudenlaisia stereotypioita, kuten kävi 1990-luvun puolella välissä. Supermallien suosio alkoi laskea ja 1980-luvun muodin ylilyönnit jäivät taakse. Ilmapiiri muuttui ja muodissa valtaan nousi ns. grunge -estetiikka, joka tarkoitti sotkuista, epäsiistiä, jopa huumeiden käyttäjää muistuttavaa ulkonäköä ja sen ihannoitua. Valtavirran mielipiteitä haluttiin vastustaa, jopa shokeerata. Ajankohta oli täydellinen uudenlaiselle mallityypille. Pituudeltaan vain 168 cm, epätavallisen kaunis ja langanlaiha Kate Moss edusti kaikkea sitä, mitä aiemmat uhkeat ja rintavat supermallit eivät olleet.⁴⁸ Kliseinen pitkä mallityyppi alkoi saada rinnalleen muunkinlaisia vaihtoehtoja näytöslavoille.

Suomessa toimi vuosina 1995–2016 Pieni ja Isokenkäiset ry (Pikry)⁴⁹. Aktiivisen toiminnan loputtua yhdistys ylläpitää edelleen sivustoa Facebookissa ja Twitterissä. Pikry esitellään valtakunnallisena kansanterveysjärjestönä, jonka jäseniä yhdistää erikoiskoko, ihmiset ovat pituudeltaan erityisen pitkiä tai lyhyitä. Yhdistyksen toiminta-aikana se pyrki vaikuttamaan valtakunnan päättäjiin, kun kyseessä oli rakentamisen, terveydenhuollon tai vaateteollisuuden haasteet. Yhdistys kantoi myös huolta nuorista ja heidän psyykkisestä kasvustaan sekä huomautti mm. lehdistöä termeistä hujoppi, koljatti, jätti, joita käytettiin monista pitkistä nuorista urheilijoista. Tänä päivänä Teksasista kotoisin oleva

⁴⁶ Savolainen & Enäkoski 2015

⁴⁷ Jackson & Ervin 1991

⁴⁸ Croll 2014, 33

⁴⁹ Pieni- ja Isokenkäiset ry 2021, Pikry

208 cm pitkä Maci Currin, jonka Instagram -tilillä *_maci.currin_* on yli 61000 seuraajaa, luo pituudestaan tarinaa kuvien keinoin ja tekee samalla pituutta tunnetummaksi ja arkisemmaksi asiaksi.

Suurten lukijamäärien toivossa tämän päivän uutisoinnin tapana on shokeerata näyttävin otsikoin ja valokuvoin. Vertailut pitkä – lyhyt voidaan kokea ikävänä. Opettavatko tämäntyyppiset uutiskuvat monimuotoisuuden suvaitsevaisuutta pitkille lapsille ja nuorille?

2.4 Standardit, mittaaminen ja kaavoitus

Suomessa standardoinnista vastaa Standardisoimisliitto SFS ry ja sen mukaan standardit⁵⁰ ovat *julkaisuja, joihin on kirjattu yhteisesti sovittuja vaatimuksia, suosituksia tai vaikkapa ominaisuuksia tuotteille ja niiden valmistukselle tai testaukselle sekä järjestelmille tai palveluille. Ilman näitä yhteisiä sopimuksia aremme ei olisi lainkaan niin sujuvaa ja turvallista.* Euroopan unioni⁵¹ tekee läheistä yhteistyötä eurooppalaisten standardisointijärjestöjen kanssa. Standardit toimivat säädösten ja tiedonantojen tukena.

Standardit tai niiden puute tarkoittaa pitkien ihmisten kohdalla käytännön tasolla monia ongelmia. Kaikki olemme lehdistä lukeneet pitkien tarinoita ahtaista lentokoneen istuimista tai liian matalista oviaukoista. On kuitenkin tapahtunut myös niin, että pitkä ihminen ei ole mahtunut ambulanssiin koukistamatta jalkojaan tai terveydenhuollon mittaus- tai hoitolaite ei ole ollut riittävä pitkälle ihmiselle. Julkisissa rakennuksissa hissit ovat saattaneet olla liian matalia tai pitkä ihminen mittatilauksena tehdyssä pyörätuolissa ei ole leveydeltään mahtunut hissien ovista sisään. Epäkohtien listaa voisi jatkaa loputtomiin mutta tässä tutkimuksessa fokus on pitkien ihmisten vaatekokemuksissa, siinä, millainen henkilökohtainen kokemus pituus on.

Millainen sitten on standardien mukainen ideaalivartalo? Vastaus riippuu siitä, keneltä kysytään. Ideaalivartalo teollisen tuotannon sujuvuuden näkökulmasta edellyttää standardeja eli standardit ovat menestystekijöitä tuotannolle, kaupallisille yhtiöille, jälleenmyyjille ja muulle teollisuudelle. Ideaalinen vartalon malli toimii silloin, kun mitat vastaavat suurinta osaa kuluttajia. Kuluttajien antama palaute vaikuttaa sisäänostajien päätöksiin, sisäänostajien ostot vaikuttavat taas tuotteita valmistaviin yrityksiin ja niiden tuotannollisiin toimintamalleihin. Ideaalivartalo muoti-ihanteiden näkökulmasta muokkaa kunkin aikakauden vartalon muotoa, figuuria, kaavamittojen lähtökohtia ja

⁵⁰ Standardisoimisliitto SFS ry 2020

⁵¹ Standardisoimisliitto SFS ry 2021

vartalon siluettia. Nämä yksityiskohdat muuttuvat taas pienimmästäkin muodin mielijohteesta.⁵² Lisäksi sosiaaliset ja kulttuuriset ihanteet muokkaavat ideaalista vartaloa.

Jokaisen vartalo on ainutlaatuinen, mutta monesti henkilö itse ei välttämättä tunnista omia yksilöllisiä ominaisuuksiaan. Yleisin tapamme katsoa toista henkilöä on se, että olemme huomaamattamme ikään kuin vuorovaikutuksessa samankaltaisiin ominaisuuksiin, joita meissä itsessämme on. Vertaamme näkemäämme itseemme ja muihin, havaitsemme samankaltaisuudet ja eroavaisuudet. Esimerkiksi määrittelemme sukupuolen tarkastelemalla muotoa tai ominaisuuksia, kuten pituutta tai vartalon kehitymisastetta. Tämä ajatusmalli asettaa puitteet ja kehykset, kun on kyse vuorovaikutuksesta vaateen ja vartalon välillä.⁵³

Yleisesti vaatteiden mitoituksessa otetaan jossain määrin huomioon vartalon ja raajojen pituuserot. Monet valmistajat tarjoavat housuista eri pituusvaihtoehtoja, mutta kuitenkin yläosissa, erityisesti hihoissa vastaavat vaihtoehdot ovat vähäisempiä. Vartalo muuttuu myös iän tai sairauden myötä ja haastaa standardit ja mitoitukset vastaamaan muuttuviin tarpeisiin, niin pitkällä kuin keskimittaisillakin ihmisillä.⁵⁴

Tuotesuunnittelussa ihmisvartalon mittasuhteiden tekemisen apuna on perinteisesti käytetty muutamia matemaattisia keinoja. Ihmisen pituutta voidaan kuvata janalla, joka on esimerkiksi Eberlen esityksen mukaan jaettu kahdeksaan osaan. Puhutaan kultaisen leikkauksen periaatteesta, jonka avulla saadaan aikaan sopusuhtaiset mittasuhteet. Matemaattisesti jana jaetaan siten, että koko janan suhde suurempaan osaan on sama kuin suuremman osan suhde pienempään.⁵⁵ Näin saadaan visuaalisesti sopusuhtaiset mittasuhteet vartaloon. Tähän visuaaliseen, silmää miellyttävään piirroksen verrattuna realistinen piirros vartalosta on lyhyempi, jos piirrokset aseteltaisiin rinnakkain arvioitavaksi.

Kaupallisesta vaatemallista tuotetaan eri koot tekemällä kaavasarjonta. Sarjonnalla tarkoitetaan vaatteiden peruskaavojen tai kuositeltujen kaavojen muuttamista eri kokoihin käsin tai tietokoneen avulla. Eri kokoja valmiina vaatteena tarkasteltaessa niiden tulisi silmämääräisesti arvioiden näyttää suhteessa keskenään samanlaisilta. Vaatteessa, jossa on kuvioita, kuvioaiheen koko ja jatkuvuus vaikuttaa vaatekokojen väliseen samankaltaisuuteen. Vaateen eri osien kokoa puolestaan on verrattava vartalon kokoon ja suhteutettava nähtävillä olevaan kokonaisuuteen.⁵⁶ Pitkille toteutettu

⁵² Armstrong 1986, 30

⁵³ DeLong, 1998, 106

⁵⁴ Risikko 2006, 97

⁵⁵ Eberle, Hermeling, Kilgus, Menzer & Ring 2002, 213

⁵⁶ DeLong, 1998, 226

kaavoitusjärjestelmä on tamperelaisessa Speci -yrityksessä tehty niin, että eri vaatekokojen pituudet pysyvät samana leveyden muuttuessa. Tämä poikkeaa perinteisestä sarjonnan tavasta, jossa kokojen suurentuessa kaava yleensä lyhenee.

Jo pitkään yrittäjänä ja vaatekauppiaana toimineena ihmettelen, miten harva vaatevalmistaja tarjoaa tuotteistaan eri pituusvaihtoehtoja. Tämän vuoksi olen ollut pakotettu myös valmistajan rooliin. Toki olen saanut koulutuksen vaatetus suunnittelijaksi, mutta ottaisin enemmän kuin mielelläni sopivan mittaisia vaatteita myymälääni. Muutamalle vaatevalmistajalle olen tarjoutunut avuksi mallistojen pituusvaihtoehtojen kehittelyyn, mutta yhteistyö ei ole onnistunut tähän mennessä.

2.5 Pukeutumisohjeista ja suunnittelun oppaista

Erilaiset pukeutumisoppaat opastavat oikeanlaiseen pukeutumiseen tilanteessa kuin tilanteessa. Työ- ja juhlatilanteisiin pukeudutaan tilaisuuden vaatimalla tavalla. Oppaat neuvovat tasapainoisen vaatekaapin luomiseen ja löytämään oman tyylikkyyden. Ne kertovat värien käytön mahdollisuuksista ja antavat vinkkejä virheostosten välttämiseen. Rooliin pukeutuminen voi tuoda ihmiselle vahvuutta, jota muuten ei saavuteta. Pukeutumisoppaissa ja ohjeissa ei esitellä erikseen hyviä ja toimivia vaateratkaisuja pitkille ihmisille. On saatettu ottaa huomioon vartalon koko käyttämällä sanaa iso tai suurikokoinen.

Mitä tulee bisnes- ja työpukeutumiseen⁵⁷, sen historia ei ole kovin pitkä ja yleisesti pukeutuminen ennen Ranskan vallankumousta 1700-luvulla oli kallista, näyttävää ja epäkäytännöllistä. Vallankumouksen jälkeen miesten pukeutuminen vakavoitui, koska heidän tuli ulkoisesti näyttää uskottavilta politiikassa ja työelämässä. Vaatetuksella luodaan uskottavuutta yhä tänäkin päivänä ja työvaatetuksen ulkonäkökoodit vaihtelevat eri toimialoilla. Pukeutumisessa paras lopputulos eri tilanteisiin yleensä syntyy, kun ihminen on tasapainossa oman vartalonsa suhteen ja on löytänyt itselleen sopivan tyylin.⁵⁸ Tässä tutkimuksessa en kuitenkaan pureudu tarkemmin työelämäpukeutumiseen, tai siihen, mitä se olisi pitkien ihmisten näkökulmasta. Se olisi kokonaan oma tutkimusaiheensa.

Pukeutumisohjeiden lisäksi pukeutumiseen vaikuttavat sääolosuhteet. Ulla Raskin⁵⁹ mukaan työvaatteilla on kaksi vuodenaikaa, talvikausi syyskuusta vappuun ja kesäkausi vapusta syyskuuhun.

⁵⁷ Kiistala & Niipola 2017, 21

⁵⁸ Ahola 2016, 186

⁵⁹ Rask 2018, 87

Materiaalivalinnoilla on vaikutusta vuodenaikapukeutumisen mukavuuteen. Talvella kannattaa suosia villa- ja tweedkankaisia vaatteita. Kesällä taas mukavimmat materiaalit vaatteissa ovat silkki, pellava ja puuvilla. Materiaalijako sopii kaikkeen vaatetukseen, ei pelkästään työvaatetukseen.

Bojer⁶⁰ kirjoittajakollegoineen ottaa kantaa henkilön pituuteen valittaessa oikeanlaista farkkumallia eri vartalotyypeille. Teoksessa kerrotaan mm. sopivia farkkuja etsittäessä, että on otettava huomioon henkilön pituus ja vartalon malli. Jos henkilö on hoikka, kerrotaan slim fit mallien sopivan hoikalle vartalotyypille parhaiten. Jos jalat ovat tukevammat, kapeneva malli on usein istuvin. Kirjoittajat korostavat myös, että farkkujen sopivuutta vartalolle on vaikea arvioida sovittamatta. Keskipituinen ja -kokoinen henkilö voi todennäköisesti käyttää sekä hoikempaa että löysempää farkkumallia. Ollaan myös sitä mieltä, että polvipituinen lahjepituus on käyttäjälleen usein edullisin. Kirjoittajat nostavat esiin ajatuksen, että mitä pidempi henkilö on, sen löysemmän farkkumallin voi valita. Lyhyemmät jalat näyttävät entistä lyhyemmiltä käytettäessä löysiä ja ylipitkiä farkkuja. Matala vyötärö taas korostaa lyhyttä entisestään. Toisaalta, jos farkut ovat oikealla vyötärön kohdalla ja lahkeen mitta oikean pituinen, jalat näyttävät pidemmältä myös käytettäessä löysää mallia. Nämä neuvot ovat pitkille henkilöille tietysti mukavia, mutta toisenlainen todellisuus paljastuu pitkien henkilöiden jalkautuessa ostoksille. Pääsääntöisesti farkkujen mitoitusta ja kokoja ilmoitetaan tuumakoossa, esimerkiksi 38/38, jossa ensimmäinen luku tarkoittaa vyötärönmittaa (waist) ja toinen luku lahkeen pituutta (length).

Ulkonäkö ja pukeutuminen ovat viestintää. Tavoitteena on vaatetuksen avulla tasapainoilla, mitä itse olemme tai mitä esimerkiksi työpaikkamme edustaa. Harva on täysin tyytyväinen itseensä, mutta vaatteilla voi antaa hyvän vaikutelman ja korostaa hyviksi näkemiään puoliaan.⁶¹ Kokonaisvaltainen ja positiivinen suhtautuminen itseen auttaa urakehityksessä. Mirva Saukkola⁶² nostaa ajatuksen, miten räätälöityjen vaatteiden valmistamisen myötä katoaa käsillä tekemisen taito, ja samalla naiset kadottavat hyväksyvän suhtautumisen omaan kehoonsa. Valmisvaatteet saattavat luoda naisille mielikuvan virheellisestä vartalosta.

Taitavissa käsissä vaatteiden valmistuksessa on mahdollista linjojen, muotojen ja materiaalien valinnan avulla kiinnittää huomio haluttuihin kohtiin, esimerkiksi pituuteen, sen häivyttämiseen tai korostamiseen.⁶³

⁶⁰ Bojer, Sims, Ehmann & Klanten 2016, 100–101

⁶¹ Ahola 2016, 187

⁶² Saukkola 2015, 12

⁶³ Zaman 2014, 54, 74

Pitkät amerikkalaiset NBA-koripallotähdet puolestaan saavat säännöllisesti tunnustusta tyylikkäästä vapaa-ajan ja kisamatkojen pukeutumisestaan. Ammattitaitoiset vaatturit ovat tehneet mittasuhteiltaan tyylikkääst puvut kaksimetrisille pelaajille. Puvun takeissa on pelaajien pukukoodin mukaisesti kaksi nappia, ja housujen lahkeet ovat niin pitkät, että ne ovat edestä laskoksella.⁶⁴

Kotiompelejoille laadituissa⁶⁵ ohjeistuksissa asiakkaan vartalon analysoinnissa neuvotaan olemaan hienotunteinen tarkkailtaessa vartalon eroavaisuuksia keskimittaisen mitoitukselta. Analysointitilanteessa halutaan keskustelunomaisesti saada selville asiakkaan ongelmakohdat, mitä hän haluaa peittää tai korostaa. Asiakkaan pituusmitat eivät aina vastaa keskimääräisiä mittasuhteita ja eivät vastaa myöskään mittataulukon mittoja. Ohjeistuksissa ei kuitenkaan näytetä kiinnitettävän huomiota vartalon pituuden sisällä olevaan epätasapainoon, silloin kun ihminen on keskimääräistä pidempi. Pitkä ihminen jää standardimittataulukoiden ulkopuolelle. On kotiompelejojen ja muiden vaatteiden tekijöiden vastuulla, miten pitkää vartaloa tasapainotetaan oikean pituisilla ja mittasuhteisilla vaatteilla. Mittatilauspuku⁶⁶ on henkilökohtainen ja kallis vaihtoehto, mutta myös monesti ainut vaihtoehto pitkälle miehelle. 190 – senttiselle tai pidemmälle miehelle pukuvalikoima on kapea ja erityisesti lyhyt.

Ompelutaitoisille David Coffin opastaa kauluspaitaa tehdessä ottamaan huomioon hihan istuvuuden ja sen pituuden. Istuvuuteen vaikuttaa hartioiden leveys. Sekä miesten että naisten paidan hihan pyöriön sauman tulee alkaa olkapään linjasta niin, että miehustan kappale ei putoa olkapäältä käsivarren puolelle.⁶⁷ Hän jatkaa, että riittävä pituus paidan hihassa perustuu rannekkeen tai mansetin tyyliin ja sopivuuteen. Teollisiin valmispaitoihin tehdään suurempi ranneke, jossa on kaksi nappia eri etäisyydellä, jotta sitä voi säätää sopimaan eri kokoisille ranteille. Lopputuloksena Coffinin mukaan on se, että valmispaitojen hihojen rannekkeet eivät ole juuri kenellekään sopivia. Mittatilaustyönä tehty paita on puolestaan valmistettu käyttäjälleen täydellisen sopivaksi, niin miehustan kuin hihan pituudenkin osalta. Mallin tai tyylin vaatiessa hiha laskeutuu kauniisti rannekkeen yläpuolelle ja pysyy paikoillaan käsivarsia liikuteltaessa. Hän muistuttaa, että tärkeintä on, että hihan pituus tuntuu oikealta ja ranneke asettuu juuri siihen kohtaan kuin halutaan. On helppo samaistua Coffinin ohjeistuksiin ja pitkät ihmiset ovat joutuneet monesti teettämään vaatteita, koska sopivan mittaisia on ollut mahdotonta löytää. Teettäminen on joillekin mahdollisuus toteuttaa omaa luovuutta ja

⁶⁴ Niipola 2014, 31

⁶⁵ Anttila & Jokinen 2000, 23

⁶⁶ Niipola 2014, 21–25

⁶⁷ Coffin 1998, 32

persoonallisuutta. Toisaalta teettäminen on myös kallista ja kaikilla ei ole siihen taloudellisesti mahdollisuutta.

Tänä päivänä naisten tulisi nauttia enemmän siitä mahdollisuudesta, miten he voivat muuttaa pukeutumistaan eri tilaisuuksiin erilaisilla asusteilla⁶⁸. Joidenkin ohjeiden⁶⁹ mukaan vain pieni ja siro ihminen voi käyttää pikkukuosisia vaatteita. On laadittu ohjeita, mikä sopii tai on tyylikästä eri vartalotyypeille. Yleisesti ajatellaan, että pystyraitainen kuvio pidentää ja poikkiraitaisella kuvioinnilla saadaan vastaavasti lyhentävä vaikutelma. Kookkaiden tai pitkien ihmisten vaatteissa suuret geometriset kuviot pääsevät oikeuksiin ja näyttävät hyvältä.⁷⁰ Monet pukeutumisen ohjeet ja neuvot ovat tänä päivänä kuitenkin suuntaa antavia. Tärkeintä on aina kunnioittaa tilaisuuden järjestäjää ja noudattaa annettua pukeutumisetikettiä.

Vaate jaetaan tiettyihin visuaalisiin osiin⁷¹, jotta sen eri osia olisi helpompi tarkastella ja analysoida. Menetelmän tarkoituksena on auttaa vaateen visuaalista ymmärtämistä. Kaikki, mikä on suoraan nähtävissä, eli vaateen väri, rakenne ja muoto, tarkoittavat visuaalista muotoa. Kokonaisuuteen vaikuttavat lisäksi ilmeikkäät asusteet sekä kulttuuriset merkitykset. Menetelmä perustuu järjestelmälliseen näkökentän ohjaukseen ja katsehavainnointiin, jossa ihminen katseellaan mittailee vaatetta tehden visuaalisia havaintoja. Taitavat ompelijat osaavat yhdistää materiaalin, asiakkaan vartalon ja sen mittasuhteet silmiä miellyttäväksi kokonaisuudeksi.

Yleisesti ottaen suunnittelu on tapahtumasarja, joka koostuu tietyistä suunnittelun periaatteista ja elementeistä. Eri tavoin yhdistettynä näistä saadaan aikaan uusia tuotteita, elämyksiä tai palveluja. Näitä käytetään kaikissa taiteen ja muotoilun muodoissa: muodissa, arkkitehtuurissa, graafisessa suunnittelussa, maalauksessa, kuvanveistossa, jopa musiikissa ja runoudessa. Näiden keinojen ymmärtäminen antaa suunnittelijalle laajan työkalupakin luoda uudenlaisia visuaalisia elämyksiä ja samalla hän osaa arvostaa kaikkia taidemuotoja.⁷²

Muotia lähestyttäessä muodin kuvaajan näkökulmasta, voidaan puhua myös illuusioiden luomisesta. Muotikuvaaja ei ole muotisuunnittelija, vaikka muotisuunnittelija voi olla kuvittaja. Muotikuvitukset tai -kuvaukset ovat lähempänä mainontaa. Muotisuunnittelua voidaan rinnastaa taiteilijoiden työhön, jossa taitavat tekijät välittävät muodin takana olevia viestejä ja fantasioita. Eri kuvataidetekniikoin voidaan luoda haluttu tunnelma valitulle tyyliin. Valokuvaus on pitkään ollut johtavassa asemassa

⁶⁸ Kiistala & Niipola 2017, 20

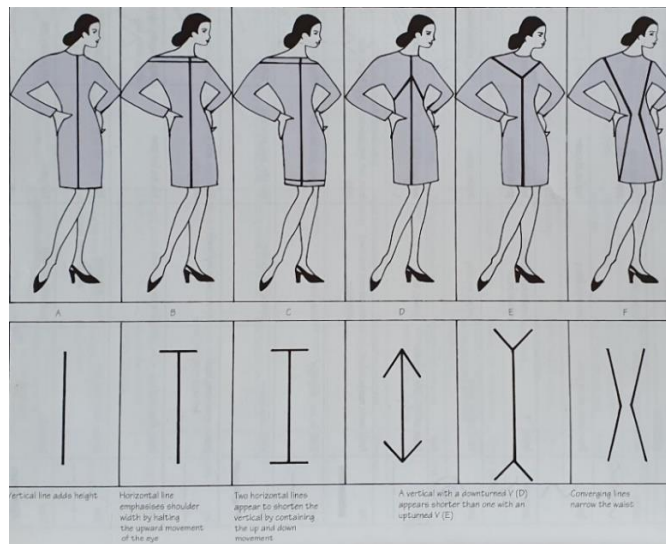
⁶⁹ Saukkola 2015, 94

⁷⁰ Anttila & Jokinen 2000, 38

⁷¹ Heikkilä-Rastas 2003, 62

⁷² Stecker 1996, 41

muodin ja muotokuvauksen kommunikointimenetelmänä, mutta yhä enemmän muotitaiteilijat nostavat suosiotaan heidän ainutlaatuisten tulkintojensa vuoksi. Kuvan ja valokuvan välinen raja hämärtyy myös tietotekniikan ansiosta. Valokuvan ollessa perustana, lahjakas tietokonetaiteilija voi viedä kuvan uudelle tulkinnan tasolle.⁷³



Kuva 2. Pamela Steckerin näkemys pystysuuntaisten linjojen visuaalisesta vaikutuksesta. Stecker 1996, s.44.

Suunnittelun elementit jakaantuvat viiteen osaan, jotka ovat viiva, muoto, arvo, väri ja rakenne. Näitä suunnittelun peruselementtejä voidaan verrata aakkosiin siinä mielessä, miten kirjaimet muodostavat sanoja ja perustan kielellemme monin eri variaatioin ja merkityksin, niin samalla tavalla suunnittelun elementit voidaan järjestää aina uudella tavalla ja saada lopputuloksiksi ääretön valikoima uusia malleja.⁷⁴ Kuvassa 2. esitellään viivaa varioimalla syntyviä erilaisia pystysuuntaisia linjoja, joita voi hyödyntää vaateen leikkauksissa. Pystysuuntaiset linjat antavat ihmisestä pidentävän vaikutelman, mutta jos pitkä linja katkaistaan vaakasuuntaisella viivalla, saadaan vaikutelma lyhyemmästä ihmisestä. Suunniteltaessa vaatteita pitkille ihmisille, tulee tämä tiedostaa. Elementtejä ja periaatteita voidaan käyttää vaatteissa kahdella tavalla. Rakenteellisella käytöllä tarkoitetaan niitä menetelmiä, joita käytetään vaateen varsinaisessa valmistuksessa, kuten esimerkiksi saumoja, tikkauksia, laskoksia, pääntien muotoja tai helman mallia. Rakenteelliset yksityiskohdat ovat paremmin havaittavissa vaatteissa, joissa on tavallinen kangas ja minimaaliset leikkaukset. Toinen käyttötapa tarkoittaa vaateen koristeellisuutta. Vaateen koristelutapoja ovat esimerkiksi helmikoristelu ja erilaiset kirjonnat, toisaalta koristeluun ja vaateen viimeistelyyn voidaan käyttää erilaisia

⁷³ Calderin 2013, 158

⁷⁴ Stecker 1996, 41

pitsinauhoja, punoksia tai nappeja. Hyvin suunnitellussa vaatteessa sen rakenne ja koristelu ovat sopusoinnussa vaateen käyttötarkoituksen mukaan.⁷⁵ Suunnittelun periaatteet ovat tapoja, jotka ohjaavat suunnitteluelementtien käyttöä. Nämä periaatteet ovat toisto, sävytys, rytmi, säteily, harmonia, kontrasti, hallitsevuus, suhde, tasapaino, ykseys. Suunnitteluideologioiden välillä voi termeissä ja painotuksissa olla eroja, mutta taustalla oleva teoria on sama.⁷⁶

Väri on tärkeää kaikessa suunnittelussa. Värit muodostuvat pääväreistä ja väliväreistä. Vaikka järjestelmät määrittelevät värit tarkoituksellisesti, niiden ulkonäkö riippuu tietyistä ympäristöistä. Kaikki värit muuttuvat ulkonäöltään kontekstin tai ympäristön muuttuessa. Vaalealle taustalle asetettu väri näyttää tummalta. Kun sama väri asetetaan tummalle taustalle, se näyttää vaalealta. Vastaavasti värikuvio, joka asetetaan vähän kylläntyneelle taustalle, näyttää suuremmalta kuin silloin, kun se asetetaan erittäin kylläntyneelle väritaustalle. Tapahtuu samanaikainen näköhavainto. Koska värejä nähdään harvoin erillään, samanaikaisten kontrastien vaikutus aiheuttaa värien ulkonäön muutoksen tietyssä harmoniassa.⁷⁷

Suunnittelun periaatteet ovat tekniikoita, joita suunnittelijat käyttävät muotoilun elementtien luomiseen. Periaatteet toimivat kolmella tavalla. Ensimmäinen kokonaisuus muodostuu liikkuvista osista, joita ovat toisto, porrastus ja rytmi. Toinen kokonaisuus käsittää suunnittelun kohokohdat, korostetaan jonkin osan hallitsevuutta tai kontrastia. Kolmantena puhutaan synteisistä, joka muodostuu esimerkiksi toistojen harmoniasta tai eri osien yhtenäisyydestä ja suhteesta. Nämä periaatteet kiinnittävät katsojan huomion suunnittelun yhteisiin näkökohtiin, integroimalla ja yhdistämällä niitä.⁷⁸

Kuvioon 3. on kerätty Bojerin, Coffinin ja Steckerin ajatuksia neuvoksi pitkän ihmisen pukeutumiseen. Kuvion taustalla on pitkän naisen ja miehen siluetit. Vaatteiden suunnittelijoilla on taitoa ja ymmärrystä eri vartalotyypin vaatimuksiin, mutta taloudelliset tavoitteet painavat monesti enemmän kuin kooltaan pienen ryhmän, tässä tapauksessa pitkien ihmisten toiveet. Bojer edustaa kuviossa vaatteiden alaosa, niiden eri luokittelu- ja lajittelumahdollisuuksia, Coffin puolestaan yläosa. Alaosissa, esimerkiksi teollisesti valmistetuissa farkuissa ja housuissa, on pituutta ilmoitettaessa käytössä tuuma- tai senttikoot. Riippuu pitkän ihmisen omista henkilökohtaisista taidoista ja kiinnostuksesta, miten hän pystyy teollisten vaatteiden viidakosta löytämään hänelle parhaiten sopivat vaatteet. Coffin edustaa mittatilaukseen perustuvaa vaatetusta, jossa

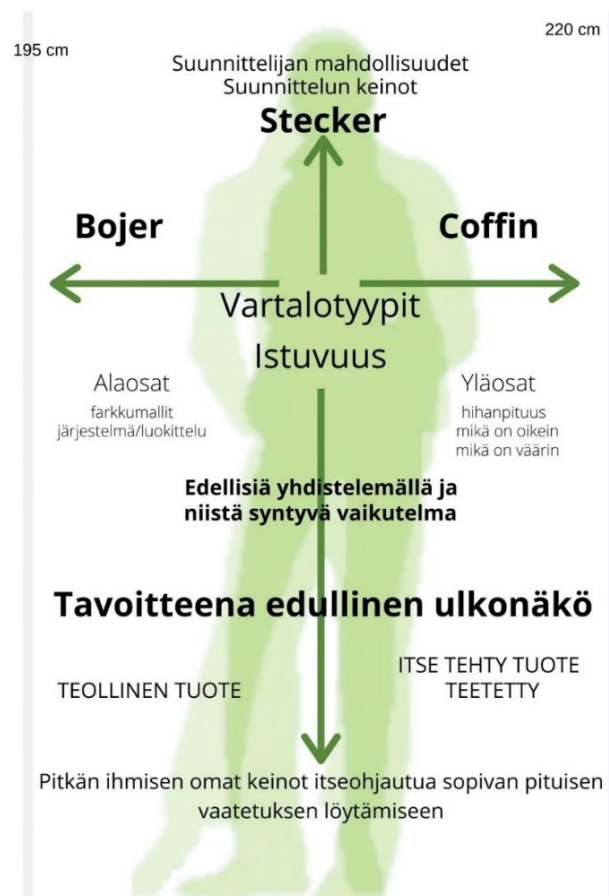
⁷⁵ Stecker 1996, 41

⁷⁶ Stecker 1996, 41

⁷⁷ Puhalla 2011, 84–88

⁷⁸ Stecker 1996, 67

henkilökohtaisella tekijä-tilaaja-kohtaamisella on suuri merkitys onnistuneen vaateen toteutuksessa. Teetetyllä tai itse tehdyllä vaatteella pitkä ihminen voi korostaa vartalotyypinsä parhaita puolia ja vaatia vaatteelta istuvuutta. Steckerin edellä esitetyt suunnittelun periaatteet ja elementit -ajatukset edustavat kuviossa vaatetussuunnittelijan mahdollisuuksia ja keinoja. Kuvion tarkoituksena on hahmottaa, kuinka teollisia ja teetettyjä vaatteita yhdistelemällä saatu vaikutelma antaa pitkästä ihmisestä edullisen ulkonäön, joka on kaikille ihmisille ehkä tavoitteena.



Kuvio 3. Bojerin, Coffinin ja Steckerin ajatusten mukaan tehty yhteenveto pitkän ihmisen pukeutumisen mahdollisuuksista.

Oppaissa neuvotaan olemaan itselle armollinen ja huolehtimaan itsestään ulkoisesti voimiensa mukaan. Pyritään positiiviseen kierteeseen, itsestä huolehtiminen lisää omaa hyvinvointia ja jaksamista. Tyylikkyyden edellä on aina mukavuus, niin sisäisesti kuin ulkoisestikin.⁷⁹ Pitkä ihminen

⁷⁹ Kiistala & Niipola 2017, 186

on todellinen monilahjakkuus, jos ja kun hän kykenee poimimaan parhaimmat vinkit ja ohjeet alati muuttuvassa vaatetuksen maailmassa.

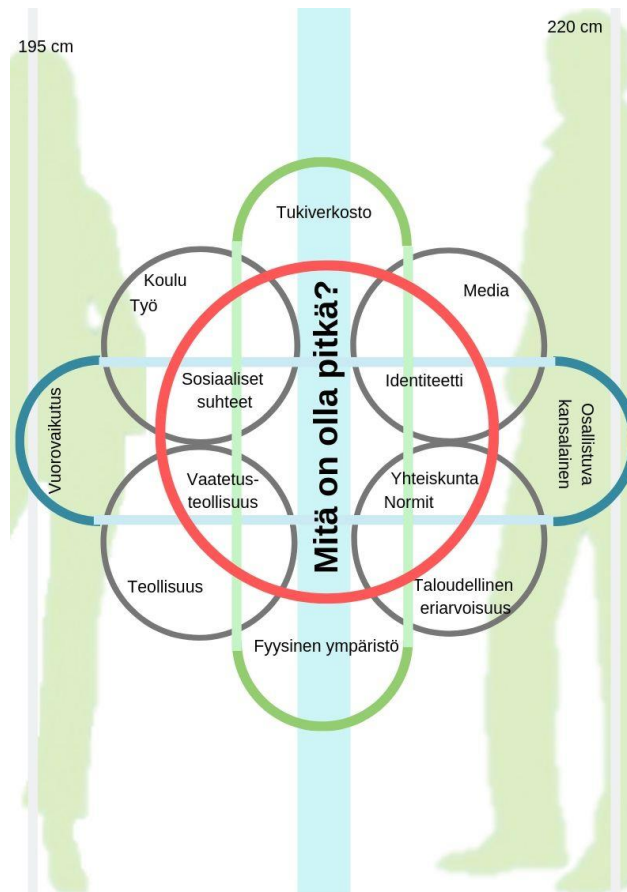
2.6 Tutkimustehtävä

Oman kokemukseni mukaan ja kirjallisuuskatsauksen tukemana vaikuttaa siltä, että pitkien ihmisten pukeutumiseen liittyvää ilmiötä on tutkittu vähän. Ainakaan pitkät ihmiset eivät ole olleet tutkimuksen keskiössä. Pitkistä tehtyjä artikkeleita ja julkaisuja on viime vuosina ollut lehdistössä runsaasti, esimerkiksi pitkien ihmisten terveyteen ja fysiologiaan liittyviä tutkimuksia on tehty. Arkipäiväisessä lehtikirjoittelussa sävy on kuitenkin monesti ollut sensaatiohakuista. Asialliset artikkelit ovat esimerkiksi liittyneet sukupuolirooleihin, menestymiseen työelämässä tai sopivien tuotteiden saatavuuteen. Ikävimpiä teemoja ovat pitkiä ihmisiä koskeva pituuden kommentointi, mikä vaikuttaa olevan jokamiehen ja -naisen oikeus.

Jäsentääkseni laajaa aihealuetta, laadin viitekehyskuvion (kuvio 4.). Viitekehyskuvion kuviokokonaisuuden taustalla on nais- ja mieshahmo, joiden pituus on ilmoitettu senttimetreissä, nainen on 195 cm ja mies 220 cm pitkä. Tämän pituisille ihmisille Speci -yrityksen kaavoituksella tehdyt vaatteet on ajateltu pituudeltaan riittävän. Viitekehyskuvion keskelle on koottu isoja kokonaisuuksia yksilön suhteesta yhteiskuntaan ja ympäristöön. Viitekehyskuvion sisällä oleva kysymys Mitä on olla pitkä? toimii näkökulmana niin koulu- kuin työelämään, median käyttämiin ilmaisuihin tai teollisuuden tuottamiin tavaroihin. Viitekehyskuvion uloimpiin osiin on tuotu mukaan myös käsitykset vuorovaikutus, tukiverkosto, osallistuva kansalainen ja fyysinen ympäristö. Nämä käsitykset valottavat sitä laajaa käsitemaailmaa, jossa kuvion kysymyksen on mahdollista toimia.

Vaaka-asennossa oleva soikio kokoaa vuorovaikutukseen ja osallistuvaan kansalaisuuteen liittyvät näkökulmat. Soikion sisään jäävät myös käsitteet sosiaaliset suhteet, identiteetti, vaatetusteollisuus ja yhteiskunta, normit. Pitkän ihmisen näkökulmasta voidaan pohtia identiteetin muodostumista vuorovaikutuksessa esimerkiksi oman lähipiirin ympäröimänä ja laajemmin, miten pitkä ihminen on yhteiskunnallisessa vuorovaikutuksessa osallistuvana kansalaisena.

Pystyasennossa oleva soikio kokoaa tukiverkostoon ja fyysiseen ympäristöön liittyvät käsitteet. Pitkän ihmisen näkökulmasta tukiverkoston tärkeys varsinkin kasvuiässä on huomionarvoisessa asemassa. Fyysisellä ympäristöllä tässä yhteydessä tarkoitetaan esimerkiksi julkisia rakennuksia, tiloja ja kulkuneuvoja.



Kuvio 4. Tutkimuksen viitekehys.

Soikioiden risteyskohdat tarkentavat ja rajaavat tutkimuksen aluetta. Risteyskohtiin jäävät käsitteet ja asiakokonaisuudet ovat sosiaaliset suhteet, identiteetti, vaatetusteollisuus, yhteiskunta ja sen normit. Nämä käsitteet toimivat aineiston keruun rajauksena. Sosiaaliset suhteet ovat läpi elämän tärkeässä roolissa ja tutkimuksen tarkoitus on selvittää, miten pitkän ihmisen sosiaaliset suhteet rakentuvat pituuden kokemuksen näkökulmasta. Tutkimuksen tarkoituksena on myös selvittää, poikkeako pitkän ihmisen identiteetin muodostuminen keskimittaisen ihmisen identiteetin rakentumisesta. Yrittäjä- ja vaatetusalan kokemuksensa vuoksi tutkijalla on tietoa pitkien ihmisten vaatuksesta, mutta tutkimus antaa pitkille ihmisille mahdollisuuden kertoa itse omat mielipiteensä tarjolla olevasta vaatuksesta. Yhteiskunta on rakennettu pääasiassa keskimittaisille ihmisille ja tämän tutkimuksen myötä pitkillä ihmisillä on mahdollisuus kritiikkiin tai kiitoksiin yhteiskunnan tarjoamista palveluista tai tuotteista. Viitekehyskuviassa tutkimuksen rajausta on korostettu punaisella renkaalla, jonka sisäpuolelle edellä mainitut käsitteet jäävät.

Keskiympyrän alueelle punaisen renkaan sisälle muodostui tutkimusaukko eli asiat, joita ei ole tutkittu vielä kovinkaan paljon. Keskeinen kysymys on siis ”Mitä on olla pitkä?”. Tämä kysymys ohjasi myös kyselyn suunnittelua alusta alkaen, joka oli valittu aineiston keruutavaksi.

Sosiaaliset suhteet käsittävät esimerkiksi perhe- tai parisuhteet, ystäväpiirin opiskeluissa, työssä tai harrastuksissa. Ihmisen identiteetin rakentuminen on taas monimutkainen prosessi ja monien tapahtumien summa, johon vaikuttavat sisäiset ja ulkoiset tekijät. Yhteiskunnassa vallalla olevat normit ja vaatetusteollisuuden tarjoamat sopivat tai epäsopivat tuotteet vaikuttavat pitkän ihmisen kokemukseen itsestään.

Viitekehyskuvio ohjaa aineiston keruuta ja käsittelyä sekä tulkintojen tekemistä. Viitekehyskuviota apuna käyttäen kiteytyivät tutkimuksen rajaus ja kysymykset. Tutkimuskysymyksiksi tarkentuivat laadulliset kysymysmuodot eli

Pääkysymys: 1. Millaista on olla pitkä?

ja alakysymykset:

2. Miten pituus vaikuttaa identiteettiin, sosiaalisiin suhteisiin, ja yhteiskunnassa toimimiseen?

3. Miten pitkä ihminen löytää sopivia vaatteita?

Pääkysymyksen muoto Millaista on olla pitkä? ajatellaan tässä tutkimuksessa synonyyminä tutkimuksen nimenä olevaan muotoon Mitä on olla pitkä?



Kuva 3. The fashion cat 2020, öljyvärei 1000x1900

3. Tutkimuksen toteuttaminen

Sadan vuoden aikana suomalaisten miesten keskipituus on kasvanut 12 senttimetriä, 166 senttimetrinä 178 senttimetriin. Tämän on mahdollistanut hyvä ravinto ja terveydenhoito. Näiden lisäksi geeniperimä on kasvattanut suomalaisten pituutta. Keskimääräinen pituus on kasvanut myös maailmanlaajuisesti viime vuosikymmeninä.⁸⁰

Yrittäjänä ja vaate-suunnittelijana olen monesti pohtinut pitkien ihmisten vaatekseen liittyviä pulmia. Tämän tutkimuksen tavoitteena on saada aikaan laajempaa tietoutta pitkien ihmisten elämään liittyvistä ongelmista. Halusin keskimittaisena ymmärtää pitkiä ihmisiä ja heidän tarpeitaan paremmin ja jakaa myös saamani tiedon muille pitkien parissa työskenteleville Tutkimukseni edetessä konkreettisempaan vaiheeseen eli kyselylomakkeen laatimiseen, tiedostin tarkemmin eri rooliani. Yrittäjärooliani pitkien ihmisten vaatepulmien parissa oli tutkimuksen lähtölaukaus. Vaate-suunnittelijan rooli on muodostunut saamastani koulutuksesta ja työkokemuksesta. Suunnittelijakoulutus on luonut pohjan vaatekseen perusasioista, vartalon mittasuhteista, kaavotuksesta ja materiaaleista. Tutkijana haluan suhtautua pitkien ihmisten ongelmaan mahdollisuutena, etsiä ja löytää niihin ratkaisuja. Tutkijan roolissa olen uuden äärellä ja määränpää, tutkimuksen tulokset ovat kutkuttavasti tuonnempana, esiripun takana.

Tässä luvussa kuvataan tutkimuksen toteuttamista. Alaluvut käsittelevät tutkimuksen metodologisia lähtökohtia, avaa teoreettista tutkimusotetta, aineiston valintaa ja keruuta sekä valittua analyysimenetelmää.

3.1 Metodologiset lähtökohdat

Tutkimukseni on kvalitatiivinen eli laadullinen. Laadullisen tutkimuksen menetelmään⁸¹ sisältyy kysymys mitä merkityksiä tutkitaan. Tutkijalta odotetaan täsmennystä, onko tarkoituksena tutkia merkityksiä, jotka liittyvät kokemuksiin vai käsityksiin. Yhteys ei aina ole yksiselitteinen, koska kokemus on aina henkilökohtainen ja käsitykset puolestaan nousevat yhteisön tavoista ajatella. Tutkimusongelmaa ja tavoitteita asettaessa on tiedostettava nämä eroavaisuudet. Tutkijana en kykene

⁸⁰ Tapiola 2016

⁸¹ Vilka 2021, 118

täysin samaistumaan tutkimuskohteeseeni eli pitkiin ihmisiin ja heidän kokemuksiinsa. Tulkitseen tutkimuskohdettani oman kokemukseni ja ymmärrykseni kautta.

Alasuutari⁸² kirjoittaa laadullisen tutkimuksen olevan tasaveroinen määrällisen tutkimuksen rinnalla. Monet tutkimukset ovat joko laadullisia tai määrällisiä, mutta tällainen kaksijakoisuus ja vastakkainasettelu ei ole välttämätöntä. Tutkijat sekä tieteellisessä että ihmistieteellisessä tutkimuksessa nojaavat tutkimustuloksissaan havaintoaineistoonsa eivätkä omiin henkilökohtaisiin mieltymyksiinsä tai arvostuksiinsa.

Kari Kiviniemen⁸³ mukaan laadullinen tutkimus on eri käsittelyvaiheiden sarja, joka koostuu tutkimustehtävästä, teorianmuodostuksesta, aineistokeruusta ja sen analysoinnista. Vaiheet kehittyvät joustavasti tutkimuksen edetessä. Nämä perustekijät risteävät toisiinsa ja tarkentuvat tutkimuksen kuluessa. Myös tutkimustehtävä tai aineistonkeruuta koskevat kysymykset tarkentuvat työn edetessä. Laadullinen tutkimus nähdään avoimena prosessina ja tutkijan tavoitteena on saada esiin tutkittavien näkemys ilmiöstä. Ilmiöön liittyvä arvoitus selittyy pala kerrallaan ja tutkimusmenetelmälliset ratkaisut tarkentuvat.

Laadullisesta tutkimuksesta verrattuna määrälliseen tutkimukseen on myös esitetty väitteitä, että laadullinen tutkimus on ominaisuuksiltaan positiivinen ja määrällinen negatiivinen. Voidaan siis ymmärtää laadullisen tutkimuksen suosio. Se nähdään esimerkiksi vuorovaikutteisena, luonnollisena, tarkoituksenmukaisena ja luovana. Laadullisessa tutkimuksessa kuvataan todellista elämää, siinä saatu tieto on syvällistä ja vivahteikasta. Yhteiskunnan muuttuvat ilmiöt taipuvat eksaktia määrällistä tutkimusotetta paremmin laadullisen tutkimuksen esitystapaan.⁸⁴

Laadullisen aineiston keruun suorittaa yleensä tutkija itse. Tutkimuksen edetessä aineistoon liittyvät näkökulmat ja tulkinnat muotoutuvat tutkijan pohdintojen mukaan. Tutkimuksen alussa esitetty tutkimusongelma tarkentuu kaiken aikaa ja tutkimuksen ratkaisuja tehdään työn johtoajatuksen varassa. Kentällä tapahtuva työskentely ja sieltä saatu kokemus voivat muuttaa tai vaihtaa tutkimuksen johtoajatusta. Tutkija analysoi myös tutkimuksen koko kehityskaarta eräänlaisena oppimistapahtumana. Tapahtunutta kehitystä halutaan hyödyntää esimerkiksi tutkimustehtävän kirkastumisessa ja uudenlaisen aineiston keruun toteuttamisessa.⁸⁵

Käytän laadullista tutkimusotetta tässä tutkimuksessa, koska se mahdollistaa kyselytutkimuksen aineiston keruussa vapaamuotoiset vastaukset. Pyrin ymmärtämään paremmin pitkiä ihmisiä ja

⁸² Alasuutari 2011, 31–32

⁸³ Kiviniemi 2015, 74

⁸⁴ Töttö 2000, 12, 19–20

⁸⁵ Kiviniemi 2015, 74–75

erityisesti heidän pukeutumishaasteitaan. Samalla pyrin nostamaan pituutta keskusteluihin sekä tarkastelemaan kriittisesti yhteiskunnassa ja kulttuurissa vallitsevia ajattelutapoja ja asenteita. Tässä tutkimuksessa on kyse myös toiseuden ymmärtämisestä.

Laadullinen tutkimus käsitteellistää tutkittavaa ilmiötä vähän kerrallaan työskentelyn edetessä. Kyse ei niinkään ole etukäteen valitun teorian testauksesta. Tutkimuksen kulkua johdattelee kuitenkin tutkijan tiedot ilmiöstä ja vähitellen käsitteellistyvät näkemykset ilmiön luonteesta. Tutkija ei lähtötilanteessakaan ole ”tabula rasa”, tyhjä taulu, vaikka laadullisessa tutkimuksessa yleensä korostuu tutkimuksessa kerätty aineisto. Aineistolähtöisyys ei pelkästään synnytä käsitteellistämistä, vaan käytännön näkökulmat suhteessa teorioihin käyvät vuoropuhelua. Tutkija saattaa kiinnostua tärkeiksi oletettuihin aiheisiin tutkimuskysymysten ja teoreettisten olettamusten mukaisesti tai toisaalta häntä voi alkaa kiinnostaa tutkimuskentältä nousevat näkökulmat. Tavoitteena on tuottaa uusia käsitteellistyskäsitteitä ja uutta teoriaa tutkittavasta ilmiöstä.⁸⁶

3.2 Hermeneuttinen tutkimusote

Hermeneuttinen tutkimusote⁸⁷ korostaa omakohtaista tulkintaa, kun kyseessä on kirjallisen, taiteellisen, kulttuurisen, yhteiskunnallisten ilmiöiden ja ajattelun merkitysten tutkiminen. Tutkimusote muodostaa näin vastapareiksi objektiivisuuden ja tutkimusstrategiat, jotka ovat tulkinnoista riippumattomia. Tutkimusta voidaan lähestyä eri painotuksin ja on mahdollista valita useista analyysimenetelmistä sopivin meneillään olevaan tutkimukseen. Hermeneuttinen tutkimus on tyypillistä laadullista tutkimusta. Hermeneuttisessa lähestymistavassa saadusta aineistosta tehdään tulkintoja ja tutkittavaa ilmiötä pyritään syvällisesti ja inhimillisesti ymmärtämään⁸⁸.

Laadullinen tutkimukseni mukailee hermeneuttista tutkimusmenetelmää, tarkemmin sanottuna gadamerilaista hermeneuttista suuntausta. Sen mukaan tulkitsija ja tulkinnan kohde ovat yhteydessä toisiinsa jonkin yhteisen ymmärryksen mukaan.⁸⁹ Tutkimukseni soveltuu hermeneuttiseen tutkimusotteeseen, koska koen yhteisen historian yrittäjänä ja pitkien asiakkaiden vaatettajana

⁸⁶ Kiviniemi 2015, 78

⁸⁷ Jyväskylän yliopisto 2021

⁸⁸ Gadamer 2004, 72–75

⁸⁹ Gadamer 2004, 64

toimivan tärkeänä näkökulmana tähän tutkimukseen. Tutkijan roolissa pääsen lähestymään pitkiä ihmisiä uudesta näkökulmasta.

Sana hermeneutiikka⁹⁰ pohjautuu kreikan kielen sanaan hermeneuin, joka tarkoittaa tulkita. Antiikin ajalla sanansaattaja Hermes tulkitsi ihmisille jumalten mielteitä ja tekoja. Hermeneutiikan taustaa ovat myös protestanttiset raamattuanalyysit⁹¹, joiden monimerkityksellisiä tekstejä ja niihin kätkeytyviä merkityksiä pyrittiin tulkitsemaan ja ymmärtämään⁹².

Hermeneutiikka voidaan jakaa kolmeen asteeseen. Ensimmäisen asteen hermeneutiikka tarkoittaa ihmisten tulkintaa ja ymmärrystä heistä itsestään. Ilmiötä tarkastellaan kulttuurillisessa ympäristössä sekä subjektiiivisesta että vuorovaikutuksellisesta näkökulmasta.⁹³ Tässä tutkimuksessa, se tarkoittaa sitä, että tutkittavat eli kyselyn vastaajat tuottavat omia tulkintoja pituuteen liittyvistä ilmiöistä⁹⁴. Toisen asteen hermeneutiikka eli kaksoishermeneutiikka tarkoittaa sitä, mihin tutkija tulkitessaan kiinnittää huomionsa silloin, kun hän yrittää ymmärtää ja muokata tietoa muiden ihmisten kokemasta todellisuudesta⁹⁵. Tutkija ikään kuin nousee tutkimuksensa teoreettisena tekijänä aiemman tason yläpuolelle ja yrittää ymmärtää, mitä sanotaan ja mitä tarkoitetaan⁹⁶. Tässä tutkimuksessa se tarkoittaa sitä, että tutkijana tulkitseen kyselyn vastauksia ja pyrin tekemään pitkien ihmisten kokemuksista ymmärrettäviä ja selventäviä tulkintoja muille ihmisille. Kolmoishermeneutiikka on niiden rakenteiden kriittistä tulkintaa, jotka eri tavoin liittyvät esimerkiksi yhteiskunnan rakenteisiin.⁹⁷ Tutkimuksen loppuvaiheessa tarkoituksena on tarkastella tutkimuksen kokonaisuuden onnistumista ja tuloksista saatuja loppupäätelmiä.

Hermeneutiikassa vuoropuhelun keinoin erilaiset maailmaa tulkitsevat ajatukset kohtaavat tavoitteenaan sulautua toisiinsa⁹⁸. Tarkoituksena on saada aikaan kriittinen kokonaisuusk kuva tutkimuskohteesta. Kriittinen tulkinta kohdistuu sekä tutkittavaan kohteeseen että myös tapaan, jolla tutkija on tulkinnut tilannettaan suhteessa tutkittavaan ilmiöön.⁹⁹ Tulkitsijalla eli tutkijalla on jonkinlainen esiyymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. Tutkijan tehtävänä on sulauttaa aineistoon omat merkitysheidotuksensa ja muuttaa niitä tarvittaessa ymmärrettävimmiksi. Tapahtuu hermeneuttisen

⁹⁰ Gadamer 2004, 40

⁹¹ Gadamer 2004, 42–44

⁹² Anttila 2000, 25

⁹³ Anttila 2000, 203

⁹⁴ Eskola & Suoranta 1998, 142

⁹⁵ Anttila 2000, 203

⁹⁶ Eskola & Suoranta 1998, 148

⁹⁷ Anttila 2000, 203

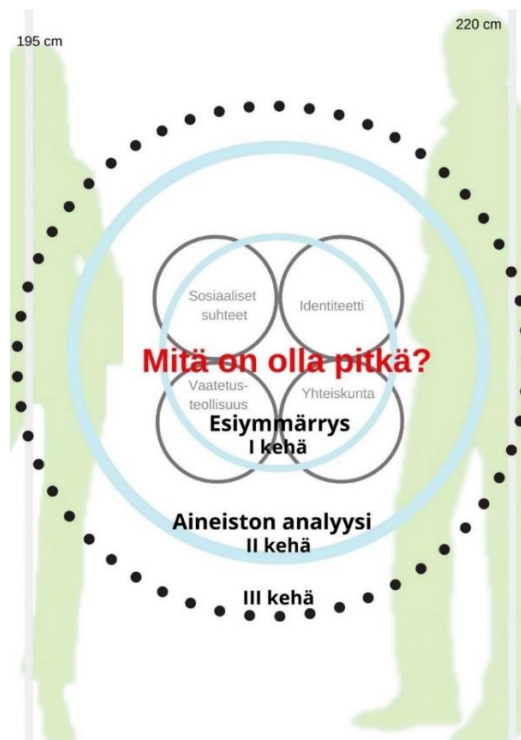
⁹⁸ Anttila 2006, 305

⁹⁹ Anttila 2000, 203

situaation eli vallitsevan tilanteen ymmärtäminen. Tavoitteena on saada näkyviin situaation luonne ja myös selvittää sen rakentuminen.

Gadamer¹⁰⁰ korostaa dialogin tärkeyttä ja keskustelussa yhteisen näkökulman löytymistä. Keskinäiset mielipiteet ovat tasavahvoja keskenään eikä vastakkain asettelua synny. Keskustelu avartaa molempien keskustelijoiden mielipiteitä. Hermeneuttinen lähestymistapa on kokonaisvaltainen ymmärtämisen tapahtuma, jossa kaikki on määräävässä suhteessa kaikkeen: ymmärrys tapahtuu osista kokonaisuuteen ja kokonaisuus osista käsin.¹⁰¹

Hermeneuttinen tutkimus etenee ns. hermeneuttisessa kehässä. Kehä voidaan jakaa osiin ja yksi osa voidaan käsittää tietyntyyppisenä kokonaisuutena, joka taas voidaan jakaa yksityiskohtiin. Kehällä voidaan tarkoittaa laajasti tutkimuksellista dialogia tutkimusaineiston kanssa. Tulkittaessa aineistoa, tulkinta vuorottelee yksityiskohdista kokonaisuuteen ja takaisin. Kokonaisuuteen vaikuttaa myös tulkinta tulkitsijan omasta esiyymmärryksestä ja viitekehästä kohteeseen ja takaisin.¹⁰²



Kuvio 5. Tutkimuksen eteneminen kuvattuna hermeneuttisella kehällä. Kehän keskipiste on tutkijan esiyymmärrys ilmiöstä ja tutkimuksen edetessä aineiston analyysin kautta ymmärrys ilmiöstä etenee yksilöidystä yleiseen.

¹⁰⁰ Gadamer 2004, 95

¹⁰¹ Anttila 2000, 26–27

¹⁰² Anttila 2006, 306

Hermeneuttisen tutkimusotteen ytimessä on tutkijan esiymmärrys ja alustava tulkinta tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä. Ennen varsinaisen tutkimustyön aloittamista tutkijan on ensin itselleen selvitettävä ne seikat ja näkökannat, miten hän ymmärtää tutkimuskohteensa ja miten sitä jäsentää.¹⁰³

Laitinen¹⁰⁴ avaa Taylorin ajatuksia hermeneuttisesta ymmärtämisestä ja dialogisesta käsityksestä. Ajattelu ja tulkinta tapahtuvat dialogisesti, yhdessä toisten kanssa. Ymmärtämisessä ylipäätään on oleellista olla osallinen käytäntöihin ja oppia yhteisössä käytettävä kieli. Mukana olemalla oppii näkemään positiiviset ja negatiiviset asiat. Avoin asenne muihin ihmiseen ja positiivinen uteliaisuus esimerkiksi pitkiä kohtaan, voi avartaa ymmärrystä oman turvallisen mukavuusalueen ulkopuolelle.

Tämä tutkimus jäsentyy hermeneuttisen kehän (kuvio 5.) suhteen seuraavasti: Näen tutkimukseni lähtökohdan, esiymmärryksen hermeneuttisen kehän alkupisteenä, ajankohtana, jolloin syttyi mielenkiinnon siemen ilmiötä kohtaan (kehä I). Tutkimuskysymys Mitä on olla pitkä? muodostui tutkimuksen alkumetreillä ja työ eteni aineiston analyysivaiheeseen (kehä II). Tulokset sijoittuvat uloimmalle III kehälle.

3.3 Aineisto

Edellisessä luvussa kerroin, että hermeneuttisen tutkimusotteen käyttäjän havainnointi tutkimuskohteensa ympärillä voidaan kuvata laajenevan kehän muodossa. Gadamerilainen hermeneutiikka sallii tutkijan olon laajenevan kehän sisäpuolella. Tunnistan tämän ajatuksen oman asemointini suhteen tässä tutkimuksessa. Olen pitkien ihmisten joukossa, heidän kanssaan, melkein kuin yksi heistä.

Toisaalta tunnistan kuitenkin joukkoon kuulumattomuuden tunteen fyysisten ominaisuuksieni vuoksi. Tutkijana olen välillä kehällä mutta myös sen ulkopuolella tarkkailemassa tutkimuskohdetta. Tutkijan saatua eri lähteistä uutta tietoa tutkimuskohteesta hän palaa uudestaan kehälle ja mahdollisesti ymmärtää paremmin tutkimaansa ilmiötä. Tutkimuskohde pysyy irrallaan tutkijasta, mutta hän tuottaa henkilökohtaisista lähtökohdista yleistä informaatiota tutkittavasta ilmiöstä. Tutkijan tulee kuitenkin pysytellä hermeneuttisella kehällä ja ymmärtää tehdä ero oman ja tutkittavan ilmiön ymmärryksen välillä.¹⁰⁵ Hanna Vilkkaan kuvaus tutkijan toimintatavasta kuvaa hyvin omaa

¹⁰³ Gadamer 2004, 65

¹⁰⁴ Laitinen 2009, 170–171

¹⁰⁵ Vilkka 2015, 183

toimintaani. Tutkimuksen alussa hermeneuttisen kehän keskiössä laadin kyselyn. Kyselyn ollessa käynnissä olin ikään kuin tarkkailemassa ja odottamassa uutta tietoa. Kun kysely päättyi eli tieto saatu, palasin hermeneuttiselle kehälle analysoimaan saamaani tietoa. Tässä tutkimuksessa ei ole vaarana, että tutkimuskohteeni eli pitkät ihmiset ja heidän kokemuksensa sekoittuisivat omiin kokemuksiini, koska fyysisesti en kuulu tutkimaani ilmiöön. Perustelen näillä ajatuksilla hermeneuttisen tutkimusotteen sopivuuden tähän tutkimukseen.

Tutkimukseni aineisto muodostui laatimastani kyselyyn saaduista vastauksista. Rakensin kyselyn nojaten tutkimuskysymyksiini. Suunnittelin kyselylomaketta ja kysymyksiä useaan otteeseen aluksi Word -tiedostoon ja sain muutamalta opiskelijakollegalta vinkkejä laadullisen tutkimuksen kysymys-sana-asetteluun. Tuli huomioida, että kysymyssanat ovat muotoa esimerkiksi millainen, miten. Yritin saada kyselystä tiiviin, mutta siitä tuli kuitenkin pitkä (31 kysymystä) ja koevastauksissa vastaajilta kului aikaa vastaamiseen noin puoli tuntia. Kysely jakaantui kahteen isoon kokonaisuuteen. Ensimmäisessä osiossa kysyttiin taustatietoja ja pitkän ihmisen henkilöhistoriasta ja toinen kokonaisuus käsitteli pitkän ihmisen vaatekokemuksia. Oman lapsuuden ja nuoruuden muistelu kysymysten kautta auttoi vastaajia vapautumaan ja kertomaan kokemuksia vaatetuksesta. Pohdin hermeneuttista kehää vastaajien näkökulmasta. Toivoin avointen kysymysten auttavan vastaajia kerronnallisiin vastauksiin avointen kysymysten muodossa ja vastaajilla oli mahdollisuus kertoa kokemuksistaan omin sanoin. Tämän tyyppiset vastaukset auttavat tutkimuksen tulosten tulkinnassa. Lopullisen kyselylomakkeen (liite 2) tein Webropol -ohjelmalla. Kyselylomaketta esitellään tarkemmin luvussa 5. Aineiston esittely ja käsittely.

3.4 Aineiston analyysimenetelmä

Ennen analyysin aloittamista tutkimuskysymykset olivat ohjanneet kyselylomakkeen laatimista ja aineiston analyysimenetelmäksi valittiin sisällönanalyysi. Sisällönanalyysi on laadullisessa tutkimuksessa käytettävä analyysitapa. Sitä käytetään tekstimuotoon saatettujen aineistojen analysoimisessa. Se soveltuu hyvin hermeneuttisella tutkimusotteella tehtyyn tutkimukseen.

Tuomi ja Sarajärvi¹⁰⁶ esittelevät kolme aineistolähtöistä sisällönanalyysimallia. Ensimmäinen vaihtoehto on yhdysvaltalainen malli, jossa aineisto pelkistetään ja ryhmitellään, muodostetaan ylä- ja alakategoriat ja nämä yhdistetään pääkategorioiksi. Toinen malli viittaa

¹⁰⁶ Tuomi & Sarajärvi 2002, 114–115

fenomenologishermeneuttiseen menetelmään, jossa merkityskokonaisuuksia arvioidaan aineiston kuvauksen, analyysin, merkityskokonaisuuksien jäsentymisen, niiden esittämisen ja tulkinnan kautta. Kolmantena esitetään hermeneuttinen eli tekstintulkinnan perinne. Siinä analyysi lähtee liikkeelle valmistelevalta tulkinnasta, joka tarkoittaa historiallisten tekstien kohdalla autenttisuuden määrittämistä. Lähtökohtana on aina tutkijan esiyymmärrys tutkittavasta ilmiöstä. Tekstin pääviesti ja yleinen merkitys on myös oltava tutkijalle selkeä. Tästä seuraa immanentti tulkinta, joka tarkoittaa ”maailmansisäistä”, näkyvään maailmaan kuuluvaa¹⁰⁷, hermeneuttisen spiraalin mukaisesti etenevää tulkintaa, osasta kokonaisuuteen. Yksittäisten sanojen merkitystä tulkitaan suhteessa pääsanomaan ja tulkintaa tehdään myös takaisinpäin eli sanojen merkitystä pohditaan molempiin suuntiin.

Sisällönanalyysi voi olla joko aineisto- tai teorialähtöinen¹⁰⁸. Aineistolähtöisen sisällönanalyysin tarkoituksena on löytää toiminnallinen johdonmukaisuus tai tutkimusaineistosta lähtöisin oleva tyyppikertomus. Aineistolähtöinen analyysi perustuu ajatukseen, että tutkija päättää tutkimusaineiston keräämisen jälkeen, mutta ennen analyysiä, miten tutkimuskysymysten kautta vastauksia lähdetään etsimään. Analyysin seuraava vaihe on tutkimusaineiston pelkistäminen, jolloin tutkimusongelman kannalta tieto, joka ei liity pitkiin ihmisiin, jätetään pois ja vain tärkeä tieto säilytetään. Sen jälkeen tutkimusaineisto tiivistetään tutkimusongelman ja tutkimuskysymysten avulla. Tiivistetty tutkimusaineisto jaotellaan uudeksi loogiseksi kokonaisuudeksi sen mukaan, mitä aineistosta haetaan. Seuraavaksi saadut kokonaisuudet nimetään sisältöä parhaiten kuvaavalla yläkäsitteellä. Analyysiprosessin tuloksena saadaan aikaan uusia käsitteitä, ryhmittelyjä tai teoreettisia malleja. Tarkoituksena on ymmärtää merkityskokonaisuutta, jota tutkittava on aineistossa tuonut esiin. Analyysimenetelmissä on vaihtelevuutta ja eri tieteenalat ovat luoneet omia menetelmiä tutkittavien ilmiöiden tulkintaan¹⁰⁹.

Erilaiset aineistot vaativat erilaisia tulkinnallisia lähestymistapoja¹¹⁰. Tekstiaineiston pohtiminen eli kyselyn vastaajien kertomusten läpikäyminen on hermeneuttisen I kehän työvaihe. Runsaiden aineistojen läpikäymisen yhteisenä piirteenä on kuitenkin aineiston luokittelu, vertailu ja tulkinta. Työvaiheita kutsutaan koodaamiseksi. Saatu aineisto jäsennetään koodeilla ja sen ohessa, sen aikana tai sen jälkeen tehdään muistiinpanoja eli memoja. Tässä vaiheessa on meneillään hermeneuttisen II kehän työvaihe, eli mitä tulkintoja tutkija tekee, tässä tapauksessa, kyselylomakkeen vastauksista.

¹⁰⁷ Suomi sanakirja 2020

¹⁰⁸ Vilka 2015, 163–164

¹⁰⁹ Gadamer 2004, 72–75

¹¹⁰ Rantala 2015, 110–111

Tarkemmalla koodauksen yksiköllä tutkija tarkoittaa tiettyä aineiston osaa tai ydinasiaa tiivistettynä. Mentäessä yksityiskohtaisempaan analyysiin käsitteessä koodi tai koodaaminen, tarkoitetaan yleensä sanaa tai sanontaa. Koodaaminen tai jäsentely on tärkeää, sillä tutkimuksen laatu ja arvo riippuu, kuinka monipuolisesti koodaaminen on tehty. Koodaamista eli tulkitsevaa toimintaa voidaan ajatella jo aineiston analyysin tekovaiheena. Joihinkin tutkimuksiin koodausmenetelmä ei sovi, mutta Rantala muistuttaa tutkimuskysymyksen merkityksestä. Se ratkaisee, mikä menetelmä tai lähestymistapa on kulloinkin sopivin. Tutkija tarkkailee aineistoaan ja havainnot ja tulkinnat aineistosta ovat riippuvaisia käytetystä jaottelumenetelmästä. Tutkimusnäkökulma määrittää, mikä menetelmä on käyttökelpoisin.

Mattelmäki¹¹¹ korostaa teemoista puhuttaessa, että on suositeltavaa olla avoin uusille ilmiöille ja näkökulmille eli tässä tapauksessa voidaan verrata työvaiheeseen, jossa lomakkeen vastauksia luetaan ensimmäistä kertaa. Kokonaisuudesta kertovia teemoja ja jäsenysperiaatteita etsitään aineiston yksityiskohdista. Sisällöllisesti samaa asiaa tarkoittavat huomiot kerätään yhteen. Tämän tutkimuksen kohdalla se tarkoittaa sitä, että toisella lukukerralla ryhmitellään löydettyjä asioita eli muodostetaan teemoja. Jäsentämiseen kannattaa paneutua rauhassa, koska tulkintoja on monenlaisia. Kun huomio kiinnittyy aineiston erityispiirteisiin, saadaan etäisyyttä tutkimuksessa oleviin henkilöihin. Tutkittavasta ilmiöstä voi nousta uusia piirteitä alkuperäiseen verrattuna. Huomioiden luokittelussa on kuitenkin oltava tarkkana, ettei jokin tärkeä yksittäinen huomio katoa suurempien luokittelujen alle.

Tämän tutkimuksen aineiston analyysivaiheessa käytin luokittelua. Kyselyn vastaukset olivat monentyppisiä, yhden tai kahden sanan vastauksia tai vastaus saattoi olla muutaman lauseen pituinen. Pitkiä vastauksia oli kuitenkin vähemmän. Luokittelin vastaukset vastauksista nousseiden teemojen mukaan. Yleisesti vastauksista nousi pääpiirteissään kolme teemaa. Tein kyselyn jokaisesta kysymyksestä ja niiden vastauksista luokittelun Excel-ohjelmalla, jossa erottelin vaiheet 1–3 Excelin ensimmäisestä välilehdestä toiselle ja kolmannelle välilehdelle. Luokittelun edetessä vastausten lukumäärä jonkin verran tiivistyi samanlaisten vastausten vuoksi ja viimeisellä välilehdellä tiivistin kunkin teeman alle lausekkeen, joka kiteytti ydinkuvauksen kysymyksen viimeisen luokittelun teemaan. Tiivistetty lauseke oli tutkijan tulkinta annetuista vastauksista.

¹¹¹ Mattelmäki 2006, 110–111



Kuva 4. Structures 2020, öljyväri 1000x1900

4. Taide tutkimuksen osana

Tutkimusaineiston setviminen, kirjallisuuden ja lähdeaineiston tutkiminen, kirjoittaminen ja pohtiminen, vaativat pitkäjänteistä työskentelyä ja ratkaisujen tekemistä. Kirjoittamisen lisäksi tein tutkimusaiheesta taidetta saadakseni toisen näkökulman ja tehdäkseni hiljaista tietoa näkyväksi teosten avulla. Esittelin teokset näyttelyssä Lapin yliopiston Galleriatila Seinässä 16.3.-2.4.2020.

Taiteellisen tutkimuksen¹¹² kautta on mahdollista avata erilaisia merkityksiä, joiden syntyyn vaikuttavat tekijän taiteelliset kyvyt ja keinot osallistua yleiseen keskusteluun ilmiöstä. Yhteisen kulttuuripiirin kontekstissa vallitsee yhteinen merkitysyhteys kielen ja kuvien avulla. Saman piirin sisällä on yhteinen tiedon ymmärrys ja keskinäinen kommunikointi kertoo, mikä on kaikille kuuluvaa tietoa ja mikä on tarkoitettu tekijälle. Taiteellinen toiminta on avointa, kaikille kuuluvaa, vuorovaikutteista ja on rohkeasti esillä. Tekijä muodostaa aina jonkinlaisen yhteyden yleisöön ja toiminnan tulokset ovat avoimesti esillä ja arvioitavissa yhteisille tuleville tavoitteille.

Olen tehnyt taidetta eri tekniikoin jo parinkymmenen vuoden ajan. Taiteen tekeminen antaa vapaudellaan vastapainoa yrittäjän elämään, jossa päätösten tekemistä vaaditaan joka päivä. Nautin taiteen tekemisen ohella yksinolosta, jossa toisinaan mieli matkustaa mitä mielikuvituksellisempiin maisemiin. Näyttelyssä esittämäni teoskokonaisuuden tarkoituksena oli avata yhteiskunnallista keskustelua ja pohdintaa pitkien ihmisten kokemuksista, vaikka en yleensä julista taideteoksillani mitään tai kenenkään sanomaa, vaan haluan tehdä oman näköistä kaunista taidetta.

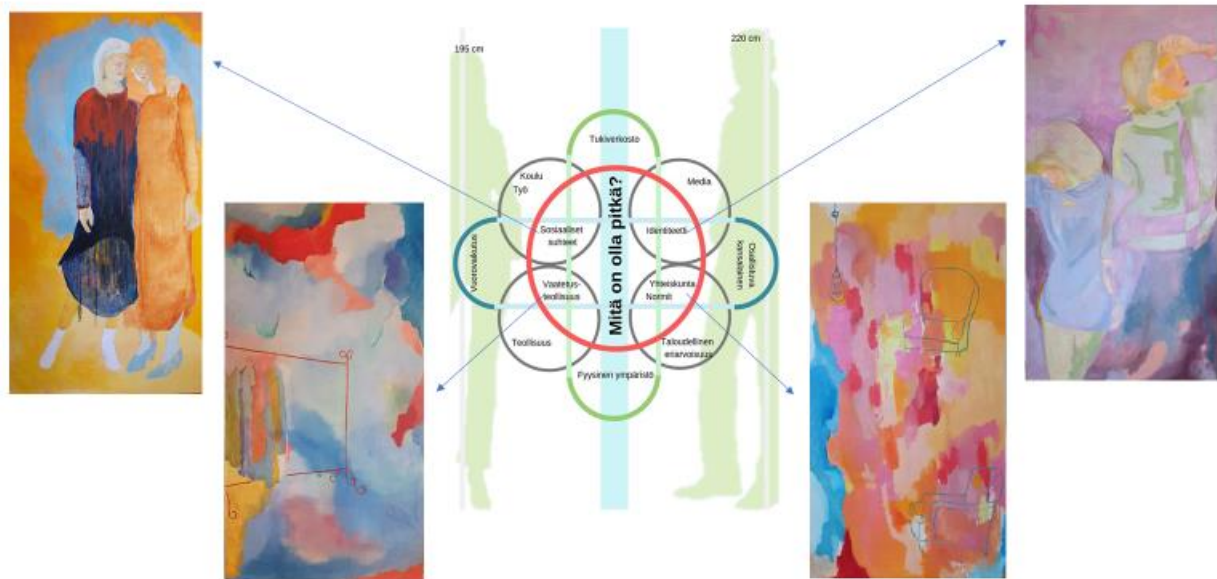
Pirkko Anttila¹¹³ korostaa pohtimisen tärkeyttä yhdistettäessä taiteellista työskentelyä tieteellisen tutkimuksen tekemiseen. Ammatillinen ja taiteellinen toiminta sekä tutkimus voivat Anttilan mukaan toimia rinta rinnan. Eri osa-alueiden työskentelytavat kehittyvät ja saavat tukea toisistaan säilyttäen kuitenkin omat ominaispiirteensä. Taiteellinen toiminta ilman rajoituksia ja osana esimerkiksi elinkeinoelämän tutkimista, tuo osaltaan uutta ajattelutapaa työ- ja elinkeinoelämään. Taiteellinen työskentely tukee omaa hyvinvointiani, joka auttaa jaksamaan varsinaisen elinkeinoni harjoittamisessa.

Taideteoksillani tarkastelen viitekehyskuvioni (kuvio 2.) sisältämiä asioita. Viitekehysen uloimmissa osissa ovat käsitteet vuorovaikutus, tukiverkosto, osallistuva kansalainen ja fyysinen ympäristö. Nämä käsitteet valottivat sitä laajaa käsitemaailmaa, jossa tutkimuksen pääkysymyksen

¹¹² Varto 2017

¹¹³ Anttila 2006, 11

oli mahdollista seikkailla. Viitekehysten punaisen renkaan sisään jäivät käsitteet sosiaaliset suhteet, identiteetti, vaatetusteollisuus ja yhteiskunta ja nämä rajasivat tutkimusta. Viitekehysten keskellä oleva kysymys Mitä on olla pitkä? toimi edellisten käsitteiden lisäksi näkökulmana koulu- ja työelämään, median käyttämiin ilmaisuihin, taloudelliseen eriarvoisuuteen tai teollisuuden tuottamiin tavaroihin.



Kuva 5. Kirjallisuuskatsauksen pohjalta tehdystä viitekehyskuviosta kumpuavat maalausten aihealueet. Maalaukset vasemmalta oikealle: a) Friends forever, b) The fashion cat, c) Structures ja d) Many minds. Ailoranta 2019–2020.

Maalautet teokset ovat öljyväritöitä ja valmistuivat vuoden 2019 heinäkuun ja vuoden 2020 maaliskuun välisenä aikana. Toteutin neljä isoa maalausta ja näiden lisäksi valmistin kaksi vanerista, pitkää ihmishahmoa. Vaneriset ihmishahmot, mies ja nainen, oli päällystetty kehittämälläni lankatekniikalla. Halusin toteuttaa näyttelyteokset osittain realistisina ja esittävinä, osittain abstrakteina. Maalauksista Friends forever ja Many minds (Kuva 5: 5a, 5d) ovat realistisia ihmiskuvauksia ja vastaavasti The fashion cat ja Structures (Kuva 5: 5b, 5c) ovat abstraktimpia, vaikka niistä on havaittavissa myös realistisia esineitä, kuten vaateteline ja nojatuoli. Maalaukset olivat isoja, ja kukin yksittäinen maalaus toimii myös yksinään, irti kokonaisuudestaan. Syntyneet maalaukset ovat tulkintaa tämän tutkimuksen kirjallisuuskatsauksesta ja viitekehyskuviosta. Vaikka oma työskentelyni pohjautui tällä tavalla syntyneisiin aiheisiin, en halunnut näyttelytilassa ohjata katsojaa välttämättä tutustumaan näyttelytöiden taustaan ja esillä olevaan tutkimusmateriaaliin, vaan

halusin antaa tilaa katsojan ajatuksille. Näyttelyn ajan esillä oli vieraskirja, johon näyttelyyn tutustujat saivat kirjoittaa viestejä ja ajatuksia. Kuvassa 5. esitellään ovenkokoisten maalausten lähtökohdat viitekehyksen aihealueista.

Täydensin neljän maalauksen kokonaisuutta vanerihahmoilla (Kuva 6.). Woman 195 cm ja Man 200 cm on esitetty keskimmäisten The fashion cat ja Structures -maalauksen edessä (Kuva 7.). Valitsin ohuen vanerin materiaaliksi sen kestävyuden vuoksi. Lisäksi vaneri oli jäykkää ja tukevaa ja maalauksiin kiinnitettyinä hahmot pysyivät hyvin seisomassa keskimmäisten maalausten edessä. Katsoja pystyi vertaamaan omaa pituuttaan pitkiin hahmoihin. Lisäksi teoskokonaisuus kuljetettiin Tampereelta Rovaniemelle, joten teoksen osien oli kestettävä myös matkarasitukset molempiin suuntiin.



Kuva 6. Vanerihahmot maalausten The fashion cat ja Structures edessä.

Tähän tutkimukseen liittyvän näyttelyn tavoitteena oli lisätä keskustelua aiheesta ja avata ihmisten silmät kohtaamaan pituuden tuomaa erilaisuutta.

Mahdollisuus avata silmiä ja lisätä keskustelua aiheesta ei toteutunut täysin. Koronaepidemiasta uutisoitiin Suomessa jo näyttelyn rakentamisvaiheessa ja tieto koronakaranteenista tuli juuri avajaisen kynnyksellä. Ehdin pitää avajaiset, mutta muutaman päivän kuluttua yliopiston ovet suljettiin ja näyttelytyöt (kuva 7.) jäivät suljettujen ovien taakse koko loppukevääksi. Alkukesästä 2020 näyttelyn työt palautuivat minulle yliopiston toimesta.



Kuva 7. Valmis näyttelykokonaisuus.

Katsojien kirjallisia kommentteja ei varsinaisesta näyttelystä ehtinyt kerääntyä, mutta avajaisillan aikana muutama katsoja tiedusteli Speci -yrityksen toimialasta ja kohderyhmästä. Sain myös kommentteja maalausten näyttävyydestä ja niiden isosta koosta. Eräs katsoja halusi luvallani kuvauttaa itsensä pitkän vanerihahmon rinnalla. Avajaisillan aikana videoitu teosesittelyni on nähtävänä Facebook -sivullani. Päätös videon kuvaamisesta syntyi pikaisesti koronaepidemian vuoksi ja siitä johtuvasta pelosta, että yliopiston ovet suljetaan.

5. Aineiston esittely ja käsittely

Tämän tutkimuksen aineisto on kerätty pitkille ihmisille kohdistetulla kyselyllä. Koska ajattelin oman yrittäjäasemani vaikuttavan haastateltavien vastauksiin, valitsin aineiston keruumenetelmäksi kyselyn. Sain siten vastaajilta heidän omapohdintaisia vastauksiansa, liittyen tietoon pituudesta. Kysely sopii tutkimukseen, koska tavoitteena on tuottaa lisätietoa ilmeisen vähän tutkittuun vaatetussuunnittelun alueeseen.

Laitoin kyselyn tarkoitukseen sopiviin Facebook -ryhmiin. Tällaisia olivat *Pitkät naiset, yli 170 cm* ja *Pieni- ja Isokenkäiset ry (Pikry)*. Ryhmä *Pitkät naiset, yli 170 cm*, on jäsenistöltään suuri, yli 6000 jäsentä. Toinen ryhmä, *Pieni- ja isokenkäiset ry, Pikry*, on jäsenistöltään paljon pienempi, mutta toivoin saavani tästä ryhmästä vastauksia myös miehiltä. Otin yksityisesti yhteyttä ryhmien ylläpitäjiin ja sain molempien ryhmien tahoilta myöntävän vastauksen, ja ylläpitäjät laittoivat sisäiseen jakoon sekä kyselyn saatekirjeen että itse kyselyn. Kysely oli avoinna helmikuun 2020 ajan. Ennako-oletuksena pidin vastaajien näkökulmasta kyselyä luotettavana vaihtoehtona.

Jäsensin kyselylomaketta viitekehyskuvion käsitteitä hyödyntäen. Laatiessani kyselylomakkeen kysymyksiä, pidin tutkimuksen kysymykset keskiössä, jotka olivat

Pääkysymys: 1. Millaista on olla pitkä?

ja alakysymykset:

2. Miten pituus vaikuttaa identiteettiin, sosiaalisiin suhteisiin, ja yhteiskunnassa toimimiseen?

3. Miten pitkä ihminen löytää sopivia vaatteita?

Kyselyn toteutus tapahtui sähköisesti, mutta saadakseen käsityksen kyselyn pituudesta, kerrottakoon, että se jakaantui paperisena versiona kuudelle A-4 sivulle. Kyselyn vastaajat saivat ensin luettavakseen tutkimuksesta kertovan Saateen (liite 1). Saatteessa oli linkki suoraan kyselyyn. Kaikkiin kysymyksiin vastaustapana oli avoin laatikko, joka mahdollisti pitkän vastauksen. Tarkka merkkimäärä ei ole tutkijan tiedossa, mutta palautetta ei tullut, joten vastauslaatikoiden merkkimäärä lienee ollut riittävä. Kyselylomaketta voi tarkastella liitteessä 2.

Kysymyksiä muotoillessa halusin kyselyyn vastaajien kokevan, että olen heidän puolellaan. Tavoitteena oli luottamuksen aikaansaaminen tutkijan ja vastaajien välille. Haluan pitkällä aikavälillä edistää pitkien ihmisten vaateasiaa, johon kyselyn loppuosaa liittyi.

Kyselyn tekeminen vaati 5 versiota ja testasin niitä yritykseni työntekijöillä ja muutamalla tutulla pitkällä asiakkaalla. Kyselylomake oli pitkä ja se sisälsi 31 avointa kysymystä. Kysymykset oli muotoiltu niin, että ne mahdollistivat monisanaisia vastauksia ja ennakko-odotuksena olikin runsas vastausmäärä ja laaja aineisto. Samaan aikaan minua arvelutti, jaksavatko vastaajat vastata kaikkiin kysymyksiin. Laadin lopullisen kyselyn Webropol -kyselyalustalla, joka tarjoaa kyselyn laatimisen ja lähettämisen lisäksi aineiston vastaanottamisen ja yhteenvedon laatimisen. Sain kaikki vastaukset Webropol -ohjelman kautta sähköpostiini.

Kysely jakaantui kahteen osaan. Ensimmäisen osan kysymykset 1–17 taustoittivat pitkien ihmisten henkilöhistoriaa ja toisen osan kysymykset 18–31 koskivat pitkän ihmisen vaatekokemuksia. Kysymykset 1–4 koskivat taustatietoja, sukupuolta, ikää, pituutta ja ammattia. Kysymykset 5–17 liittyivät lapsuuteen ja nuoruuteen. Lisäksi osa näistä kysymyksistä koski pituuden kokemista henkilökohtaisena kokemuksena suhteessa ympäröivään yhteiskuntaan ja sen asettamiin rajoituksiin, ja lisäksi kysyttiin kokemuksista rakennusten ja kulkuvälineiden tiloista. Tässä kyselyn osiossa selvitettiin myös sosiaalisia suhteita ja identiteetin rakentumista pituuteen liittyen. Kyselyn loppuosan

kysymyksillä 18–31 selvitettiin vastaajien kokemuksia vaatetuotteista, niiden mitoituksista, tarjonnasta, asiakaspalvelusta ja ostopaikoista.

Kysely sulkeutui helmikuun lopussa. Kyselyyn vastaajien kokonaismäärä oli N=229. Tulostin vastaukset itselleni helpottaakseni niiden käsittelyä. Vastausliuskeita jokaiseen avoimeen kysymykseen tuli n. 5–6 A-4 kokoista sivua, yhteensä 158 sivua. Aineisto analysoitiin sisällönanalyysimenetelmällä. Aluksi luin vastauksia itsekseni ja myös ääneen sille kuulijakunnalle, joka sattui olemaan paikalla. Tässä läpilukemisen vaiheessa en juurikaan ajatellut tai odottanut mitään erityistä, olin vain positiivisesti yllättynyt runsaasta vastausmäärästä.

Ensimmäisen läpiluvun jälkeen kävin jokaisen kysymyksen vastaukset tarkasti läpi ja ensimmäisessä luokittelun vaiheessa kirjasin vastauksen avainsanan tai sanaparin Excel-taulukkoon. Keräsin taulukkoon kaikki toisistaan eroavat, esimerkiksi positiiviset ja negatiiviset vastausmuodot. Sanamuodot otin vastauslomakkeilta sellaisenaan. Kirjasin samantyyppisen vastauksen numerona avainsanan perään. Pidin näin lukua siitä, miten vastaukset jakaantuivat ja toistuiko jokin vastaustyyppi. Jos vastaaja oli kirjoittanut ”kts. edellinen vastaus”, sivuutin sen, koska oli mahdotonta saada selville saman henkilön vastauksia muihin edellä kysytyihin kysymyksiin.

Luokittelun toisessa vaiheessa kopioin Excelin ensimmäisen sivun toiselle välilehdelle ja teemoittelin samantyyppiset asiat samaan teemalaatikkoon. Annoin teemalaatikoille värikoodit, jotka olivat vihreä, keltainen, oranssi ja punainen. Vihreä kuvasti positiivista ja punainen negatiivista tunnetta kyseessä olevan vastaustyyppin mukaan. Keltainen ja oranssi teemaväri asettuivat edellä mainittujen värien väliin. Pyrin käyttämään jokaisen kysymyksen vastausten luokittelussa tätä tapaa, mutta joittenkin kysymysten kohdalla vastaukset saattoivat erota pelkästään hyvin jyrkästi toisistaan. Silloin vihreän ja punaisen teemavärien välistä saattoi jäädä pois keltainen tai oranssi teemaväri tai molemmat.

Luokittelun kolmannessa vaiheessa kopioin toisen välilehden kolmannelle välilehdelle. Tiivistin värilaatikoiden alle kunkin vastaustyyppin mukaan kuvaamaan muutamalla lauseella yleistä vastausta kysymykseen. Yksi kysymys sai useamman vastauksen, jotka kuvasivat vihreää positiivista tai punaista negatiivista vastaustyyppiä. Keltaisen ja oranssin värilaatikoiden vastaukset kuvastivat neutraalimpia vastaustyyppijä.

Esittelen kysymyksen **6. Miltä sinusta silloin tuntui?** avulla, miten tutkimusaineiston luokittelu eteni. Vastauksia tähän kysymykseen annettiin 226. Taulukossa 1. on havaintokuva luokittelun ensimmäisestä vaiheesta. Selventävänä asiana kerrottakoon, että tätä edelsi kysymys **5. Milloin huomasit olevasi pidempi kuin muut?** Luokittelua tehdessäni noudatin siis logiikkaa, jossa kirjasin

Taulukko 1. Kysymyksen 6. luokittelun ensimmäinen vaihe.

1	6. Miltä sinusta silloin tuntui? Vastauksia 226.																				
2	Mukavalta 5	tavalliselta	Ei mitään 22																		
3	Se oli kivaa 11		ei erikoiselta 15																		
4	hauskaa 4 olla eniten jotain		ei haitannut 8																		
5	ok 6	hiukan harmitti	normaalilta 4																		
6	ylpeältä 12	loistavalta		en välittänyt																	
7	luonnolliselta 3																				
8	hyvältä 7	hienolta 2																			
9			hämmentynyt 2																		
10	yksilölliseltä, vanhemmalta		vaivautunut, kun joku ihmetteli 2																		
11		positiiviselta aluksi, liikunta, ulottuvuus	porukkaan kuulumaton 7																		
12	erilainen 5		hassulta																		
13		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
14		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
15		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
16		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
17		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
18		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
19		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
20		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
21		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
22		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
23		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
24		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
25		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
26		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
27		ihmetytti 3	hämälläni 2																		
28	Huom! Yksittäinen vastaus saattaa hajaantua useampaan tuntemustilaan.																				

positiivisemmat asiat taulukon vasempaan reunaan, keskelle neutraalimmat sekä kurjalta tai ikävimmiltä tuntuvat käsitteet oikealle. Samassa vastauksessa saattoi nousta esiin sekä positiivisia että negatiivisia asioita. Vastaus jakaantui tällöin useampaan eri osioon.

Jatkaessani luokittelun toiseen vaiheeseen kopioin ensimmäisen sivun toiselle Excelin välilehdelle ja jaottelin vastaukset selkeämmin omiin alueisiinsa. Toisessa luokitteluvaiheessa yhdistin samantyyppisiä sanapareja tai lauseita. Taulukossa 2. luokittelun toisessa vaiheessa olen vienyt vastaukset väripaneelien alle, liikennevalotyypisest vihreästä punaiseen, positiivisesta negatiiviseen. Positiivinen vihreä muuttuu oikealle mentäessä aggressiivisemmäksi punaiseksi. Tämän kysymyksen kohdalla Miltä sinusta silloin tuntui? - luokittelu tehtiin neljään teemalaatikkoon; (Vihreä) Kivalta ja ylpeältä, (Keltainen) Ei mitään tai tavalliselta, (Oranssi) En ollut mielissäni, (Punainen) Harmitti ja Pahalta.

Taulukko 2. Kysymyksen 6. luokittelun toinen vaihe.

6. Miltä sinusta silloin tuntui? Vastauksia 226.	Kivalta ja ylpeältä	Ei mitään tai tavalliselta	En ollut mielissäni, harmitti	Pahalta
	Kivalta ja ylpeältä mukavalta 5 se oli kivaa 11 hauskaa 4 olla eniten jotain	tavalliselta ei mitään 22 ei erikoiselta 15	En olisi halunnut poiketa massasta kamalaa, olin pidempi kuin pojat 2 vaikeaa oudolta 4 hävetti 6	kauhustuttavalta pahalta pahalta, erilaisuus häiritsti ja vaikutti itsetuntoon 2 yksinäiseltä kiusattu 9 helvetiltä olla jonon viimeinen
	luonnolliselta 3 ylpeältä 12 loistavalta hyvältä 7 ok 6	hiukan harmitti en välittänyt ei haitannut, vaikka haukuttiin->koin itseni normaaliksi	hujoppi, kirahvi ulkopuolinen 3 epämiellyttävältä 2 kirahvi marsubileissä	epämukava 3 epävarmalta 3
	hienolta 2 yksilölliseltä, vanhemmalta	vaihtelevalla, huomio tuntui hyvältä, joskus ei 4 vaivautunut, kun joku ihmetteli 2 porukkaan kuulumaton 7	nololta 5 en pitänyt, olin iso, en vaikuttanut söpöltä pikkutyöltä	inhosin pituuttani 2
	positiiviselta aluksi, liikunta, ulottuvuus	hassulta	en tykäntynyt 3> erottua joukosta isolta 4	tunsi itseni jättäläiseksi väärältä 2
	ihmetytti 3 miksi muut eivät ole samamittaisia	kiusalliselta 2	kömpelö 4	erottui massasta olla jonon viimeinen
	jännältä innostuneelta	hämmentyneeltä 2 tyhmältä	kurjalta 4, söi itsetuntoa, joutui silmätikuksi luultiin vanhemmaksi ärsytti 4	hujopilta
	erilaiselta 5	poikkeavalta halusin olla lyhyempi	häiritsti harmitti 7, koulun kuvauspäivä, pokia pidempi, nimittelyä masentavalta, kävelin kyyryssä 2	housut lyhyet
	oli siistiä	halusin piilottaa pituutta olin hämilläni 2	häpesin	ahdistavalta 4
	kuului asiaan, jonkun osa kai oli olla se pisin		en ollut naisellinen	

Luokittelu tehtiin jokaisen kysymyksen kohdalla pääsääntöisesti kolmeen kertaan. Kolmannessa vaiheessa järjestelin väripaneelien sisällä sanoja edelleen ja lopuksi tiivistin väripaneelin alle kootut vastaukset muutama lauseeseen. Taulukossa 3. on kysymyksen 6. luokittelun kolmas vaihe.

Luokittelun kolmannessa vaiheessa pyrin pääsemään pitkien ihmisten, vastaajien pään sisään ja todellakin ymmärtämään, mitä kirjoitetun sanan eli vastauksen taakse on muuta kätkettyä. Tutkijana tehdä tulkintaa.

Taulukko 3. Kysymyksen 6. luokittelun kolmas vaihe, jossa jokaiseen väripaneeliin on tiivistetty tunnetilalauseet.

6. Miltä sinusta silloin tuntui? Vastauksia 226.			
Kivalta ja ylpeältä	Ei mitään tai tavalliselta	En ollut mielissäni, harmitti	Pahalta
mukavalta 5 se oli kivaa 11 hauskaa 4 olla eniten jotain ylpeältä 12 loistavalta luonnolliselta 3 hyvältä 7 yksilölliseltä, vanhemmalta ihmettytti 3 ok 6 erilaiselta 5 positiiviselta aluksi, liikunta, ulottuvuus kuului asiaan, jonkun osa kai oli olla se pisin miksi muut eivät ole samamittaisia jännältä innostuneelta oli siistiä	tavalliselta ei haitannut 8 normaalilta 4 olin hämilläni 2 hiukan harmitti neutraalilta kiusalliselta 2 tyhmältä ei haitannut, vaikka haukuttiin-koin itseni normaaliksi vaihtelevalta, huomio tuntui hyvältä, joskus ei 4 hassulta vaivautunut, kun joku ihmetteli 2 porukkaan kuulumaton 7 poikkeavalta halusin olla lyhyempi halusin piilottaa pituutta	en olisi halunnut poiketa massasta en ollut mielissäni, erotin joukosta kurjalta 4, söi itsetuntoa, joutui silmätikuksi kamalaa, olin pidempi kuin pojat 2 vaikeaa jätkämäinen häpesin oudolta 4 hujoppi, kirahvi hävetti 6 häiritsi ärsytti 4 en ollut naisellinen ulkopuolinen 3 ikävältä 7 epämiellyttävältä 2 kirahvi marsubileissä nololta 5 en pitänyt, olin iso, en vaikuttanut söpöiltä pikkutyöiltä harmitti 7, koulun kuvauspäivä, poikia pidempi, nimittelyä en tykännyt 3> erottua joukosta isolta 4 kömpelö 4 masentavalta, kävelin kyyryssä 2 luultiin vanhemmaksi	ahdistavalta 4 kauhistuttavalta pahalta, erilaisuus häiritsi ja vaikutti itsetuntoon 2 yksinäiseltä kiusattu 9 helvetiltä olla jonon viimeinen hujopilta epämukava 3 epävarmalta 3 inhosin pituuttani 2 housut lyhyet tunsin itseni jättäiseksi vääryltä 2 erottui massasta olla jonon viimeinen
"Pituuden tuoma huomio tuntui hyvältä, oli hauskaa olla eniten jotain ja sain kokea ylpeyden tunnetta"	"Pitkänä oleminen ei tuntunut mitään, tai mitenkään erikoiselta. Joskus tuli porukkaan kuulumaton tunne, mutta en välittänyt siitä"	"En olisi halunnut poiketa massasta, kävelin kyyryssä ja häpesin pituuttani. Koin oloni kömpelöksi ja masentuneeksi"	"Erilaisuus häiritsi ja vaikutti itsetuntoon alentavasti. Olin kiusattu, inhosin pituuttani ja elämä tuntui helvetiltä"

Tiivistin kysymyksen 6. vastaukset seuraavanlaisiksi tuloksiksi positiivisemmista negatiivisempiin tuntemuksiin. Vihreän teemalaatikon ”Kivalta ja ylpeältä” tiivistetyksi lauseeksi muodostui lause: ”Pituuden tuoma huomio tuntui hyvältä, oli hauskaa olla eniten jotain ja sain kokea ylpeyden tunnetta”. Keltaisen teemalaatikon ”Ei mitään tai tavalliselta” lauseeksi muodostui: ”Pitkänä oleminen ei tuntunut mitään, tai mitenkään erikoiselta. Joskus tuli porukkaan kuulumaton tunne, mutta en välittänyt siitä”. Oranssin teemalaatikon ”En ollut mielissäni, harmitti” lauseeksi muodostui lause: ”En olisi halunnut poiketa massasta, kävelin kyyryssä ja häpesin pituuttani. Koin oloni kömpelöksi ja masentuneeksi”. Viimeisen eli punaisen teemalaatikon ”Pahalta” alle tiivistyi lause: ”Erilaisuus häiritsi ja vaikutti itsetuntoon alentavasti. Olin kiusattu, inhosin pituuttani ja elämä tuntui helvetiltä”.

Luokittelun ensimmäiseen vaiheeseen ja vastausten kirjaamiseen kului aikaa useampi viikko. Kysymysten toista ja kolmatta luokitteluvaihetta tein samanaikaisesti kirjoitusprosessin aikana. Luokittelin kaikki avoimien kysymysten (6–31) vastaukset sivuilla 48–51 esittämäni esimerkkikuvauksen mukaisesti.

6. Aineiston analyysi

Luvun alussa kerron vastaajien taustatiedot ja tämän jälkeen teksti jatkuu kyselyn vastausten esittelyä numerojärjestyksessä. Jokaiseen kysymykseen saatiin yli 200 vastausta. Tarkat vastausmäärät löytyvät jokaisen vastauksen käsittelykohdasta. Taustatietokysymysten jälkeiset kysymykset luokittelin pääsääntöisesti kolmeen vaiheeseen. Esittelen jokaisen kysymyksen luokittelun kolmannen vaiheen, ellei toisin ole mainittu.

Vastausten kokonaismäärä oli N=229, joista sukupuolensa ilmoitti N=228 henkilöä: naisia oli 223 (98 %), miehiä 5 (2 %) ja muu -vastauksia saatiin 0. Ikänsä ilmoitti N=229 henkilöä ja keski-ikä oli n. 40 vuotta ja tutkimuksen kannalta oleellinen tieto, keskipituus, oli 181 cm. Pituutensa ilmoitti N=229 henkilöä. Ammattinsa ilmoitti N=226 henkilöä ja ammattinimikkeitä oli sekä kunta-alalta että yksityiseltä sektorilta. Edustettuina olivat terveys- ja sosiaaliala, opetus- ja kasvatusala, teollisuus- ja kaupan ala, rahoitus- ja talousala, ravintola-ala ja taide- ja kulttuuriala. Eniten yksittäisiksi ammateiksi ilmoitettiin sairaanhoitaja, opettaja, insinööri, myyjä ja yrittäjä. Nämä edellä mainitut asiakokonaisuudet olivat taustakysymyksiä (kysymykset 1–4, liite 2).

Varsinaiset tutkimusaihetta käsittelevät kysymykset alkoivat taustakysymysten jälkeen ja vastaajille kerrottiin lomakkeessa, että *Seuraavien kysymysten avulla voit kertoa, miten pituus konkretisoitui elämässäsi*. Jotta vastaajat pääsivät luontevasti aiheeseen, oli jatkolauseena, *Suomalaisten keskipituus on sadan vuoden aikana kasvanut 12 senttiä*.

Kysymyksessä **5. Milloin huomasit olevasi pidempi kuin muut?** yli puolet vastaajista kertoi havainneensa asian ala-asteella, noin 8–12-vuotiaina. Toiset vastaajat käyttivät ilmaisua lapsuus, mutta ylipäätään tietoisuus omasta pituudesta oli konkretisoitunut vastaajille jo ennen aikuisikää. Vain muutama vastaaja oli havahtunut pituuteensa aikuisiällä tai sen kynnyksellä. Vastauksia tähän viidenteen kysymykseen saatiin 228. Taulukossa 4. on esitetty luokittelun ensimmäinen vaihe. Vastaukset saatiin kerättyä yksinkertaiseen muotoon jo luokittelun toisessa vaiheessa, joten luokittelun kolmannelle vaiheelle ei ollut tarvetta.

Taulukko 4. Luokittelun ensimmäinen vaihe kysymykseen 5. Milloin huomasit olevasi pidempi kuin muut?

5. Milloin huomasit olevasi pidempi kuin muut? Vastauksia 228.	
aina	8
lapsuus	17
päiväkoti	5
eskari	10
koulu	7
ala-aste	124
yläaste	35
teini	9
lukio	6
ammattikoulu	1
rippikoulu	1
aikuisena	3
en koskaan	2

Kysymyksen **6. Miltä sinusta silloin tuntui?** vastauksia käsiteltiin jo edellisessä luvussa aineiston analyysin esimerkikysymyksenä (taulukot 1–3). Vastausten esittely jatkuu numerojärjestyksessä seitsemännestä kysymyksestä eteenpäin.

Kysymykseen **7. Millä tavalla läheisesi suhtautuivat pituuskasvuusi?** vastauksia saatiin 227. Vastaukset teemoitettiin neljän teeman sijaan viiteen osaan, koska positiivisia vihreitä muodostui kaksi teemaa. Suurinta osaa vastaajista oli lähipiiri kannustanut ja suhtautunut positiivisesti pituuteen. Heitä oli neuvottu nauttimaan joka sentistä. Esille tuli se, että isillä oli kannustava rooli pitkien tyttärien itsetuntoon sanomalla ”*kaikki ovat sopivia juuri sen pituisina kuin ovat*”. Osassa perheissä pituuskasvuun suhtauduttiin rauhallisesti ja ymmärtäväisesti. Saatettiin ilmaista, että ”*olisi paljon vaikeampaa olla lyhyt mies kuin pitkä nainen*”. Toisaalta opetettiin ”*suhtautumaan pituuteen huumorilla, jotta kukaan ei pääse yllättämään kommentteillaan*”. Huumoria kuvastaa myös lausahdus ”*meillä jopa koirat ovat onnistuneet kasvamaan rotumääritelmää korkeammiksi*”.

Taulukko 5. Kysymyksen 7. luokittelun kolmas vaihe.

7. Millä tavalla läheisesi suhtautuivat pituuskasvuusi? Vastauksia 227.					
kannustaan	rauhallisesti ja ymmärtäväisesti	luonnollisesti, ei kiinnitetty huomiota	ihmetellen ja kommentoimalla	kauhistellen ja peläten	
kannustavasti 17	hyvin 13	normaalisti 33	ihmetellen ja kommentoimalla	kauhistellen ja peläten	
positiivisesti 17	ei tullut yllätyksenä 10	neutraalisti 11	piikkasivat hyväntahtoisesti kommentoimalla	peläten, joutua kiusatuksi 2	
kehuen 6	tukien 2	luonnollisesti 6		toinen puoli sukua kauhisteli 5 huolestuneena 5	
hieno asia 2	myönteisesti 3		päivittelemällä 2		
ryhti suoraksi 3	>olisi paljon vaikeampaa	luontevasti 3	taivastelemalla		
pitkät naiset komeita arvostaen	olla lyhyt mies kuin pitkä nainen	tavalliselta ei tehty numeroa 2	hämmästellen	mikä vika, kun 180 cm ei ylety	
ilolla 2	ihmeteltiin positiivisesti 2	ei ihmetelty 7	oletpa kasvanut 2	ei korkokenkiä	
ylpeästi 8	rohkaisten 2				
upeasti		ei erityistä suhtautumista 27		selkävaivoista pelotellen ei osattu tukea 2	
ihailien 4	lahkeitä pidennettiin 3	ei kiinnitetty huomiota 7	ihmetellen 7 on se pitkä		
nautti joka sentistä	tulee sukuun 2				
missi tai malli 4		ok 5	huomautellen, jopa oma äiti	ei löydä miestä	
missin mitat 5		ei puhuttu 3			
isä: kaikki ovat sopivia juuri sen pituisina kuin ovat 2					
opetettiin suhtautumaan huumorilla, jotta kukaan ei pääse yllättämään kommentteillaan					
meillä jopa koirat ovat onnistuneet kasvamaan rotumääritelmää korkeammiksi					
tutkittiin pituuskasvu lääkinällisesti 9					
mummo kysyi Seura lehden palstalla, miten pysäyttää tytön kasvu					
äidillä jäänyt traumoja pituuskasvun kauhistelusta, koitti suojella minua->kiinnitin huomiota pituuteen enemmän kuin olisin muuten kiinnittänyt					

Pituuskasvu myös sivuutettiin eikä siihen kiinnitetty mitään huomiota. Jotkut vanhemmat olivat kuitenkin tiedustelleet lääkinnällistä apua lapsen tai nuoren pituuskasvuun. Läheisten suunnalta tulleet ikävät huomauttelut ja kommentoinnit yllättivät tutkijan. Omien vanhempien ikävät kokemukset ja niillä pelottelu olivat siirtyneet seuraavalle sukupolvelle: ”Äidille oli jäänyt traumoja pituuskasvun kauhistelusta ja kiusaamisesta. Hän koitti suojella minua. Lopputuloksena kiinnitin huomiota pituuteen enemmän kuin olisin muuten kiinnittänyt”. Edellä esitetyt kursiivilauseet ovat kysymyksen 7. Millä tavalla läheisesi suhtautuivat pituuteesi? teemoittain tiivistetyt lauseet (taulukko 5).

Kysymyksessä 8. kysyttiin, **Millaista sinusta on olla pitkä?** ja vastauksia toivottiin henkilökohtaiselta tasolta. Vastauksia saatiin 228 (taulukko 6). Vastaukset jakaantuivat selkeästi vain kolmeen alueeseen, positiiviset vastaukset on kirjattu vihreään laatikkoon, neutraalimmat keltaiseen ja ikävimmät vastaukset punaiseen laatikkoon. Oranssinen tema-alue jäi pois, koska vastauksissa ei ollut keltaisen ja punaisen vastaustyyppien välivaihetta. Iso joukko vastaajista koki elämänsä kivaksi ja mukavaksi, he suorastaan rakastivat pitkänä olemista. He olivat sinut pituutensa kanssa ja kokivat näyttävyyden ja raajojen ulottuvuuden positiivisiksi asioiksi. Yhtä suuri joukko vastaajista koki kuitenkin, että pituus toi porukkaan kuulumattomuuden tunteen ja erityisesti sopivien vaatteiden löytäminen oli vaikeaa. Pituuden kommentointi koettiin myös raskaaksi ja ahdistavaksi. Lisäksi sopivan pituisen puolison löytäminen oli haastavaa. Näiden kahden ääripäävastaustyyppien väliin jäi joukko vastaajia, joita pituus tai pitkänä olemisen ei arkipäiväiseen elämään vaikuttanut millään lailla.

Taulukko 6. Kysymyksen 8. Millaista sinusta on olla pitkä? kolmannen vaiheen luokittelu.

8. Millaista sinusta on olla pitkä? Vastauksia 228					
Tunnen oloni ylpeäksi ja upeaksi, tykkään!		Ei aiheuta suuria tuntemuksia		Tuntuu ulkopuoliselta ja vääränlaiselta	
ylpeältä 19	jään muiden mieleen 5	normaalilta 10	vaihtelee 4	vaateongelmat 26	
kivaal 4 upealta 13	eroton joukosta 5	ei aiheuta suurempia tuntemuksia 5	ei erityiseltä 7	saan kommentointia 13	
kiivalta 7 tykkään 17	ok 15	ei haittaa 2	ei erityiseltä 7	kulkuvälineet 10	
huippuhienoal	tyytyväiseltä 11	neutraalilta 3	ei erityiseltä 7	yksinäiseltä ulkopuoliselta 2	
hienolta 13	tottunut 8	tavalliselta 3	ei erityiseltä 7	hävettävältä erottua joukosta 2	
mukavalta 16	käytännöllistä	ei enää kamalaa	ei erityiseltä 7	joskus haluaisi olla näkymätön ja tavallinen	
hyvältä 12	ei enää kamalaa	ei enää kamalaa	ei erityiseltä 7	ärsyttävältä 9	
erityiseltä 2	nautin huomiosta 2	enemmän etua kuin haittaa	ei erityiseltä 7	en pidä 7 kiusalliselta kärsin kamalalta	
olen sinut pituuden kanssa 10	enemmän etua kuin haittaa	olen mielummin näin pitkä, kuin että olisin yhtä lyhyt kuin olen pitkä 2	ei erityiseltä 7	harmittaa 2 olenko mies vai nainen	
ihanalta 11	olen mielummin näin pitkä, kuin että olisin yhtä lyhyt kuin olen pitkä 2	olen mielummin näin pitkä, kuin että olisin yhtä lyhyt kuin olen pitkä 2	ei erityiseltä 7	vaikeuttaa itsetuntoa epänilisellen 3 raskaalta	
erinomaista	positiiviselta 3	harmi, kun iän myötä menee kasaan	ei erityiseltä 7	ongelmia miesmarkkinoilla 4 kelpaamaton tyhisält	
lisää auktoriteettiä 4	ei tytöillä	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	koen olevani väärän kokoinen ja pituinen	
hauskalta tuo arvostusta	hyödylliseltä 6	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	jättäiseltä 2	
olen oppinut arvostamaan pituuttani=persoonani 7	hyödylliseltä 6	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	epäkäytännöllistä 2 ahdistavalta	
iloiselta 2	hyödylliseltä 6	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	tilaongelmat 4 kömpelöltä 2 iso 4	
mahtavalta 6	pukeudun näyttävästi 2	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kipuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
(rakastan) korkkareita 6	fyysisyys plussaa 2	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kippuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
nautin olost	ulottuvuus positiivista 11	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kippuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
rakastan 3 pitkiä jalkojani 2	näkee pitkälle 3	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kippuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
vaaditaan hyvä itsetunto	siistiltä hyötyä malliharrastuksessa	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kippuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
olen näyttävä	erityiseltä	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kippuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
tunnen kiittolisuutta	pituus tuo uskottavuutta	maailma keskimittaiselle 3	ei erityiseltä 7	aiheuttaa kippuja 2 ryhti 2 hankalalta 4	
Tykkään! Olen sinut itseni kanssa ja ylpeä pituudestani. Rakastan ulottuvuusiäni, näyttävyyttäni ja jään muiden mieleen.		Tunnen oloni normaaliksi ja pitkänä olemisen ei tunnu mitenkään erityiseltä.	ei erityiseltä 7	en tarvitse korkkareita 3 aiheuttaa pahoinvointia ei voi olla huomaamaton	
			ei erityiseltä 7	ei voi olla huomaamaton	
			ei erityiseltä 7	valokuvista hämmästyttävää pituuttani 3	
			ei erityiseltä 7	Pitkänä saan kuulla ikävää kommentointia ja sopivien vaatteiden löytäminen on vaikeaa. Olo on ulkopuolinen ja kumppania on vaikea löytää.	

Vihreän teeman ”Tunnen oloni ylpeäksi ja upeaksi, tykkään!” lauseeksi tiivistyi: *Tykkään! Olen sinut itseni kanssa ja ylpeä pituudestani. Rakastan ulottuvuusiäni, näyttävyyttäni ja jään muiden mieleen.*

Keltaisen teeman ”Ei aiheuta suuria tuntemuksia” lauseeksi tiivistyi: *”Tunnen oloni normaaliksi ja pitkänä oleminen ei tunnu mitenkään erityiseltä”*. Punaisen laatikon ”Tuntuu ulkopuoliselta ja vääränlaiselta” lauseeksi tiivistyi: *”Pitkänä saan kuulla ikävää kommentointia ja sopivien vaatteiden löytäminen on vaikeaa. Olo on ulkopuolinen ja kumppania on vaikea löytää”*.

Seuraavaksi vastaajat johdateltiin työ- ja vapaa-aikaa koskeviin kysymyksiin. Aiheeseen autettiin kyselylomakkeella olevalla lauseella *Mittasuhteiltaan sopivat työ- ja harrastusvälineet auttavat pitkäjänteiseen hyvinvointiin*.

Kysymykseen **9. Millaisia ammatillisia haasteita pituus on aiheuttanut sinulle?** saatiin 225 vastausta (taulukko 7). Suurelle joukolle vastaajista pituudella ei ole ollut vaikutusta ammatin harjoittamisessa. Kuitenkin työvaatteiden mitoituksissa on ollut puutteita, ja työvälineiden säädöt ovat olleet riittämättömiä. Huonot työasennot ovat aiheuttaneet esimerkiksi selkä- ja niskakipuja. Erityisen hankaliksi mainittiin hoitotyöhön liittyvä parityöskentely, jossa yleensä pitkät henkilöt joutuivat joustamaan keskimittaisen parinsa mukaan. Muutamat vastaajat kokivat pituuden olleen hyödyksi ammatissaan, pituus on muun muassa tuonut naisille etua miehisillä aloilla ja auktoriteetin tunnetta.

Taulukko 7. Kysymyksen 9. Millaisia ammatillisia haasteita pituus on aiheuttanut sinulle? luokittelun kolmas vaihe.

9. Millaisia ammatillisia haasteita pituus on aiheuttanut sinulle? Vastauksia 225		
Pituus on ollut hyödyksi	Ei ole tuonut haasteita	Pituus on ollut haitaksi
ollut hyödyksi 11	ei mitään 95	väärät mitoitukset työvälineissä 37 (huono) ergonomia 33 väärät mitoitukset työvaatteissa 26 säädettävyyttä puuttuu 10
on ollut etua 8		selkäkiput 17 liian pitkä hävittäjälentäjäksi niskakivut 2 molemmat tinkivät ergonomiasta
opetuksessa + tuo auktoriteettiä 4	vähäisiä 2	hoitotyö 12, parityöskentely lyhyemmän kanssa ryhmässä pitkä joustaa, säädöt keskimittaisten mukaan ahtaat tilat 7 hylyt, lamput
	esillä olo haastavaa 3	työvälineitä joutuu hankkimaan itse käytössä miesten mallit 4 tuki- ja liikuntaelämisen kivut
etu miehisellä alalla 2	pituuteen voidaan liittää käsityksiä pystyvyydestä ja pärjävyydestä	päiväkotityöskentely 4 kiusallista, kun vanhemmat kollegat ovat päätä lyhyempiä 2
ulottuvuus lehmän synnytysapu :)	pituus esti unelma-ammatin jockeyna, laukkaratsastajana	asiakaskommentit satuttavat 2 lentoemännäksi liian pitkä, oli unelma-ammatti
	Työelämässä ei ole ollut pituudella mitään vaikutusta	Pitkälle ihmiselle väärät mitoitukset työvälineissä ja työvaatetuksessa ovat olleet ongelma, erityisesti hoitotyössä. Selkä on kipeytynyt ja kokemus on, että on aina itse joustettava.

Kysymyksen vastaukset teemoitettiin kolmeen osaan. Vihreässä laatikossa ”Pituus on hyödyksi” tiivistelauseelma toistuu, koska se ilmaistiin jo teemaa nimetessä. Keltainen laatikko ”Ei ole tuonut haasteita” tiivistyi lauseeseen *”Työelämässä ei ole ollut pituudella mitään vaikutusta”*. Punaisen laatikon ”Pituus on ollut haitaksi” runsas vastausmäärä tiivistyi lauseisiin *”Pitkälle ihmiselle väärät mitoitukset työvälineissä ja työvaatetuksessa ovat olleet ongelma, erityisesti hoitotyössä. Selkä on kipeytynyt ja kokemus on, että on aina itse joustettava”*. Oranssi teemalaatikko jäi pois, koska vastauksissa ei ollut keltaisen ja punaisen teemalaatikon vastaustyyppien välivaihetta.

Negatiivisena puolena pitkä ihminen saattoi kuitenkin tuntea itsensä kömpelöksi tai hitaaksi, esimerkiksi tanssiharrastuksessa. Sopivien välineiden ja varusteiden löytäminen tai niiden säätömahdollisuudet koettiin riittämättömäksi. Lisäksi harrastuksen vaatimaa vaatetusta oli pituuden vuoksi vaikea löytää.

Luokittelun toisessa vaiheessa (taulukko 9) harrastukset asetettiin neljän eri teeman (Pituudesta on hyötyä, Pituus ei vaikuta, Pituudesta on hiukan haittaa ja Pituudesta on haittaa) alle. Tämän jälkeen vastauksia yhdisteltiin jonkin verran luokittelun kolmannessa vaiheessa, jotta listaa saatiin hiukan lyhyemmäksi. Sama harrastuksen maininta ilmeni sekä positiivisella vihreällä puolella että negatiivisella punaisella puolella.

Taulukko 10. Kysymyksen 10. luokittelun kolmas vaihe ja tiivistetyt vastaukset.

10. Millaisissa harrastustoiminnoissa olet mukana? Onko pituudesta siinä hyötyä tai haittaa? Vastauksia 225					
Pituudesta on hyötyä	Pituus ei vaikuta		Pituudesta on hiukan haittaa	Pituudesta on haittaa	
hyötyä 44	ei vaikutusta 68			haittaa 8	rankkaa
koripallo 9	lentopallo 15	salibandy 2	ok/ei haittaa 6	ei harrastusta 16	vaatetus 5
yleis	urheilu 14	heittolajit 2	pilates	urheilu 2	pyöräily 4
jääkiekko 2	jalkapallo 3	maalivahti	jooga 2	kulttuuri 3	taide
näkee hyvin 2	keikoilla käynti 5		purjehdus	kuoro 6	musiikki 6
			hihto 3	laulu 3	käsityöt 10
			frisbeegolf 2	kuntosali 13	jooga 4
kilpasoutu	ulottuvuus	vipuvarsi	Sali 3	sauvakävely	lenkkeily 16
	laskettelu	kiipeily 2	uinti 3	hevosurheilu 2	luistelu
sulkapallo	moottoripyöräily		kuntotyrkkeily	partio 3	malleilu
	suunnistus	crosstraining	partio	ryhmä 3	kuntoliikunta 8
ratsastus 5					lumilautailu 2
kamppailu	itsepuolustuslajit 2				vapaaehtoisuutta 3
	geokätköily				metstäys
aikuisbaletti	tanssi				kirjallisuus
	luottamustehtäviä tarjotaan herkemmin 2				luonnossa liikkuminen 3
koiraharrastus metsässä	auktoriteetti				askartelu
kuorolaulu	pääsee takariiviin				järjestö 3
					yhdistystoiminta 2
					ompeleminen 2
					puutarha
					hevoset 4
					uinti 5
					kielet
					koirat 8
					kahvakuula
					nyrkkeily
					valokuvaus
					tanssi on tuonut takaisin uskoa omaan naiseuteen, minkä pituus tuntui pilanneen
Pituudesta on hyötyä heitto- ja palloilulajeissa ja erityisesti lajeissa, joissa ulottuvuudesta ja vipuvarresta on hyötyä.			Pituus ei vaikuta valitsemini harrastuksiin. Voin harrastaa monipuolisesti eri liikuntalajeja. Suosin taide- ja kulttuurielämyksiä.		Tunnen oloni toisinaan kömpelöksi.
					Pituudesta on haittaa liikuntavälineiden ja sopivan vaatetuksen löytämisessä. Toisinaan kehon mittasuhteet ovat huonosti hallittavissa. Erottauden joukosta ja olen alttiina kommentteille.

Pituus koettiin hyödyksi heitto- ja palloilulajeissa ja vastauksissa käytettiin termiä *vipuvarsi*, joka toi etua monenlaiseen fyysiseen suoritukseen, kuten yleisurheilun heittolajeihin. Pitkät raajat toivat ulottuvuutta esimerkiksi kiipeily- ja kilpasoutuharrastukseen. Oli kuitenkin monia harrastuksia, joita pituus ei haitannut tai ei tuonut mitään hyötyä. Tanssiharrastus tuntui jakavan mielipiteitä, toiselle se palautti uskon omaan naiseuteen, toiselle tanssi toi kömpelyyden tunteen. Haittapuolena oli joidenkin liikuntavälineiden väärät mittasuhteet tai riittämättömät säätömahdollisuudet. Jotkut kokivat erottautuvansa liikaa harrastajajoukosta ja pelkäsivät ikävää kommentointia. Vihreän teeman (taulukko 10) ”Pituudesta on hyötyä” tiivistetyksi lauseeksi muodostui: ”Pituudesta on hyötyä heitto- ja palloilulajeissa ja erityisesti lajeissa, joissa ulottuvuudesta ja vipuvarresta on hyötyä”. Keltaisen teeman ”Pituus ei vaikuta” lauseeksi muodostui: ”Pituus ei vaikuta valitsemini harrastuksiin. Voin harrastaa monipuolisesti eri liikuntalajeja. Suosin taide- ja kulttuurielämyksiä”. Oranssin teeman ”Pituudesta on hiukan haittaa” lauseeksi muodostui: ”Tunnen oloni toisinaan kömpelöksi”. Punaisen

teeman ”Pituudesta on haittaa” lauseeksi muodostui: ”Pituudesta on haittaa liikuntavälineiden ja sopivan vaatetuksen löytämisessä. Toisinaan kehon mittasuhteet ovat huonosti hallittavissa. Erottaudun joukosta ja olen alttiina kommenteille”.

Kysymykseen **11. Millaisissa tilanteissa pituus on aiheuttanut keskustelua? Mitä tai mistä silloin on keskusteltu?** saatiin 222 vastausta. Luokitteluvaiheessa (taulukko 11) jaottelin ensin vastauksia suhteessa paikkoihin ja tilanteisiin. Vihreään laatikkoon on kerätty paikat, joissa pituudesta on keskusteltu ja keltaiseen laatikkoon on kirjattu keskustelutilanteet. Pitkien ihmisten kuulemat kysymykset ja toteamukset pituudesta kirjasin oranssiin laatikkoon. Taulukon oikeaan laitaan kirjasin omaan teemalaatikkoon keskusteluaiheet. Kirjatut aiheet oli vastauksissa ilmoitettu melko neutraaliin sävyyn, mutta valitsin teeman värisävyksi kuitenkin punaisen korostaakseni, että pituus on keskustelun aiheena. Joistakin vastauksista ilmeni melko tunteikkaasti kirjattuja kommentteja, joita vastaajat olivat kohdanneet. Nämä kommentit on kerätty oranssiin ”Kysymyksiä ja toteamuksia” -laatikkoon. Lisäksi vastauksista tuli esiin muunkin tyyppisiä ilmaisuja, erilaisin adjektiivein ilmaistuja tuntemuksia, esimerkiksi, että pituutta kommentoitiin missä tahansa paikassa (vihreä laatikko) tai tilanteessa (keltainen laatikko). Vastauksista kuului hämmästys, kuinka pituus jaksoi kiinnostaa keskimittaisia ihmisiä. Pitkien ihmisten on siedettävä yllättäviä ja spontaaneja kommentteja pituuteen liittyvistä yksityisasioistaan.

Positiivista ja ihailevaa palautetta pituudesta oli saatu paljon. Kuitenkin hyvänkin huomion saaminen ei aina välttämättä ollut mieluisaa. Pitkän ihmisen ei ole koskaan mahdollista piiloutua massaan vaan on aina jaksettava ottaa vastaan erilaiset huomionosoitukset, niin hyvät kuin huonotkin. Ikävimpiä kommentteja ovat sukupuoleen liittyvät arvioinnit.

Taulukko 11. Kysymyksen 11. luokittelun kolmas vaihe.

Teemalaatikkoihin kirjatusta asioista nähdään, kuinka tavallisissa, arkipäiväisissä kohtaamisissa pitkät ihmiset saavat kuulla pituudestaan.

11. Millaisissa tilanteissa pituus on aiheuttanut keskustelua? Mitä tai mistä silloin on keskusteltu? Vastauksia 222				
Paikka	Tilanne	Kysymyksiä ja toteamuksia		Keskustelun aihe
Hollannissa saan olla oma itseni	kun olen seissyt jonkun edessä 3	kamalan	kuinka12 miten 5 pitkä tyttö on 4	kaikenlaiset keskustelut ja aiheet, epäsovivatkin miltä tuntuu/miten olen asian kokenut 5
koulussa	uudet kohtaamiset 27	kasvoinko jo nuorena		nimeen liitetty sana pitkä
hississä 2	tapahtumat	kysyvät pituutta 15		pituutta saa arvostella 3
kadulla	jonotustilanteet 5	löydätkö vaatteita 7		pituus tekee vanhemmaksi 2
töissä 16 ergonomia	valokuvatessa 3	vanhempien pituus 6		typerä käsitys, että pitkä=vahva
ystävien kanssa 5	vastaantulijoiden katseet	oletko transu 2		kuinka pitkiä mieheni ja lapseni 5 ovat
salilla	nähdä keikkaesiintyjä kadehditaan 2	miten susta tuli noin pitkä 2		pelaanko 3 kori- tai lentopalloa
suku 5 juhlassa 4	lyhyet 4 miehet/naiset 3 arvostelevat 6	löydänkö miestä 7		pitkä nainen/pituus herättää aina keskustelua 4
vaate 18 ostoksilla	vanhemmat ihmiset tuijottavat 6	sun ei tarvita isänsä pelätä		raajojen pituus 3
asiakaspal kaupassa 6		voisitko myydä/antaa muutaman sentin pituudestasi 2		korkokenkien käyttö 15
lääkäriässä 3		kauhee kun oot pitkä 6		olen lajissa kuin lajissa hyvä, koska olen pitkä
ravintola 5 tansseissa 5	oletetaan olevan malli 6	kutsuttu isoksi=lihava		keskustelut lyhyiden kanssa, samat ongelmat, ääripää
baarissa 2-viihteellä 2	pelaavan koripalloa 2 lentopalloa 8	taivastelu 11	tuntemattomat 12 neg. 8 kommentointi 29	saako nainen olla pidempi kuin mies 6
illan vietot treffit 4	haluavan kurkotella ylähylyille 14	lasten 4 hämmästely nimittely 2	vitsit 2	kyselevät 7 ja ihmettelevät 26 pituutta
lentokone matkoilla 4		"se on se pitkä" 2	jättäminen	pituus sallittu aihe 3 vrt lyhyt, lihava
kaikenlaisissa tilanteissa 11	ei tule mieleen	oletpa 18 liian 3 pitkä	naiseksi	luultiin pojaksi mieheksi 3
missä vain 9		olen liian pitkä ja ilmeisesti lesbo	treffiseuraksi	
joka paikassa 8				
ihaileva 14	positiivinen palaute 12	harvemmin 2	pelätään 2	
kehuva 3	ylistävä	välttynyt 7		tullut torjutuksi
				kauhisteleva 2

Kysymykseen **12. Miten sinua on kohdeltu pitkänä ihmisenä?** saatiin 225 vastausta (taulukko 12). Vastauksissa tulee esille, että pitkiä ihmisiä on kohdeltu huonosti. Osaa on jo lapsina koulussa kiusattu ja nimitelty. Moni on kokenut joutuneensa silmätikuksi ja toisaalta on kohdeltu, kuin olisi näkymätön. Punaiseen laatikkoon kerätyt huomiot ovat vastaajilleen tosia ja se yksittäinenkin joskus kuultu lausahdus pituudesta on jäänyt mieleen ja on saattanut vaikuttaa pitkän ihmisen myöhempiin valintoihin elämässään. Vastaajat olivat kohdanneet ikävää arvuuttelua, oletko *mies vai nainen*, tai naisille oli sanottu *älä käytä korkoja*. Kerrottiin myös, että *en saa läheisyyttä*. Kuitenkin iso osa vastaajista (vihreä laatikko) kokee tulleen kohdelluksi *hyvin ja ihastellen*. Oma suhtautuminen itseensä ja pituuteen on koettu tuovan arvostusta myös muilta. Työelämässä pituus on tuonut vaikutusvaltaa ja arvostusta. Moni koki myös, että kohtelu on ollut tavanomaista (keltainen laatikko), on kohdeltu *kuten muitakin*. Tavaroiden nostamiseen ja kantamiseen on saatettu pitkä ihminen pyytää avuksi. Vastaukset jaettiin kolmeen teemaan: Hyvin ja ihastellen, Tavallisesti, Huonosti ja kommentoiden. Vihreän teemalaatikon ”Hyvin ja ihastellen” tiivistetyksi lauseeksi muodostui: ”*On kohdeltu hyvin ja pituuden ansiosta saa kunnioitusta ja vastuuta työssään*”. Keltaisen teemalaatikon ”Tavallisesti” lauseeksi muodostui: ”*Pituus ei ole vaikuttanut kohteluun. Muut käyttävät hyödyksi tavaroiden nostamiseen ja kantamiseen*”. Punaisen teemalaatikon ajatukset tiivistyivät lauseisiin: ”*Pituutta naureskellaan, kommentoidaan ja hämmästellään. Pelkään, ettei sopivan pituista puolisoa löydy*”. Oranssi teema-alue jäi pois, koska vastauksissa ei ollut keltaisen ja punaisen vastaustyyppien välivaihetta.

Taulukko 12. Punaisen laatikon ”Huonosti ja kommentoiden” vastauksia on runsaammin kuin vihreän laatikon ”Hyvin ja ihastellen” -laatikon vastauksia.

12. Miten sinua on kohdeltu pitkänä ihmisenä? Vastauksia 225			
Hyvin ja ihastellen	Tavallisesti	Huonosti ja kommentoiden	
ihan hyvin 83 töissä melko 3	ei erikoisesti 11	koulussa haukuttu 7	
ihasteltu 20	tavallisesti 9	huonosti 3 yöelämässä	naureskeltu 5
ok 10 kiinnostuneesti	ei tule mieleen	pelätty 4	lyhyet 4 kommentoi 8
auktoriteetti 9 arvostavasti 5	kuten muitakin 15	uhkaavana 2 en ole näkymätön	vahvana 3 miesmäisenä 4
positiivisesti 7	vaihtelevasti 8	tuijotettu 4	henkinen/fyysinen aiheutan suuttumusta
oma terve suhtautuminen pituuteen 2	normaalisti 12	epänaisellisenä 4	puhutaan kuin en olisi paikalla kummaste hämmästelyä 4 ihmettelyä 6
>myös muut kunnioittavat 11	neutraalisti 4	tylysti	silmätikku nähtävyys
katsottu ylöspäin 2		loukkaavasti	kiusattu 5 koulussa mies vai nainen
kehuttu 6 palvottu		epäkohteliaasti 2	liikaa huomiota 2
ei tytötellä 3 uskottava 3			vien liikaa tilaa 2 olen tiellä
tasa-arvoisesti 3		kauhustellen 2	sanotaan älä käytä korkoja
vakavasti			vaikeata löytää kumppani 5 löydänpö pitkää miestä
tulen huomatuksi			eriarvoisesti syrjivästi
asiallisesti			iso=voimakas 2
hienosti			en saa läheisyyttä 2
reilusti			huvittuneita > ei mahdu julkiset, huvipuisto, metro
saanut huomiota			pituus todetaan helpommin ääneen kuin lyhyys
pitkä=kypsä	avuksi 6		Pituutta naureskellaan, kommentoidaan ja hämmästellään.
vaikutusvaltaa	tavaroiden nostelu tai vas 3		Pelätään, ettei sopivan pituista puolisoa löydy.
arvovaltaa			
potilastyössä äidillinen			
On kohdeltu hyvin ja pituuden ansiosta saa kunnioitusta ja vastuuta työssään.	Pituus ei ole vaikuttanut kohteluun. Muut käyttävät hyödyksi tavaroiden nostamiseen ja kantamiseen.		

Kysely jatkui siirtymällä arkielämään liittyviin kysymyksiin. Vastaajien ajatukset vietiin ajatuksellisesti aiheeseen tekstillä *Seuraavat kysymykset käsittelevät arjessa kohdattavia asioita ja*

ilmiöitä. Hyvään suunnittelutapaan kuuluu rakennuksen käyttäjän huomioiminen ja siten myös esteettömyys ja käytettävyys. Millaisia haasteita tai puutteita olet kohdannut. Kyselylomakkeella teksti jatkui kysymyksellä **13. asuinrakennuksissa?** Vastauksia tähän kysymykseen saatiin 224 (taulukko 13). Hankalimpia asuinrakennuksia pitkille ihmisille ovat vanhojen rakennusten asuintilat, etenkin keittiöt sekä pesutilat. Tasot, kalusteet ja oviaukot ovat liian matalalla. Moni oli kuitenkin sopeutunut tilanteeseen tai taloudellisen tilanteen salliessa teettänyt tiloja tai kalusteita mittatilauksena.

Taulukko 13. Kysymyksen 13. kolmas luokittelu.

Vanhat rakennukset, niiden keittiöt ja pesutilat ovat pitkälle ihmiselle mittasuhteiltaan huonot.

13. asuinrakennuksissa? Vastauksia 224							
Ei ongelmia 25		Haasteita			Mittatilauksena teetetty 10		Eos 2
		yleisesti	keittiö	pesuhuonetilat			
hyvä korkeus	keittiötaso	vanhat rakennukset 32	keittiö 3	kodinhoituhuone	keittiö 2		
		huonekorkeus					
yltää	yläkaappeihin	kattorakenteet 6	keittiötaso/tiskipöytä 126	lavuaari 36	kalusteet 2		
		ovenkarmit 15		suihku/kaappi 11			
		lamput 21	vanhat kodinkoneet 3	kalusteet/sijoittelu 21	talo		
		portaikko 4	porrasväli	liesituuletin 7	kylpyhuone		
uudisrakennukset parempia 3		oviaukko 13	kaappi 3	peili 43	sänky		
		ovenkahvat 3	ovipumput		sovittaminen makuuhuoneeseen		
		ahdas wc 15	kaiteet 2	uunit			
		kellari	sänky/sohva 3	sauna			
		vintti	imuri	lauteet			
		postilaatikulkona	vesihanat				
		asunonäytöt					
				matala/matalalla			
On sopeuduttu hyvin ja löydetty sopivia koteja.				Mittatilauksena teetetty keittiöt ja huonekaluja.			
				Vanhat rakennukset ovat hankalia, koska esim. oviaukot, wc -kalusteet ja keittiötasot ovat liian matalalla.			

Asuinrakennuksiin liittyen vihreän vastauslaatikon ”Ei ongelmia” tiivistetyksi lauseeksi muodostui lause: ”On sopeuduttu hyvin ja löydetty sopivia koteja”. Oranssin laatikon ”Haasteita” -osion vastaukseksi tiivistyi: ”Vanhat rakennukset ovat hankalia, koska esim. oviaukot, wc -kalusteet ja keittiötasot ovat liian matalia”. Haasteet koskivat rakennuksia yleisesti, mutta erityisesti mainittiin keittiö- ja pesuhuonetilat. ”Mittatilauksena teetetty keittiöt ja huonekaluja” oli oikeanpuoleisen teemalaatikon tiivistetty lause. Tämän laatikon väriksi valikoitui punainen kuvaamaan sitä, miten pitkät ihmiset joutuvat taloudellisesti panostamaan heille oikein mitoitettuihin kalusteisiin. Keltainen teemalaatikko jäi pois, koska vastauksista ei ilmennyt ”Ei ongelmia” ja ”Haasteita” vastausten välimuotoa.

Kysymys **14. Julkisissa rakennuksissa?** oli varsinaisen kysymyksen, *Millaisia haasteita tai puutteita olet kohdannut*, toinen osa (taulukko 14). Vastauksia saatiin kymmenkunta vähemmän eli 213. Julkisissa tiloissa oli samat ongelmat kuin asuinrakennuksissa. Wc-tiloissa kalusteet ja peilit olivat liian matalalla. Jalkatilat olivat myös ahtaat, sekä wc -tiloissa että elokuvateattereissa ja teattereissa. Odotusarvo julkisten tilojen paremmasta toimivuudesta oli aistittavissa vastauksista. Suuri osa vastaajista kritisoi julkisia rakennuksia. Tästä syystä tämän kysymyksen kohdalla jätin pois

punaisen teemalaatikon ja sitä vastaamaan kirjasin teemojen yhteisiksi ja tiivistetyiksi lauseiksi: ”Julkisissa rakennuksissa ja tiloissa monet kalusteet ja penkit ovat liian matalalla tai penkkirivien välit ovat ahtaat. Oviaukot ja ovenkahvat matalalla. Wc-tiloissa peilit ja lavuaarit ovat liian matalalla. Pitää varoa, ettei pää osu kattomainoksiin tai kyltteihin”.

Taulukko 14. Kysymyksen 14. kolmas luokittelun vaihe.

14. Julkisissa rakennuksissa? Vastauksia 213											
Ei ongelmia 32		Haasteita							eos 2		
		Julkiset tilat			paikkoja			Julk.kulkuvälineet 3			
		matalia/matalalla 10		ahtaat 9							
kaikki ok		peilit 86		penkkirivien välit 13				istuimet 7			
		kyltit 5		tuolit 10		pöydät 17		kirjasto			
		kattomainokset 2		jalkatila 4		hissit		ravintola 2	hotelli		
		kalusteet 11		sijoittelu 12		teatterit 2		kirkot	lentokone jalkatila 10		
		kauppakeskukset				kahvilat		porraskäytävät	vanhat rakennukset 4		
		pieniä 23		wc 7		ovi auki 6		polvet ovessa 8		vinottain 3	
		huonekorkeus 2		valaisimet 12				koulut 4	luentosali auditoriot jalkatila 3		
		lavuaari 22		sairaaloiden sängyt 3		huonekalut 4		parturien pesutuolit		sovituskopit 11	
		sermit 4				pyöröoivet		pankkiautomaatit 4		oviaukot 9	
		ovipumput 2		vastaanottojen luukut/pisteet		porrasakeleet 2		suihkut 2		ovenkahvat 3	uimahalli
		kaikki matalalla, ostoskärryn pohjista hedelmävaakaan alahyllyt - ylähyllyt +		kyykkyviini		sosiaalitilat					
Julkisissa rakennuksissa ja tiloissa monet kalusteet ja penkit ovat liian matalalla tai penkkirivien välit ovat ahtaat. Oviaukot ja ovenkahvat ovat matalalla. WC -tiloissa peilit ja lavuaarit ovat liian matalalla. Pitää varoa, ettei pää osu kattomainoksiin tai kyltteihin.											

Kysymyksessä 15. Millaisia huonekaluja pitkän ihmisen on haasteellista löytää? eniten mainintoja saivat sellaiset kalusteet kuten sänky, tuoli, pöytä ja sohva (taulukko 15). Huonekalujen teettäminen mittatilauksena on kallista ja vastauksista nousi ehdotus kelakorvauksen myöntämisestä pitkille ihmisille kalusteiden hankintaan. Oikeanmittaiset kalusteet takaavat käyttäjälleen parhaan mahdollisen hyvinvoinnin ja laadukkaan osallistumisen työhön ja yhteiskunnalliseen elämään. Pitkien näkökulmasta tärkeä kannanotto mutta todennäköisesti ehdotukselle olisi myös vastustajia. Vastauksia tähän kysymykseen saatiin 213.

Taulukko 15. Kysymyksen 15. vastauksista kerätyt haasteelliset huonekalut.

15. Millaisia huonekaluja pitkän ihmisen on haasteellista löytää? Vastauksia 210									
Ei ongelmia 46		Haasteellisia huonekaluja					Mittatilauksena teetetty 2		Eos 6
saatavana säädettäviä		työ tuolit 48		pöytä 41					
työtuoli 2		sänky 62		sohvat 39		istuinsyvyys 15		kallis 6	esim. sänky 3
pöytä 2				työpisteiden ergonomia 5					
sängyt riittää		nojatuoli 8		normaalihintaisia					
		kesäkalusteet 2		korkeita 2				kelakorvaus	
		selkänöjä 14		peili					
		peitto 9		patjat 2					
		wc istuin		suihkukaappi		eteispenkki			
		imuri		satula 3					
		vauvojen hoitopöytä 2		lastenrattaat/vaunut 2					
Sopivia huonekaluja on löytynyt hyvin. Haasteellisimpia huonekaluja pitkille ihmisille ovat työtuolit ja -pöydät. Yksityisesti niiden teettäminen on kallista.									

Kysymykseen **17. Miten terveydenhuollon välineistö on toiminut kohdallasi? Esim. mittausvälineet, apuvälineet, sairaalavaatteet**, saatiin 217 vastausta (taulukko 17). Suurella osaa vastaajista oli vähän tai ei ollenkaan omakohtaista kokemusta terveydenhuollon välineistöstä. Ne, joilla oli kokemusta, kokivat välineistön toimineen hyvin eivätkä he olleet kohdanneet ongelmia. Suurin kritiikki kohdistui sairaalasänkyihin ja -vaatteisiin. Sängyt olivat liian lyhyitä ja sängyn taitoskohta oli pitkälle ihmiselle väärässä kohtaa. Pitkille naisille tarjottiin miesten vaatteita, jotka olivat väritykseltään tummia ja mittasuhteitaan lyhyitä ja leveitä ja ne roikkuivat päällä. Sairaala-aikana toivottiin saatavan positiivista mielen hyvinvointia, mutta epämieluisa vaatetus voi luoda alakuloisuutta ja jopa pitkittää tervehtymistä.

Kysymyksen 17.vastaukset teemoitettiin kahteen osaan. Vihreän laatikon ”Hyvin ja ei ole ollut ongelmia” vastaukset tiivistettiin lauseeseen: *”Terveydenhuollon välineistö on ollut riittävää tai siitä ei ole ollut kokemusta”*. Punaisen laatikon ”Riittävyys on ollut huono” kokemukset tiivistyivät lauseeseen: *”Joissakin laitteissa (röntgen, ultra, tutkimuspöytä, pyörätuoli) mitoitukset tai taittokohdat väärässä kohtaa. Huonoja kokemuksia on ollut sairaalasängyistä, peitoista ja sairaalavaatteista”*. Keltainen ja oranssi laatikko jäivät pois taulukosta, koska vastaukset jakaantuivat melko jyrkästi positiivisiin ja negatiivisiin vastauksiin.

Taulukko 17. Sairaalasängyt ja -vaatteet ovat pitkille ihmisille mittasuhteiltaan epäsopivia.

17. Miten terveydenhuollon välineistö on toiminut kohdallasi? Esim. mittauslaitteet, apuvälineet, sairaalavaatteet. Vastauksia 217			
Hyvin 28 ja ei ole ollut ongelmia 35	Riittävyys on ollut huono		Ei ole ollenkaan tai vähän kokemusta 35
säättö riittävä 6	sängy 18	peitto	roikkuvat 6
apu- ja mittausvälineet 4	sairaala	vaatteet 4	kengät 5
ok 29	aamutakit 2	tarjotaan	miesten 19
verenpaine	housut 5	lyhyitä 29	matala 3
magneettikuvaus	mittaajat liian lyhyitä 7		väri tumma 2
hammaslääkäri 2	kivikautinen rullamitta	mammografialaite 3	
tuoli 6	kaikkia mittauksia ei ole voitu tehdä	röntgenlai ultra	
vaatteet 2	naisten 175 asti	taittuu väärästä kohdasta 2	
gynekologi	tukisukat 2	ei säätövaraa	
kyynärsauva	pyörätuoli 2	silmlälääkärissä istun köyryssä	
	gynekologi 2	rollaattori joutui odottamaan sopivaa	
	kainalosauva	kävelykeppi vaikea löytää	
	ambulanssi 2	pritsi	
	hieroja 2		
Terveydenhuollon välineistö on ollut riittävää tai siitä ei ole ollut kokemusta.			
Joissakin laitteissa (röntgen, ultra, tutkimuspöytä, pyörätuoli) mitoitukset tai taittokohdat väärässä kohtaa.			
Huonoja kokemuksia on ollut sairaalasängyistä, peitoista ja sairaalavaatteista.			

Kysely jatkui siirtymällä vaatteisiin ja niihin liittyviin kysymyksiin. Vastaajien ajatukset juoksutettiin vaateaiheeseen lauseilla *Seuraavien kysymysten avulla voit kertoa kokemuksia vaatteiden verkkokaupoista ja vaateliikkeistä (kivijalkakaupat)*. Lisäselvityksenä seuraaviin kysymyksiin kappale jatkui *Suomalaiset ostavat yhä enemmän vaatteita verkkokaupoista. Nuoret suunnittelijat ovat onnistuneet luomaan uusia vaatemerkkejä sekä verkko- että kivijalkakauppoihin.*

Kysymykseen **18. Mistä hankit vaatteita? Hankitko vaatteita kivijalkakaupoista vai verkkokaupoista? Teetkö itse tai teetätkö vaatteita?** saatiin 228 vastausta (taulukko 18). Vastauksissa nimettiin runsaasti sekä kotimaisia että ulkomaisia kivijalka- ja verkkokauppoja. Näiden lisäksi vaatteita hankittiin kirpputoreilta, second hand -liikkeistä ja nettikirpputoreilta. Jonkin verran vaatteita hankittiin ulkomailta, matkakohteina mainittiin esimerkiksi Hollanti, Saksa, Englanti ja Puola. Vaatteita teetettiin ja tehtiin itse, mutta myös valmiita vaatteita korjattiin ja tuunattiin itselle sopivaksi.

Vihreään teemalaatikkoon ”Kivijalkakauppa” kerättiin vastauksissa mainitut liikkeet sekä nimeltä mainitut kotimaiset toimijat. Keltaiseen teemalaatikkoon on kerätty mainitut ”Verkkokauppa” merkit ja mainitut vaatekappaleet. Oranssiin teemalaatikkoon on puolestaan kerätty ”Teetän tai teen itse” vastaukset. Punaisen värin alle on kerätty negatiiviset maininnat vaatteiden hankinnasta.

Kysymyksen 18. vastaukset tiivistyivät lauseisiin: ”Sekä kivijalkakaupat että verkkokaupat ovat suosittuja vaatteiden ostopaikkoja (vihreä). Vaihtoehtoja on paljon (keltainen). Jonkin verran teetetään tai tuunataan itse valmisvaatteista” (oranssi).

Taulukko18.

Vaatteita ostettiin kivijalkaliikkeistä ja verkkokaupoista kotimaisilta ja ulkomaisilta toimijoilta.

18. Mistä hankit vaatteita? Hankitko vaatteita kivijalkakaupoista vai verkkokaupoista? Teetkö itse tai teetätkö vaatteita? Vastauksia 228									
Kivijalkakauppa 105		Kaikkialta 28		verkkokauppa 110		teetän 13 tai teen itse			
		kotimaista 2		verkkokauppa 110		ulkomailta 5			
mick	yläosat 5			zalando 7	housut 12			korjauksia 5	
bikbok	housut 5			vero moda	tall mallisto 16			mittatilaus 3	kallita käytän loppuun en ikinä verkosta
nuorisoliikkeet 2	takit	nanso		only	takit			jakkupuku	
Luhta	urheilu 4	rils		ketjuliike	puserot 4	Hollannista		valmistujaimmekko	
lidi		marimekko		asos	mekot 2 kangas	saksasta		hää juhla 4	
lorella		speci 2		peter hahn		englanti		paidat	
perusketjut 2	kirpputori 17	dressman		indiska		puola		kavennan itse	
marketit 3	vaatelainaamo	mr big		gant				kotimyynti 2	
stadium	second hand 3	stockman		lindex				ompelen itse 23	
vero moda 2		pola		h&m	vaikka lyhyitä 2			tuunaan 7	
zizzi		(seppälä) 2		gina tricot				neulon 3	
tokmanni 2				long tall sally 4					
lindex		sekä kivijalka että		nosh 3					
muotibutiikki	Helmi Somero	verkkokauppa		curve	nettikirppis 3				
noloa	miesten osasto 10			ensin kivijalka, jos ok,					
				sitten verkosta 2 halvemmalla					
				Sekä kivijalkakaupat että verkkokaupat ovat suosittuja vaatteiden ostopaikkoja.					
					Vaihtoehtoja on paljon.				
									Jonkin verran teetetään tai tuunataan itse valmisvaatteista.

Kysymys **19. Mitä kotimaisia tai ulkomaisia verkkokauppoja käytät ostaessasi vaatteita,** sai 214 vastausta (taulukko 19). Osa vastaajista ilmoitti, etteivät he osta vaatteita verkkokaupoista. Jo edellisen kysymyksen vastauksissa (taulukko 18) oli mainittu runsaasti ostopaikkoja nimeltä, mutta tämän kysymyksen vastauksissa nousi esiin monia tutkijallekin ennestään tuntemattomia toimijoita ja tuotemerkkejä. Vastauksissa oli mainintoja kenkämerkeistä ja -liikkeistä, mutta jätin ne analyysin ulkopuolelle, koska kysely oli rajattu koskemaan pituutta ja pitkien ihmisten vaatetusta.

Taulukko 19. Kysymyksen 19. vastauksissa luetellut vaateliikkeet ja -merkit.

19. Mitä kotimaisia tai ulkomaisia verkkokauppoja käytät ostaessasi vaatteita? Vastauksia 214									
kotimaiset 4			ulkomaiset 3				en käytä verkkokauppoja 33		
GHW 6	paprika	timarco.fi	zalando 99	monki	asos 26				
speci 6	ratsula	kongaamo	h&m 26	only	xxl 4				
marimekko 5	kekäle	ehta	ellos 25	boots	peak performance 3				
papu 4	halonen	carson	long tall sally 25	masai	scandinavian outdoor store				
intersport 4	neulomo	alpa	nosh 12	gudrun sjöden	stadium 2				
nanso 3	kärkkäinen	mamman	nelly.com 5	horze	sportsdirect				
stockman 3	verynice.fi	LTS	esprit 5	peter hahn	revolution race 2				
paapii 2	voglia	topshop	EMP 4	snag	fjällräven 2				
sokos 2	iloinen kettuliini	lumingerie	cellbes 4	houdini	budget sport				
varusteleka 2	partioaitta		gina tricot 4	collectif	outnorth	kenzo			
ommellinen 2	huigee		zizzi 4	freddies of pinewood	farfetch				
verson puoti	halti		vero moda 4	weekendbee	kicks				
			bubleroo bosh	my theresa	lounge 2	bohoo			
			lindex 3	dressy	cubus	myprema			
			boozt 3	cocoon	new look 2	gazoz			
			junkyard 3	lexington	bestseller				
			vila 2	net a porter	klingsel				
			dorothy perkins 2	bravissimo	pet handelsmoden				
			next 2	miss mary	victoria s secret				
			kappahl 2	boden emmy	yours clothing				
			weecos 2	luisaviaroma	wish				
			zara 2	urkye puola	gant				
			mango 2		ivy city				
			miss windy shop 2		nordstrom				

Vihreän teeman alle on kerätty vastauksissa mainitut kotimaiset toimijat, oranssiin teemalaatikkoon ulkomaiset ja punaiseen maininnat ”En käytä verkkokauppoja”.

Kysymykseen **20. Mitä vaatteita ostat verkkokaupoista?** saatiin 217 vastausta (taulukko 20). Vastausten perusteella verkkokaupoista ostetaan kaikki mahdollinen vaatetus, ainoastaan alusvaatteet voidaan rajata ulkopuolelle. Tärkein ostokriteeri oli, että vaateen pituusmitat oli ilmoitettu. Yläosina oli mainittu takit ja paidat, alaosina farkut ja housut.

Taulukko 20. Kysymyksen 20. vastaukset kirjattuna.

20. Mitä vaatteita ostat verkkokaupoista? Vastauksia 217									
Kaikki/ea 31 mahdollista 12			Yläosia 9 jos pituus mainittu		Alaosia			En mitään 16	
kaikki muut paitsi ei alusvaatteita 8			takit 25	paitoja 47	hameita 11			viiva	9
perusvaatteita 6			urheilu 17	pusero 8	farkut 30				
lasten vaatteita 2			ulkoilu 3	tunika 7	housuja 48				
äitiysvaatteita				college 2	juhla/mekko 32				
alusvaatteet 12				neule 6	leggings 8				
uimapuku 2	asusteet 2				haalari 2				
sukat 5					shortsi				
sukkahousut 3									
jos olen sovittanut saman tuotteen 3 tall- mallistoja 4			Verkkokaupoista ostetaan kaikki mahdollinen vaatetus, jos pituusmitat on ilmoitettu. Alusvaatteet jäävät ostosten ulkopuolelle.						

Tämän kysymyksen kohdalla keräsin vastauksissa mainitut vaatekappaleet väriteemojen alle niin, että vihreään laatikkoon on kerätty ”Kaikki/ea mahdollista”, keltaiseen ”Yläosia jos pituus mainittu”, oranssiin ”Alaosia” ja punaiseen laatikkoon ”En mitään”.

Seuraavana oli kysymys **21. Miten arvioit vaateen kokomerkintöjä omaan kokoosi?** Vastauksia saatiin 218 (taulukko 21). Kokomerkinnot koettiin suuntaa antaviksi ja turvallisinta oli ostaa tuttua

merkkiä, jonka mitoitus oli todettu hyväksi. Valittiin myös 1–2 kokoa suurempi mitä normaalisti olisi valittu. Arviointi koettiin myös vaikeaksi, koska arviointiin ei ollut totuttu tai kokemuksena oli, *etteivät tall mallistotkaan* toimi ja pitkät ihmiset ovat kyselyn mukaan tottuneet tinkimään istuvuudesta. Internetin keskustelupalstoilla tutustuttiin vaatteista kertoviin kokemuksiin ennen ostopäätöstä.

Taulukko 21. Kysymyksen 21. vastaukset teemoitettuna.

21. Miten arvioit vaatteen kokomerkintöjä omaan kokoosi? Vastauksia 218										
Tuttu ja turvallinen merkki			Kokomerkinnät				Arviointi vaikeaa 9			En tilaa 2
tutut merkit 18			vaihtelee 21	suuntaa antavia			tingin istuvuudesta 4			eos
tall -mallisto 5	ok 3		kokomerkki eivät			täsmää 25	tottunut liian lyhyet hihat			viiva 3
plus mallisto	one size		tilaan väh. kokoa	isomman 32			yllätys arvontaa 3			
			tilaan useamman	soviton 12			merkintä iso koko pieni			
	pitää paikkansa 14		ympärys sopiva	>liian	lyhyt 14	hiha	lahje	helma		
jos ilmoitettu 8	sentteissä									
hiha	helma	lahje								
			jos	kerrotaan inseam pituus 9			oletus pitkä=kookas			
eri kuin kokotaulukko 7				kaikki cm mitat 7			isot koot liian lyhyitä ja leveitä 2			
mittataulukon avulla 22				tuumakoko helpompi 2			tarpeeksi pitkä > liian iso			
tilaan pisimmät			Luen vertaiskokemuksia 6							
mittaan toisen vaatteen 4	vertaan itseni 2									
kuvan mallin/pituuden mukaan 10										
Tuttu merkki takaa onnistuneen ostoksen.			Kokomerkinnät ovat vain suuntaa antavia ja monesti eivät täsmää. Olen tottunut tinkimään istuvuudesta ja sopivan pituisista hihoista.							

Vihreän teemalaatikon ”Tuttu ja turvallinen merkki” tiivistetyksi lauseeksi muodostui: *”Tuttu merkki takaa onnistuneen ostoksen”*. Keltaisen ja oranssin teemalaatikoiden ”Kokomerkinnät” ja ”Arviointi vaikeaa” ajatukset koottiin lauseeseen: *”Kokomerkinnät ovat vain suuntaa antavia ja monesti eivät täsmää. Olen tottunut tinkimään istuvuudesta ja sopivan pituisista hihoista”*. Punaiseen teemalaatikkoon oli kerätty ”En tilaa” vastaukset.

Seuraavaan kysymykseen **22. Miten verkkokaupoista ostamasi vaatteet ovat vastanneet odotuksiasi?** saatiin 208 vastausta (taulukko 22). Vastausten valossa ostokset olivat onnistuneet hyvin, etenkin jos oli mahdollisuus ostaa vaatteita pitkille tarkoitetuista mallistoista. Ostokset olivat onnistuneet myös, jos tuotemerkit olivat ennestään tuttuja. Ostosten onnistumista kohtalaisesti kuvattiin sanoilla *pettymyksistä yllätyksiin tai hittejä ja huteja*. Huonoimmin olivat odotukset täyttyneet esimerkiksi vastauksessa, jossa vastaaja kertoi ostaneensa 12 mekkoa, joista 2 oli sopivaa ja joista yksi päättyi lopulliseksi ostokseksi.

Vihreän teemalaatikon tiivistetyksi lauseeksi muodostui lause: *”Ostot verkkokaupoista koettiin onnistuneen hyvin, etenkin, jos tuotteet olivat pitkien mallistosta ja merkit ovat tuttuja”*. Keltaisen teemalaatikon lauseeksi puolestaan muodostui lause: *”Ostot onnistuneet kohtalaisesti, puolet ostoista ovat onnistuneet. Miksei sisälahkeen mittatieto ole pakollinen?”*. Oranssin teemalaatikon vastaukset tiivistyivät lauseeksi: *”Ostokokemukset ovat huonoja, liian lyhyet hihat, lahkeet tai mittasuhteet vääränlaiset”*. Punaisen laatikkoon kerättiin ”En ole ostanut” vastaukset.

Taulukko 22. Kysymyksen 22.luokittelun kolmas vaihe.

22. Miten verkkokaupoista ostamasi vaatteet ovat vastanneet odotuksiasi? Vastauksia 208			
Hyvin 72	Kohtalaisesti 2	Huonosti 10	En ole ostanut 10
tall mallisto 6 ok 15	vaihdellen 32	liian lyhyet 6 lahkeet 9, hihat 10	viiva 6
tutut merkit 6	50/50 7	joudun palauttamaan 7	
sopivia 5	olen oppinut 4	istuvuus huono 5	
tiedän mitoituksen 5	hittejä ja huteja 2	pettymyksiä 3	
luotettava ostos 5	housuostot paremmin	kokomerkintä epäluotettava 2	
vastaa odotuksia 2	pettymyksistä yllätyksiin	laatu on pettymys 3	
pituudelta: sopivia 2	kohtuullisesti	arvioin koon väärin	
urheiluvaate 2	tuuripeliä arpapeliä	mittasuhteet pielessä	
ketjuvaateliike		muuten löysiä 2	
kerrotaan pituustiedot > jos hyvä, tilaan useamman		liian lyhyt ja ihonmyötäinen	
		riittävän pitkä mallia telta 2	
		12 mekkoa, 2 sopivaa, 1 ostin	
Ostot verkkokaupoista koettiin onnistuneen hyvin, etenkin, jos tuotteet olivat pitkien mallistosta ja merkit olivat tuttuja.			
Ostot onnistuneet kohtalaisesti, puolet ostoista ovat onnistuneet. Miksei sisälähkeen mittatieto ole pakollinen?			
Ostokokemukset ovat huonoja, liian lyhyet hihat, lahkeet tai mittasuhteet vääränlaiset.			

Seuraavaan kysymykseen **23. Mistä kivijalkakaupoista löydät vaatteita, jotka sopivat tyyliisi ja persoonaasi ja jotka ovat mittasuhteiltaan sopivia**, saatiin vastauksia yhteensä 215. Vastaukset sisälsivät pitkän listauksen kotimaisten ja kansainvälisten ketjuliikkeiden nimiä (taulukko 23). Kotimaisista eniten nimeltä mainittiin Sokos ja Stockmann, ulkomaisista puolestaan Vero Moda, H&M, Lindex ja Vila. Kivijalkakauppojen paikkakuntina mainittiin Kouvola, Oulu, Tampere ja Tikkurila. Kivijalkakauppojen lisäksi mahdollisiksi ostopaikoiksi mainittiin muun muassa erikoisliikkeet ja kirpputorit. Kansainvälisiä ketjuja mainittiin useita, vaikka moni vastaaja koki, että niistä ei löydä tai löytää huonosti pitkälle ihmiselle sopivia vaatteita. Mahdottomiksi merkeiksi sopivan mitoituksen kannalta mainittiin muun muassa Burberry. Osa vastaajista koki, etteivät he jaksaa kiertäällä kivijalkakauppoja ja yritä löytää niistä persoonallisia ja omaan tyyliin sopivia vaatteita.

Taulukko 23. Mainitut kivijalkakaupat ovat onnistuneesti tarjonneet sopivaa vaateetusta pitkille ihmisille.

23. Mistä kivijalkakaupoista löydät vaatteita, jotka sopivat tyyliisi ja persoonaasi ja jotka ovat mittasuhteiltaan sopivia? Vastauksia 215										
Kotimaiset ketjuliikkeet		Kivijalkakauppa				Muita vaihtoehtoja		Mahdottomia		Ei ole
sokos 17	kekäle	vero moda 26	m&s 2	SPAO	erikoisliikkeet 2	barbour, burberry	englanti	en löydä 25		
stockmann 15	lady mode tikkurila	h&m 26	city 2	monki	second hand 2	aigle	ranska	vaikea löytää 9		
nanso 5	loviisan tango	lindex 19	jc 2		kirpputori 7			löydän huonosti 4		
prisma 5	Lehto Kouvola	vila 18	gant 2		muokkaan itse			jaksa kiertällä 2		
Speci 5	kure	urheiluliikkeet 13	otherstories 2		ompeijalla korjaus 2 stockman			en asioi 2		
luhta 4	paapii	cubus 12	carlson		eurokangas			en osta eettisyys		
tokmanni 4	hilden	zizzi 11	cos	c&a hollanti				viiva		
halonen 4	kärkkäinen	gina tricot 10	C&A					löydän vaihdellen 26		
marimekko 3	marketit	esprit 9	gudrun sjöden		kengät					
lorella 3	xl ilona	stadium 7	micks		speci					
aleksi 13 3	jokinen	zara 7	tommy hilfiger		heimosen kenkä	kouvola				
dressman 2	nosh	intersport 6	levis							
voglia 2	moda pajakka	new yorker 6	naf naf							
liid 2	mr big	bikbok 6	DOTS							
your face 2	partioaitta	kappahl 5	cos							
tavaratalot	non boutique oulu	only 5	mohito							
ratsula	muotibutiikki helmi	mango 4	line store							
	kivijalkakaupat tampere	carlings 4	reserved							
		xxl 3	gerry weber							
kotim.	nudge eettinen ja vastuullinen 3	uniqlo 2	japanilaine	hard rock cafe						
kotim.	suunnittelijat > tuotteet	indiska 2	long tall sally	englanti						
		ulkomaat 2	sahara	englanti						
		tanskalaiset	egue	saksa						
Useita kotimaisia kivijalkakauppoja ja paikkakuntia mainittiin Kouvola, Oulu, Tampere.										
Kansainvälisiä ketjuja mainittiin useita, vaikka moni vastaaja koki, ettei löydä tai löytää huonosti vaatteita.										

Vihreän teeman alle kerättiin mainitut ”Kotimaiset ketjuliikkeet” ja keltaisen alle ”Kansainväliset ketjuliikkeet. Oranssiin teemalaatikkoon kerättiin ”Muita vaihtoehtoja” vastaukset. Punaiseen teemalaatikkoon kerättiin ”Mahdottomia” ja ”Ei ole” vastaukset.

Seuraavana oli kysymys **24. Minkälaisissa vaatteissa on kokemuksesi mukaan riittävä pituusmitoitus? Esim. takkien ja paitojen hihat, housujen lahjepituus.** Kysymys oli samantapainen kuin edellinen, mutta tarkoituksena oli saada vastaajia nimeämään vaatekappaleita. Osittain näin tapahtuikin. Vastauksissa (N=215) nostettiin esiin urheiluvaatteet, farkut ja saksalaiset paidat. Näissä tuotteissa koettiin olevan riittävä pituusmitoitus. Pitkistä housumalleista, joissa ilmoitettiin pituus, käytettiin nimitystä long tai extra long. Tall -mallistojen vaatteet olivat riittävän pitkiä. Riittävä pituus oli myös miesten housumalleissa, mutta niiden istuvuus naisvartalolle ei ole paras mahdollinen. Tuotemerkkejä, joissa oli riittävä pituusmitoitus, mainittiin muun muassa Peak Performance, Ahkka, Zizzi, Nosh ja Halti. Joidenkin vastaajien mielestä ilmoitettuihin pituusmittoihin ei voinut luottaa ja pesu lisäksi lyhensi tuotteita. Ulkoiluhousujen osalta kokemukset vaihtelivat. Osa vastaajista piti mitoituksia hyvinä, toisten mielestä ne olivat huonoja. Housuissa kuitenkin lahkeiden pituudet olivat parempia verrattuna esimerkiksi takkien hihoihin.

Taulukko 24. Kysymyksen 24. vastausten luettelointi vaatteista, joissa pituusmitoitus on riittävä.

24. Minkälaisissa vaatteissa on kokemuksesi mukaan riittävä pituusmitoitus? Esim. takkien ja paitojen hihat, housujen lahjepituus. Vastauksia 215				
Riittävä pituus tuotteissa	Riittävä pituus/merkit	Tuotteiden pituus vaihtelee 8	Mittasuhteet	Pituus riittämätön 13
urheiluvaatteet 24	ylipitkät	peak performance 5	arpapeliä	harvoin 12
farkut 23 tuumakoko 16	viillapaidat	ahkka 4	yllättää 2	ovat väärät pitkille 6
tall mallistot 18	mekot tunikana	zizzi 4	väärä malli 2	haasteellista 5
paita 16 saks. paidat 3	tunikat 2	haglöfs 3		liian leveät hartiat
takki 13 miesten puolelta 18	college 2	levis 3		löysä>pituus hyvä 2
extra 2 long 9		nosh 3	valittavana 3	
trikoo ja t-paidat 11	D-mitoitus	bikbok	hihapituus	huonot tuotteissa
tietyt vaatemerkit 5	työvaate	rukka	lahjepituus	housut 18
housu 6 bootcut		only 2		suorat housut 3
kalliissa 4	toppi	m&s 2	erikoiskaupat	mekot 2 paitana 2
ulkoilu 3	alushousut	esprit 2	pesu lyhentää	paitapuserot 3
hameet 3	sukat	h&m 2		takki 12
neuleet 3		speci		yläosat 2 lyhyet hihat 6
leggings 3	unisex	helly hansen 2		
itse tehden 2	oversize 2	long tall sally 2		
metsästysvaatteet 2	nuorisovaatteissa	bergans		
hihat ok, lahkeet lyhyet 2		vero moda 2		
		didriksson		
isompi koko 2	shortsit	me&i		
suurin koko	pohjoismaiset	salomon		
ok kokemus tuo varmuutta		luhta		
ei ongelmaa		burton		
jos kerrotaan senttipituus		erich fend		
		icepeak		
		cocoon		
		revolution race		
		erich fend		
		cocoon		
		vero moda		
		diesel		
		benetton		
		lidl		

Vihreään teemalaatikkoon on kerätty vastauksissa ilmoitetut tuotteet tai merkit, joissa pituus on ollut riittävä. ”Tuotteiden pituus vaihtelee” vastaukset on kerätty keltaiseen teemalaatikkoon ja oranssiin puolestaan mittasuhteista kertovat vastaukset. Punaiseen teemalaatikkoon on kerätty ”Pituus riittämätön” vastaukset.

Tiivistetty, positiivinen vastaus tähän kysymykseen muotoutui lauseiksi: ”*Riittävän pitkiä tuotteita luettiin useita vaateryhmiä, esim. urheiluvaatteet, farkut tuumakoolla ja saksalaiset paidat. Myös merkkejä ja valmistajia mainittiin useita.*”. Negatiivinen vastaus puolestaan tiivistyi lauseeksi:

”Hihojen pituus takeissa ja jakuissa on harvoin riittävän pitkä. Ulkoiluhousuissa on huonot pituudet”. Keltainen ja oranssi teemalaatikko jäivät ilman tiivistettyjä lauseita, koska niissä olevat vastaukset sisältyivät edellä mainittuihin tiivistettyihin lauseisiin.

Kysymykseen **25. Miten arvioit vaateen mittasuhteita ilman sovittamista?** vastauksia saatiin 211. Jaottelin vastaukset neljään teemaan, Osaan arvioida, Sovittamalla, Vertaamalla ja En arvioi (taulukko 25). Iso osa vastaajista koki osaavansa arvioida vaateen *silmämääräisesti* ja *mittojen avulla*. Vaatteita sovitettiin oman vartalon eteen. Hihojen ja lahkeiden pituuksia verrattiin omien käsivarsien ja jalkojen pituuksiin. Yhtäältä oma ammatillinen vaatetustausta auttoi arvioimaan vaateen mittasuhteita ilman sovittamista. Toisaalta saatettiin valita 1–2 kokoa suurempi vaate, jos ei haluttu sovittaa. Vaate saatettiin ostaa myös ilman arviointia, koska ei joko osattu tai se koettiin vaikeaksi tai mahdottomaksi. Kysymys oli ajateltu liittyvän kivijalkakaupoissa asioimiseen, mutta vastaajat olivat vastauksista päätellen ajatelleet myös verkkokaupoissa tehtävää vaateen arviointia. Tällöin käytettiin apuna mitta- ja kokotaulukoita. Verkkokaupasta ostettaessa vaateen mittasuhteita tarkkailtiin kuvassa olevasta ihmisestä. Tämä edellytti, että ihmisen pituus oli kerrottu.

Taulukko 25. Kysymyksen 25. kolmannen vaiheen luokittelu.

25. Miten arvioit vaateen mittasuhteita ilman sovittamista? Vastauksia 211			
Osaan arvioida 3	Sovittamalla 37	Vertaamalla	En arvioi
Silmämääräisesti 54	sovittamalla eteen 23	omaan vartaloon, raajojen pituuteen	en arvioi mitenkään 10
sisä 2 mittojen avulla 15	mallaamalla 11	vertaan hihoja paidan pituuteen 2	en osaa arvioida 5
vaate mallin päällä 12 mallin pituus 7		housujen lahkeet, hihojen pituus ovat mallille ylipitkät	eos
ympärysmittoja vertaamalla 8 hihat kuitenkin lyhyet		oma koko plus 1tai2 2	huonosti 2 hankala 4
mittataulukon avulla 7	ostan/koitan vk useamman koon		vaikeaa 6 mahdotonta 3
piirros kuva 6		liian ison/pitkän 3 näköinen mahdollisesti sopii	viiva 3
kokotaulukko 5 mutua 3	pyydän mittoja		sovittamatta 2
kokemuksesta 5 tuurilla 2			
mittanauhalla 4			
hyvin 4		vastaavat omistamiani vaatteita	
vaatetausta 3			
A-malli			
tuotetiedoista 2			
tunnen merkit 2		kiinnitän huomiota vaateen pituuteen, olkasauman pituuteen ja muotoon, housuissa pituus	
katson noin mitan 2			
vain t-paitoja			
kuvailusta		jos pituutta (puolihome) ei kerrota, jätän ostamatta	muokkaan itse
suositus			
vaatteet, jotka kuuluvat olla isoja ja väljiä		mittasuhteet eivät ole niin tärkeitä	
Vaatteita arvioitiin silmämääräisesti ja sovittamalla vartalon eteen. Hihojen ja lahkeiden pituuksia vertailtiin omiin käsivarsiin ja jalkoihin. Tarjolla oleviin mitta- ja kokotaulukoihin tutustuttiin ja tehtiin valintoja niiden mukaan. Toisaalta valittiin 1-2 kokoa suurempi, jos merkki tai brändi ei ollut tuttu.			
Toisaalta arviointia ei tehty mitenkään, joko ei osattu tai se koettiin vaikeaksi ja mahdottomaksi.			

Vihreän laatikon ”Osaan arvioida” -osion tiivistetyksi lauseeksi muodostui: ”Vaatteita arvioitiin silmämääräisesti ja sovittamalla vartalon eteen. Hihojen ja lahkeiden pituuksia vertailtiin omiin käsivarsiin ja jalkoihin. Tarjolla oleviin mitta- ja kokotaulukoihin tutustuttiin ja tehtiin valintoja niiden mukaan. Toisaalta valittiin 1–2 kokoa suurempi, jos merkki tai brändi ei ollut tuttu”. Punaisen laatikon ”En arvioi” lauseeksi tiivistyi: ”Toisaalta arviointia ei tehty mitenkään, joko ei osattu tai se koettiin vaikeaksi ja mahdottomaksi”.

Kysymykseen **26. Mitä vaatemerkkiä tai brändiä suosit ja miksi?** saatiin 207 vastausta (taulukko 26). Vaatemerkkejä ja brändejä oli lueteltu jo kysymykseen 24. Tähän kysymykseen merkkejä ja brändejä lueteltiin laajemmin. Kotimaisista merkeistä nousi esiin Marimekko, Nosh, Luhta ja Nanso. Ulkomaisista eniten mainintoja saivat Esprit, Vero Moda, Long Tall Sally, Vila ja farkkumerkeistä Levi's. Toisaalta ei suosittu mitään tai suosittiin ennestään tuttuja merkkejä. Yleisenä huomiona kävi ilmi, että monet ulkoilumerkit, kotimaisista esimerkiksi Halti, Karhu, Rukka ja ulkomaisista Peak Performance, Asos, Adidas olivat suosittuja ja tarjosivat tall-mallistoja.

Kotimaiset toimijat on kerätty vihreään teemalaatikkoon ja ulkomaiset keltaiseen. Oranssiin teemalaatikkoon on kerätty vastaajien muut huomiot kysymyksestä. Punaiseen teemaan on kerätty ”En suosi mitään merkkiä tai brändiä” vastaukset.

Taulukko 26. Kysymyksen 26. vastausten luettelointi suosituista vaatemerkeistä ja brändeistä.

26. Mitä vaatemerkkiä tai brändiä suosit ja miksi? Vastauksia 207											
Kotimaiset			Ulkomaiset						En suosi mitään merkkiä tai brändiä		
pienet kotimaiset 10			esprit 15	lidl	tall	C&A		en	mitään 13 erityistä 9 suosikkia 26		
marimekko 7	mekot	vaiko pipo	vero moda 10	zalando	tall	houdini	zara	viiva	tiettyä 4		
nosh 5			long tall sally 7			collectif	dolores-mekko				
luhta 4	karhu	joutsen	nike 7	kari traas 2	fgeequent		minimum				
nanso 4	rukka	vila 8		helly hansen	bergans	yas pitkä selkä					
mac 3 farkut	ratia	levi's 8		salomon	lexington	other stories					
alpa 3	uhana	zizzi 8		tall	puuma	pelle p					
ahikka 3			tommy hilfiger 7	kauluspaidat	everest	cellbes					
papu 3			peak performance 6	icepeak	ralph lauren						
ril's 2	niinmun	asos 5		tall 4	bergans of norway	kors					
NP 2	neulomo	lindex 5		erich fend	kenzo	tiger of sweden					
halti 2	paapii	only 5		housut	EMP	farkut	zagora pett handelsmoden				
aino 2	kude	paprika	adidas 4	haglöfs 4	crocker	farkut	vestiarum				
andiata 2	laadukas	revolution race 4		housut	boss	next	holebrook				
GHW 2			noisymay 4	hugo boss	new look tall	marina rinaldi					
lee cooper 2	työvaatteita	pola	H&M 3	dressman	karen millen	zhenzi					
voglia 2	your face		didrikson 3	zalando>>essentials	gazon	armedangels					
samsos samsos	sti		kappahl 2	indiska	brasil sul	housut	kjbrand				
			very nice 2	farkut	cubus	ralston	house of lola				
			gerry weber 2	fila	laurie	mavi					
			cos 2	kiks	soyaconcept	kiomi					
			ellos 2	new yorker	röhnisch	dr.denim 3 farkut					
			gant 2	cj	s. oliver	bikbok farkut					
			uniqlo 2	vero moda	anna field						
			dsquared2	snag	sukkahousut						
									kallimpia> laadukkaampia 2		
									eri merkkejä 10		
									tall mallistot 4		
									urheilumerkkejä 2		
									unisex merkkejä		
									kaikki käy		
									ennestään tutut		
									tanskalaisia ja ruotsalaisia		
									fjällräven raakapituus		

Seuraavissa kysymyksissä vastaajat saivat kertoa sovituskokemuksistaan. Kysymykseen **27. Missä tilanteissa turvaudut myyjän apuun?** saatiin 216 vastausta. Myyjien apua haluttiin eniten sopivanmittaisten housujen ja farkkujen etsimiseen. Apua tiedusteltiin monesti heti liikkeeseen saavuttaessa ja odotettiin myyjien tuntevan edustamansa liikkeen valikoima. Moni piti palvelusta ja arvosti myyjien ammattitaitoa. Myyjiltä pyydettiin myös konkreettista apua sovituksessa, esimerkiksi vetoketjun sulkemisessa. Moni vastasi myös, ettei tarvitse koskaan myyjän apua tai ainakin hyvin harvoin. Oltiin myös sitä mieltä, että myyjät eivät osaa auttaa tai koettiin, että *myyjät juoksevat karkuun*.

Taulukko 27. Kysymyksen 27. luokittelun kolmas vaihe. Eniten myyjien apua tarvittiin sopivien housujen ja farkkujen etsimiseen.

27. Missä tilanteissa turvaudut myyjän apuun? Vastauksia 216			
Tilanteet, joissa turvaudun myyjän apuun	Mielipiteitä myyjistä	En tarvitse 3 myyjän apua	
farkkujen/housujen etsintä 34	arvioin saavani asiantuntevaa palvelua	harvoin 22	
tarvitsen isompaa/ sopivaa kokoa 34	pidän palvelusta ja myyjän ammattitaidosta	en koskaan 14	
kysyn suoraan pidempiä tuotteita 19		en missään 5	en kehtaa
rintaliivejä 13	alusvaate 6	erikoisliike	en turvaudu 3
aina 11 kun mahdollista			en mielelläni
	jos ihastun johonkin jonka haluan		en kysy
en löydä etsimääni 10			eos 2
	etsin erityistä 10	annan myyjän palvelulla	en käy vaatekaupoissa 2
	etsin juhlavaatetta 5	uimapukua	inhoan vaateostoksia 2
	koot loppu hyllystä 7		eivät osaa auttaa 6
	tarvitsen mielipidettä 3	ideoita	en halua apua
onko varastossa lisää 2	pitkiä		myyjä pysyköön loitolla
usein 5	onko kokojen saatavuus 5	pitkiä	myyjät juoksevat karkuun
	yleensä heti	hätätilanteessa	
jos tarvitsen apua 3	puvun ostossa		
	riippuu omasta fiiliksestä ja ajankäytöstä 2		
jos on iso valikoima	erityistilaisuudet, pukukoodi		
kokomerkinä ulkolainen			
myyjä tiedustelee avuntarvetta 4	uusi liike 2		
saada vetoketju kiinni 2			
jos en saa paitaa pois 2			iso osa vastaajista ei halua myyjien apua tai kysyy sitä harvoin.
apua vaatteiden yhdistelemiseen			
Myyjän apua haluttiin eniten sopivien housujen ja farkkujen etsimisessä. Apua tiedusteltiin heti liikkeeseen saavuttaessa.			
Alusvaatteita ostettaessa haluttiin myös apua. Myyjiltä pyydettiin myös sovituspapua.			

Vihreän laatikon vastaukset (taulukko 27) tiivistyivät lauseeseen: ”Myyjän apua haluttiin eniten sopivien housujen ja farkkujen etsimisessä. Apua tiedusteltiin heti liikkeeseen saavuttaessa. Alusvaatteita ostettaessa haluttiin myös apua. Myyjiltä pyydettiin myös sovituspapua”. Punaisen laatikon vastaukset tiivistyivät lauseeseen: ”Iso osa vastaajista ei halua myyjien apua tai kysyy sitä harvoin”. Mielipiteinä ilmaistiin (keltainen laatikko), että myyjät arvioitiin asiantuntijoiksi ammatissaan. Osa vastaajista halusi välttää avuntarpeen katsomalla verkkokaupasta tuotteen tiedot valmiiksi (oranssi laatikko).

Kysymykseen 28. **Miten myyjät osaavat auttaa koon arvioinnissa?** saatiin 207 vastausta. Jaottelin vastaukset kolmeen teemaan, Osaavat auttaa hyvin, Osaavat auttaa vaihtelevasti ja Osaavat auttaa huonosti. Eniten vastattiin Osaavat auttaa hyvin -teemalla. Iältään vanhempia ja kokeneempia myyjiä kehuttiin (taulukko 28). He osaavat esittää vaihtoehtoja ja rinnakkaiskokoja. Vanhemmat myyjät tunnistavat pitkän ihmisen tarpeet, *osaavat arvioida silmämääräisesti* ja tarjota sopivia tuotteita. Vastaajien mielestä pitkät myyjät osaavat auttaa lyhyitä myyjiä paremmin, mutta ymmärrettiin, jos sopivia tuotteita ei ole tarjolla, hyväkään myyjä ei voi auttaa. Moni vastaaja koki kuitenkin, että myyjät eivät osanneet auttaa tai tarjosivat sovitettavaksi liian suurta vaatetta pidemmän sijaan.

Vihreän laatikon tiivistetyksi lauseeksi muodostui: ”Yleensä myyjät osaavat auttaa hyvin, varsinkin vanhemmat ja kokeneemmat myyjät. He osaavat esittää vaihtoehtoja ja rinnakkaiskokoja ja tuntevat pitkien mallistot”. Oranssin laatikon lauseeksi tiivistyi: ”Pitkät myyjät osaavat auttaa lyhyitä paremmin. Mutta jos sopivaa mitoitusta ei ole, myyjäkään ei pysty auttamaan”. Viimeisen eli

punaisen laatikon ajatus tiivistyi lauseisiin: ”Moni koki kuitenkin, että myyjät eivät osanneet auttaa koon arvioinnissa tai osasivat huonosti. Tarjottiin suurta pitkän vaateen sijaan”. Keltainen teemalaatikko jäi pois, koska vastauksista ei ilmennyt ”Osaavat auttaa hyvin” ja ”Osaavat auttaa vaihtelevasti” vastausten välimuotoja.

Taulukko 28. Kysymyksen 28. teemoittelu ja kolmas luokittelu.

28. Miten myyjät osaavat auttaa koon arvioinnissa? Vastauksia 207		
Osaavat auttaa hyvin	Osaavat auttaa vaihtelevasti	Osaavat auttaa huonosti
yleensä hyvin 58	vaihtelevasti 29	harvoin 4 huonosti 31
hienosti loistavasti vanhemmat myyjät 2 ok 2	jotenkuten 3	heikosti 3 yleensä eivät
usein esitetään vaihtoehtoja, rinnakkaiskokoja 3 onnistunutta palvelua	ei ole kokemusta 3	kohtalaisesti välttävästi
tietävät pitkän malliston 5	ammattitaitoa 6 on tai ei asiantuntija	tarjoavat liian pientä 13 suurta eivät ymmärrä pituuden tarvetta 12
osaavat arvioida silmämääräisesti	lyhyet 2 myyjät heikosti, pidemmät paremmin 6	myyjät osaavat sanoa, ettei tarpeeksi pitkää löydy 5 en ole kokeillut tarvinnut 5
ymmärtävät pituuden tarpeen		en pyydä apua 4 eivät osaa 3
mittanauhalla parhaiten 2		myyjät piiloutuvat eos 5 viiva 4
kysyn harvoin tällaista apua	jos ei ole, myyjäkään ei pysty auttamaan 4	
Yleensä myyjät osaavat auttaa hyvin, varsinkin vanhemmat ja kokeneet myyjät. He osaavat esittää vaihtoehtoja ja rinnakkaiskokoja ja tuntevat pitkien mallistot.		
Pitkät myyjät osaavat auttaa lyhyitä myyjää paremmin. Mutta jos sopivaa mitoitusta ei ole, myyjäkään ei pysty auttamaan.		
Moni koki kuitenkin, että myyjät eivät osanneet auttaa koon arvioinnissa tai osasivat huonosti. Tarjottiin suurta pitkän vaateen sijaan.		

Kysymykseen **29. Millaista apua kaipaavat?** saatiin 181 vastausta (taulukko 29). Apua kaivattiin neuvonnassa. Pitkät ihmiset odottivat, että heille osataan kertoa, onko sopivaa vaateesta tarjolla. Odotettiin myös, että myyjät omaavat ammattilaisen silmän eli he osaavat arvioida ja valita sopivaa vaateesta pitkälle asiakkaalle. Konkreettista apua kaivattiin sovitukseen ja tuotteiden noutamiseen. Vastauksista saattoi havaita myös harmituksen, joka oli aiheutunut myyjien syyllistävästä kohtelusta, jos sopivia tuotteita ei ollut tarjolla.

Tämän kysymyksen vastaukset hajaantuivat toiveisiin neuvonnasta ja konkreettisen avun saamiseen, mistä johtuen oli vaikea tehdä värilaatikoista tiivistettyjä lauseita edellisten vastausten tapaan. Päädyin ensin kokoamaan vastaajien toiveita punaisen ja vihreän laatikoiden alle. Vastaajat halusivat, että ”lahjepituudet ilmoitetaan senttimetritiedolla” ja toisaalta ”unelmoivat niin pitkistä farkuista, että niitä pitäisi lyhentää minulle”. Toivottiin sarkastisesti myyjien taikovan pituutta lisää vaatteisiin (punainen pieni laatikko) tai todettiin, että olen niin tottunut, että mitoitus on minulle väärä (oranssi pieni laatikko). Taulukon alaosassa olevaan keltaiseen laatikkoon tiivistin lopuksi vastauksen: ”Ensisijaisesti odotan myyjän tuntevan oman liikkeensä valikoiman, esim. onko vaatteita pidemmällä mitoituksella. Toiseksi toivoisin myyjien tietävän ja osaavan neuvoa, mistä pitkä ihminen löytää sopivan mittaisia vaatteita tai osaa kertoa pitkien mallistoista. Myynti- ja sovitustilanteessa odotan myyjien auttavan ja luotan heidän arviointiinsa vaateen ulkonäöstä ja istuvuudesta”.

Taulukko 29. Kysymyksen 29. vastausten kolmas luokittelu ja tiivistetyt vastauslaatikot.

29. Millaista apua kaipaavat? Vastauksia 181				
Millaista apua kaipaavat?			En kaipaa apua 15	
neuvonta	ammattilaisen silmää	konkreettinen apu	ole osannut	hakea apua
tietoa onko saatavilla vaatteita pitkille 46	sopivan ja istuvan koon hakuun 31	sovitusapua 5	en tarvitse apua 2	mitään 13
bränditietoa	näkemyksiä sopivuudesta 8	vetoketjun sulkeminen	ei	ole myyjä
materiaali/laatu	pituuden arviointi/malli 5	tuotteiden hakua	myyjiltä,	en luota myyjien apuun
tarvitsen paljon apua 2	oikeat mitoitus 4		harvoin 2	joska syyllistävät,
valikoiman/malliston tietämys 6	osaa tehdä ehdotuksia 3	stailausapua		kun liikkeessä ei ole sopivaa
opastusta	väreistä	apua esim. tilaamiseen		käytän myyjän apua
paikkaan, jossa on tarpeeksi pitkiä 6 vaatteita/lahkeita	tyylistä 3		viiva	19
	mallista 3		eos	7
	rintaliivikoko/malli 3			
	ystävällistä 3			
vaatteiden/lahjepituuden senttimetri-ilmoitus 3	parempaa valikoimaa 2	olen niin tottunut, että mitoitus on minulle väärä		
tavallisissa kauppoissa erikseen pitkien mallit	pitkille sopiva mallisto 3	olisi niin pitkiä farkkuja, että niitä pitäisi lyhentää minulle taikoisivat pituutta lisää		
	pitkän ja pönäkän mallistoa			
Ensisijaisesti odotan myyjän tuntevan oman liikkeensä valikoiman, esim. onko vaatteita pidemmällä mitoituksella. Toiseksi toivoisin myyjien tietävän ja osaavan neuvoa, mistä pitkä ihminen löytää sopivan mittaisia vaatteita tai osaa kertoa pitkien mallistoista. Myynti- ja sovitusilanteessa odotan myyjien auttavan ja luotan heidän arviointiinsa vaateen ulkonäöstä ja istuvuudesta.				

Kysymykseen 30. Miten kuvaillet sovituskopissa olevaa tilaa riisuuntumiseen, pukeutumiseen tai vaatteiden tarkasteluun peilistä? saatiin 217 vastausta. Sovituskopin tilan ilmaisun lisäksi kerrottiin omasta henkisestä ja fyysisestä olotilasta sovituksen hetkellä. Tämän vuoksi luokittelin (taulukko 30) vastauksia sovituskopin tilan hyvien (+) ja huonojen (-) puolien lisäksi Olotilaa sovituskopissa.

Sovituskopin tila koettiin keskimäärin hyväksi ja riittäväksi pukeutumiseen. Sovituskoppien tilat ovat parantuneet ja joissakin liikkeissä asiakkaan käytössä on sovitushuone, joka on hyvin ilmastoitu ja valaistu ja jossa voi kokea kokonaisvaltaisen sovitusketjun kahvitarjoilun kera. Toisaalta sovituskopit olivat ahtaita ja vaatteita sovittaessa raajat osuivat kattoon tai lamppuun. Istuttaessa jalat eivät mahtuneet sovituskopin tilaan ja oli kiusallista, kun ovisermin yli näki muut asiakkaat.

Oma olotila sovituskopissa sisältää kokemuksia, jotka ovat monesti olleet nöyryyttäviä ja ahdistavia. Sovituskopit on mitoitettu keskimittaiselle ihmiselle ja pitkä ihminen näkyy liikaa matalien sermien yli. Moni joutui kyyristelemään ja koki, ettei yksityisyyttä ollut. Tästä syystä ostoksia tehtiin sovittamatta tai sovitetiin vaatteita kotona. Muutama vastaaja koki sovittamisen niin epämiellyttävänä, että siitä toipumiseen meni useampi päivä.

Vihreän laatikon tiivistetyksi lauseeksi muodostui: ”Sovituskoppien tilat ovat parantuneet ja mahdun hyvin sovittamaan vaatteita”. Oranssin laatikon vastaukseksi muodostui: ”Sovituskoppi on ahdas ja vaatteita sovittaessa raajat osuvat kattoon, lamppuun tai jalkani eivät mahdu sovituskopin tilaan. Joskus olen kiusallinen, koska näen sermien tai ovien yli muut asiakkaat”. Punaisen laatikon vastaukseksi tiivistyi: ”Sovituskopissa sovittaminen ahdistaa ja yksityisyys on koetuksella. Liian matalat verhot tai sovituskopin ovet häiritsevät yksityisyyttä ja pelkään muiden näkevän minut. Saatan ostaa vaateen

sovittamatta tai sovin sovituksen kotiin”. Keltainen teemalaatikko jäi pois, koska sovituskopin tilaa kuvailtiin positiivisesti tai negatiivisesti.

Taulukko 30. Kysymyksen 30. kolmas luokittelu. Sovituskopin tila koettiin vaihtelevasti.

30. Miten kuvailit sovituskopissa olevaa tilaa riisuuntumiseen, pukeutumiseen tai vaatteiden tarkasteluun peilistä? Vastauksia 217						
Sovituskopin tila +		Sovituskopin tila -		henkinen	Olotila sovituskopissa	fyysinen
hyvä 20	ok 32	ahdas 49	matalia 2	ahdistaa 7	näky liikaa 10	
	riittäviä 11 pukeutumiseen	vaihtelee 24	verhot 32 lamput/valaistus	hikinen	näky pää ja hartiat	
ei	ongelmia 9	huono 4	sermit ovien yläreunat 3		hart. rin/päästä ylöspäin 19	
pukukopit ovat parantuneet 9		hassu huvittavilta 2	saluunaovet 4	ei	intimiteettiä	
ei	moitittavaa 2	sotkuinen epäsoviva	ovet 28 penkit 2		yksityisyyttä	muut katsovat
	sopivia 2	epäsiisti likainen pölyinen 2	peili 30 seinät	joudun kyyristelemään 6		näen viereisiin koppeihin 2
taitettava peilit ok 6		kolkko valaistus huono	seinät/katto kolisee 14		paljastelua 4	kuin riisuisi näkyvillä
olen mahtunut 4		kauhistuttavia kuuma 2	raaja eksyy ulos 2	vilautteluvaara 2		valvontakamera näkee
tilavampaa voisi olla 3		onnettomia	näen yli 7 kiusallista 3		yläosan sovittaminen mahdotonta	inhoan 2
tarpeeksi tilaa ja korkeutta, hki		ei laskutilaa 3			ähinä ja hikoilua	en tykkää 2
jees		ei riittävästi tilaa katsoa vaatteita peilistä 5			ärsyttää	vihaan sovittamista
h&m prismalle pisteet, hyvät peilit		ovat helvetin esikartanolta			hirveää 2>monen päivän morkkis	
hyvän löydyttyä käyn toistekin						
valitsen päätykopin						
haen myymälän puolelta peilin>hahmotan paremmin						
Sovituskoppien tilat ovat parantuneet ja mahdollun hyvin sovittamaan vaatteita.		Sovituskoppi on ahdas ja vaatteita sovittaessa raajat osuvat kattoon, lampuun tai jalkani eivät mahdu sovitusalaan. Joskus olo on kiusallinen, koska näen sormien/ovien yli muut asiakkaat.				Sovituskopissa sovittaminen ahdistaa ja yksityisyys on koetuksella. Liian matalat verhot tai sovituskopin ovet haittaavat yksityisyyttä ja pelkään muiden näkevän minut. Saatan ostaa vaateen sovittamatta tai sovin sovituksen kotiin.
Joissakin liikkeissä ostokokemuksen mietitty hyvin tarkkaan>sovitushuone, jossa sohva-nojatuoli, juotava, paljon peilejä, ilmastointi, valaistus						

Kyselyn lopuksi annettiin vastaajille vapaa sana kertoa toiveista eli kysymys **31. Mitä toiveita haluat lähettää vaatetusteollisuudelle? Suunnittelijoille, markkinoijille tms.** Vastauksia saatiin 191. Vastaukset olivat monen tyyppisiä, joten teemoittelin ne seuraavalla tavalla (taulukko 31).

Vasemmalla ensimmäisessä sarakkeessa allekkain ovat (vihreät teemat) Kokomerkitöjen yhdenmukaistaminen, Vaihtoehtoja pituuksiin ja Vastuullisuus -vastauksista kerätyt kokonaisuudet. Viereiseen sarakkeeseen on listattu Vaatteita/vaateista kerrotut asiat. Seuraavassa sarakkeessa on Pitkille yli 180 cm naiset/omat mallistot/vaatekaupat (keltainen teemalaatikko), ja tämän alla Muuta -teema (oranssi). Viimeisenä punaiseen teemaan on kerätty Mittatilaus edullisemmaksi -vastaukset.

Taulukko 31. Kysymyksen 31. kolmas luokittelu.

31. Mitä toiveita haluat lähettää vaatetusteollisuudelle? Suunnittelijoille, markkinoijille tms. Vastauksia 191			
Kokomerkitöjen yhdenmukaistaminen 5	Vaatteita/Vaateista	Pitkille yli 180 cm naiset/omat mallistot/vaatekaupat	Mittatilaus edullisemmaksi 2
vaatteiden mittasuhteet pitkille sopivaksi 15	takkeja! 4	pitkille 6 ja hoikille 18	pidennyspalvelu 2
vk sentit näkyviin 4	jakkuja 3	myös pikamuotiin	hihaan lahkeeseen pidennysvaraa
kaikkia 5 vaatteita pidemmällä mitoituksella 14	mekot 4	selkä 8	tiedän vaatteiden valmistamisen olevan kallista marginaaliryhmälle
Vaihtoehtoja pituuksiin	ulkoilu ja retkeily	pitkä plus mallisto 18	
vaihtoehtoja 3 helma-, hiha- 4 ja lahjepituuksiin 10	urheiluvaatteet 5	tall-mallisto 9	
lahje pitkä> lyhyt ihminen lyhennyttää	äitiys- ja imetyksivaatteet	long - ja tall mitoitus 5	
raakapituus	ruutuun jäävät lahkeet	inkluusivastakka mallistoja	
rinnakkaismallit lyhyt pitkä	>ihanaa	pitkille perusvaatteita 2	
helpompi lyhentää kuin pidentää	muotolaskoksia		
houssuissa sauman piilotus, raiski	takin vyölenkit 2	Muuta	
kääntövara	sukkahousut	vartalonmyötäinen/naisellinen 5	
koko/leveys 2 kasvaa>hiha pysyy samana	tehkää taskuja	leikkaukset pitkille sopivaksi hinta sopiva 4	
Vastuullisuus	klassisia	enemmän värejä 5	tulkkaa nykyaikaan
ympäristöystävällisiä	istuvia 2 v-pääntie	emme ole standardeja 2	isompia 12 kauniita kenkiä 3
aikuisille vaatteita, ei trikoo	muodikkaita	kuoseja ym	kaikki eivät ole standardeja
vastuullisia 2 tuotetta ja läpinäkyvyyttä	ajattomuus	markkinointia pitkille	
alkuperä puolalaiset vaatteet	laadukkaita 4	toiveena pitkien naisten mittaus Suomessa	
riskinottoa	design henkeä	kunkin ajan muoti-ilmiö 2 on "kärsittävä", crop top	
pitkätkin ihmiset käyttävät vaatteita		yhteneväiset hinnat eri pituuksien kesken 2	
Mittasuhteet ja kokomerkinnot		Pitkille oma plus -mallisto	Pituus huomioitu yksittäisissä vaatteissa unohtamatta designia ja vastuullisuutta
Vaatteisiin pidennysvaraa			

Vaatteiden mittasuhteiden ja kokomerkintöjen toivottiin muuttuvan pitkille ihmisille sopiviksi. Toivottiin senttimetri-ilmoitusta, koska ilmaus on kaikille sama eikä aiheuta sekaannusta. Vaihtoehtoja toivottiin hiha-, helma- ja lahjepituuksiin. Käytettiin sanaa raakapituus eli housujen lahkeet ovat ompelematta ja jokainen voi tehdä lahkeista halutun mittaiset. Vastuullisuus vaatteiden valmistuksessa nousi jonkin verran esiin.

Vaatteita, joihin toivottiin parannusta, mainittiin takit ja jakut. Myös ylipitkiä lahkeita toivottiin, erään vastaajan mukaan se olisi *ihanaa*. Toivottiin klassisia, istuvia ja laadukkaita vaatteita, joissa design ja vastuullisuus on huomioitu.

Pitkille yli 180 senttimetrisille naisille toivottiin omaa mallistoa tai vaatekauppaa. Vaikka Tall -mallistoja on jo jonkin verran, niitä toivottiin lisää. Vastauksista nousi toive pitkien naisten omasta plus -mallistosta. Mittatilausta toivottiin edullisemmaksi ja yleisesti toivottiin naisellisia ja värikkäämpiä vaatteita pitkille naisille.

Tiivistetyt toiveet vaatetusteollisuudelle olivat vastaajien mukaan vaatteiden oikeat *mittasuhteet ja kokomerkinnyt* ja haluttiin *vaatteisiin pidennysvaraa* (vihreä). Tall -mallistojen lisäksi toivottiin pitkille *omaa plus -mallistoa* (keltainen). *Design ja vastuullisuus* (punainen) koettiin myös tärkeänä pitkien ihmisten vaatemallistoissa.



Kuva 8. Many minds 2020, öljyväre 1000x1900

7. Tutkimuksen keskeiset tulokset

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli selvittää pitkien ihmisten kokemuksia elämästään osana yhteiskuntaa ja erityisesti kokemuksia sopivan vaatetuksen löytymisestä. Laadin kyselyn, jonka avulla vastaajat saivat mahdollisuuden vapaasti kertoa lapsuuden, nuoruuden ja nykyhetken kokemuksistaan niin yleisesti kuin vaatetuksenkin näkökulmasta. Vastaajilla oli myös mahdollisuus esittää tulevaisuuden toiveita vaatetusteollisuudelle. Tutkimuksen merkityksenä on kyselyn kautta saatu tieto kohderyhmästä ja sen tiedon hyödyntäminen pitkien ihmisten kanssa työskenteleville.

Olen kartoittanut sitä, mitä on olla pitkä. Yrittäjäkokemukseni pitkien ihmisten parissa on vuosien aikana antanut käsitystä siitä, mitä se pitkien omasta näkökulmasta voisi tarkoittaa. Tämä tutkimus on todentanut näitä käsityksiä. Tässä luvussa esitellään tutkimusaiheesta muodostettuja johtopäätöksiä tutkimuksen alussa esitettyjen tutkimuskysymysten valossa. Tämän luvun alaluvussa kiteytän yhteen tärkeimmät tulokset ja esittelen oman tulkintani uuden viitekehyskuvion muodossa.

Tässä luvussa nostan tarkasteluun tutkimuskysymykset, joihin olen kyselyaineiston analyysissä etsinyt vastauksia. Tutkimuksen pääkysymyksenä oli

Millaista on olla pitkä? tai tutkimuksen otsikkona toimiva kysymysmuoto Mitä on olla pitkä? ja alakysymyksinä olivat kysymykset

Miten pituus vaikuttaa identiteettiin, sosiaalisiin suhteisiin, ja yhteiskunnassa toimimiseen?

Miten pitkä ihminen löytää sopivia vaatteita?

Käyn tulokset läpi kysymyslomakkeen jaottelun mukaan. Tehty kysely jakaantui kahteen osaan. Kysymykset (1–17) taustoittivat pitkien ihmisten henkilöhistoriaa ja sosiaalisia suhteita sekä identiteetin rakentumista pituuteen liittyen. Myös suhdetta ympäristöön ja yhteiskunnan asettamiin mitoituksiin (esimerkiksi julkiset rakennukset ja kulkuvälineet) haluttiin tiedustella. Kysymykset (18–31) koskivat pitkän ihmisen vaatekokemuksia. Lisäksi kysyttiin vaatetuksen mitoituksista, tarjonnasta, asiakaspalvelusta ja ostopaikoista.

Kysely alkoi taustatietokysymyksillä (1–4) sukupuolesta, iästä, pituudesta ja ammatista. Kyselyyn vastaajien kokonaismäärä oli N=229. Vastaajista suuri osa oli naisia (N=223), iältään noin 40 vuotta ja pituudeltaan 181 cm pitkiä. Ammatteina olivat edustettuina esimerkiksi sairaanhoitaja, opettaja, myyjä ja yrittäjä.

Seuraavissa kappaleissa esittelen kyselyn tulokset ja lomakkeen kulun sujuvuuden kannalta suluissa on esitetty kysymysten numerot. Tulosten muodostamisen apuna käytin luokittelussa liikennevalotyypisesti värikoodeina vihreää, keltaista, oranssia ja punaista. Värikoodilaatikoiden alapuolelle tiivistin tekstirivit kuvaamaan tuloksia.

Vastaajat (5–8) kertoivat huomanneensa jo ala-asteiässä 8–12-vuotiaina olevansa pidempiä kuin muut ja saatu huomio oli kaksijakoista, toisista huomio tuntui hyvältä mutta joitakin oman pituuden huomioiminen häiritsi. Ei olisi haluttu erottua joukosta. Oman perheen suhtautuminen pitkään lapseen tai nuoreen oli kannustavaa ja kasvua tukevaa, mutta lähisukulaiset tai -tuttavat saattoivat sitä vastoin kommentoida pituutta ikävään sävyyn. Henkilökohtaisena kokemuksena pituus ja sen tuoma erilaisuus koettiin usein voimavarana mutta yhtä usein toivottiin, että olisi pituudeltaan kuin muut eli keskimittainen. Pituuden tuoma hyöty (9–10) ammatin harjoittamisen tai harrastusten fyysisiin suorituksiin, koettiin pääsääntöisesti positiivisena, mutta yhteisöissä toimiessaan pitkät ihmiset joutuivat jälleen alttiiksi myös ikäville kommenteille. Huomiota kiinnitti se, että pitkän ihmisen lähipiiristä, jopa sukulaisten taholta, tuli hyvin ilkeitäkin kommentteja pituudesta. Onko niin, että tuttuuden tuoma suoja antaa ikään kuin luvan ikävänkuuloiseen puheeseen? Osaltaan kyse voi olla myös kateudesta, koska se on yksi ihmisen perustunteista. Pituuden tuoma hyöty joihinkin harrastuslajeihin oli ennakoitavissa, mutta aineistosta korostui se, että esimerkiksi työtehtävissään pitkät ihmiset joutuvat joustamaan terveytensäkin uhalla.

Tilanteet ja paikat, joissa pituuden kerrottiin olevan keskustelunaiheena (11), voidaan todeta, että keskustelua käydään kaikkialla ja joka paikassa. Pitkät ihmiset kokivat tulleen kuitenkin kohdelluksi (12) samalla tavoin kuin miten muitakin ihmisiä on kohdeltu. Pitkän ihmisen oma persoona vaikutti siihen, kuinka muiden ihmisten teot ja sanat otettiin vastaan. Aineistosta nousi esiin, kuinka yleistä pituuden kommentointi loppujen lopuksi on. Pituutta ihmeteltiin kassajonossa, bussipysäkillä tai yleisissä wc-tiloissa. Ihmisten käytös ja töksäyttelevät kommentit pituudesta ovat arkipäivää pitkien näkökulmasta. Samankaltaista kohtelua saattavat saada osakseen ihmiset, joilla on jokin huomiota herättävä piirre kehossaan.

Haasteet sekä asuin- että julkisissa rakennuksissa (13–14) olivat samansuuntaisia. Esimerkiksi tasot, istuimet, oviaukot ja peilit olivat liian matalalla ja säädettävyyttä riittämätöntä. Julkisten tilojen penkkirivien jalkatilat olivat ahtaita ja kapeita. Pitkälle sopivien huonekalujen (15), varsinkin riittävän pituisen sängyn, löytäminen oli hankalaa. Merkille pantavaa oli taloudellinen panostus, jos haluttiin teettää tuotteita mittatilauksena. Julkisten kulkuneuvojen (16), esimerkiksi bussien, junien ja lentokoneiden istumatilat mainittiin myös pitkille ihmisille ongelmallisina. Kokeilu ja käyttökokemus oli tuonut tietoa, missä eri kulkuneuvoissa oli sopivimmat paikat. Bussissa ja junissa

matkustettaessa vastakkain olevat penkkipaikat ja lentokoneitten exit -paikat mainittiin sopivina istuinpaikkoina. Terveysthuollon välineistön sopivuudesta (17) pitkille ihmisille ei vastaajilla ollut paljonkaan kertynyt kokemusta. Niiden vastaajien osalta, joilla oli kokemusta, pitivät aineiston mukaan säädettävien sairaaläsänkyjen mitoituksia pitkälle ihmiselle riittämättöminä. Sairaalavaatteet oli koettu mittasuhteiltaan huonoina ja naisille oli tarjottu käyttöön miesten vaatteita. Aineistosta korostui erityisesti sairaalavaatetuksen sopimattomuus. Uusia sairaaloita kuitenkin rakennetaan, ja niihin panostetaan taloudellisesti. Siksi on ikävää, että siitä huolimatta monipuoliseen sairaalavaatetukseen ei ole kiinnitetty tarpeeksi huomiota.

Vaatetuksen kysymykset alkoivat kysymyksellä (18) vaatteiden hankintapaikoista. Kivijalkakaupat ja verkkokaupat koettiin tasaveroisina ostopaikkoina ja jonkin verran vaatteita teetettiin ompelijalla tai muokattiin itse valmisvaatteista. Koti- ja ulkomaisia verkkokauppoja (19) lueteltiin runsaasti ja suosittuja vaatekappaleita (20) olivat takit ja paidat, alaosina farkut ja housut. Ostajan kannalta tärkeintä oli tieto vaateen pituusmitoista. Vaatteiden koon arviointi (21) verkkokaupoissa koettiin vain suuntaa antaviksi ja saatettiin ostaa paria kokoa suurempi vaate sopivuuden varmistamiseksi. Jos jostakin vaatemerkestä oli aiemmin saatu hyviä kokemuksia, turvauduttiin tähän tutuksi tulleeseen merkkiin. Verkkokaupoista ostetut vaatteet koettiin onnistuneen (22), etenkin jos vaatteet olivat pitkien mallistoista. Kritiikkinä esitettiin kuitenkin, miksei esimerkiksi housujen sisälahkeen mittatieto ole pakollinen verkkokaupoissa myytävissä malleissa. Pettymyksiä olivat aiheuttaneet housujen liian lyhyet lahkeet ja yläosien hihat. Aineistosta korostui pitkien ihmisten jyrkkä jakautuminen ostopaikoista, toiset olivat ehdottomia kivijalkakauppojen suosimaa asiakaskuntaa, toiset ostivat lähes kaiken verkkokaupoista. Tärkeä tieto vaateen todellisista mitoista puuttui kuitenkin monesti ja hankaloitti vaatteiden hankintaa verkkokaupoista.

Kivijalkakauppoja, joista oli onnistuttu löytämään sopivaa vaatetusta (23), mainittiin sekä kotimaisia toimijoita että kansainvälisten ketjuliikkeitä. Sokos ja Stockmann nousivat kotimaisina niminä esiin, ulkomaisista puolestaan Vero Moda, H&M, Lindex ja Vila. Osa vastaajista kertoi tekevänsä ostoksia myös erikoisliikkeistä ja kirpputoreilta. Kauppojen kiertely koettiin kuitenkin myös epätoivoiseksi yritykseksi löytää sopivia vaatteita. Perinteisten kotimaisten tavaratalojen maininta korostui aineistossa. Viimeaikaiset uutiset Stockmannin taloudellisista vaikeuksista eivät kyselyn aukiolovaiheessa olleet vielä voimakkaasti nousseet esiin.

Vaatteita, joissa oli riittävä (24) pituus, mainittiin tuumakokoiset farkut, urheiluvaatteet yleisesti ja saksalaiset paidat. Vaatteiden mittasuhteita arvioitiin ilman sovitusta (25) silmämääräisesti ja sovittamalla vaatetta vartalon eteen. Mitta- ja kokotaulukoihin tutustuttiin tarkasti, vaikka tiedostettiin, etteivät ne ole täysin luotettavia. Suosittuja ulkoiluun sopivia vaatemerkkejä (26), joissa

oli riittävät pituudet, lueteltiin kotimaisista esimerkiksi Halti, Karhu, Rukka ja ulkomaisista Peak Performance, Asos ja Adidas. Aineistossa korostui, että ostoksia tehtiin silmämääräisesti ja kokoa arvuuttamalla. Ostoksia päädyttiin tekemään vajavaisilla tiedoilla, vaikka tiedostettiin ostosten riskit.

Tilanteet, joissa turvauduttiin myyjän apuun (27), olivat asiakaspalvelutilanteita. Myyjältä odotettiin asiantuntijuutta ja tietämystä edustamansa liikkeen tuotevalikoimista. Pääsääntöisesti kokeneet myyjät osasivat auttaa koon arvioinnissa (28), vaikka vastauksista ilmeni myös pelkoa, arkuutta ja kielteistä suhtautumista vaatteiden sovitus- ja ostotilanteissa. Myyjän apua (29) arvostettiin, jos hän osasi kertoa yleisesti, mistä pitkä ihminen löytää sopivia vaatteita. Myyjää arvostettiin myös, jos hän osoitti positiivista kiinnostusta pitkän ihmisen ongelmaan eikä käyttäytynyt torjuvasti. Aineistossa kuitenkin korostui, miten vaihtelevia kohtaamiset olivat myyjien ja pitkien asiakkaiden välillä. Myyjän ammattitaito ja työhistorian pituudella oli ratkaiseva merkitys pitkän asiakkaan kohtaamisessa.

Sovituskopin tilaa (30) kuvattiin monin tavoin. Tilat olivat toisaalta parantuneet, mutta ongelmana edelleen oli monissa paikoissa liian ahdas tila, jossa matalalla oleva katto tai lamppu aiheuttivat hankaluutta vaatteita puettaessa tai riisuttaessa. Ahdistusta aiheutti yksityisyyden menetys, jos sovituskopin ovet eivät peittäneet tilassa olijaa tarpeeksi. Aineistosta nousi esiin, miten hävettiin pituutta ja omaa vartaloa niin paljon, että vaatteita ostettiin sovittamatta. Terveisiä vaatetusteollisuudelle (31) lähetettiin monesta näkökulmasta. Kokomerkintöjen osalta vaatteisiin toivottiin senttimetri-ilmoitusta hiha-, helma- ja lahjepituuksiin tai esimerkiksi pidennysvaraa vaatteisiin. Tall -mallistoja toivottiin lisää ja erikoistoiveena mainittiin plus -mallisto pitkille. Huomiota kiinnitti se, että pitkille toivottiin tarjottavan samoja teemoja vaatteiden osalta, mitä keskimittaiset saavat osakseen eli vaatteiden korkeatasoista suunnittelua, naisellisia mallistoja ja vastuullista vaatteiden valmistamista.

7.1 Johtopäätökset

Tulosten yhteenvetona esitän että, pituuden kokemisen käsite kiteytyykin erityisesti sekä erilaisuuden että samankaltaisuuden huomioimiseen ja kunnioittamiseen yhteisöissä. Tutkimuksen alussa pääkysymyksenä esitin: Millaista on olla pitkä? Saamani aineiston analyysin perusteella päädyin tuloksena seuraavanlaiseen loppupäätelmään: Vaikka pitkä ihminen kuinka haluaisi ja pystyisi pukeutumaankin valtavirran tyyppisesti, on hän kuitenkin aina se, joka huomataan. Vaikuttaa siltä, että maailma ja yhteiskunta ei vielääkään ole valmis sulauttamaan pitkiä ihmisiä sujuvasti mukaan

toimintaansa. Toki ihmisten persoona ja luonne vaikuttavat siihen, kuinka he itse sopeutuvat yhteisöön, jossa elävät. Sopeutuminen lähtee pitkistä ihmisistä sisältäpäin, ulkomaailma seuraa perässä, jos ja kun siihen kykenee. Vaatetuksen ja pukeutumisen näkökulmasta pitkä ihminen on haasteellinen saada tavalliseksi massaan kuuluvaksi kansalaiseksi. Se, että kuka haluaa tai ei halua tulla nähdyksi, onkin jo seuraavan tutkimuksen aihe.

Tutkimuksen ensimmäisenä alakysymyksenä esitin: Miten pituus vaikuttaa identiteettiin, sosiaalisiin suhteisiin, ja yhteiskunnassa toimimiseen?

Aineistosta tekemäni analyysin tulosten perusteella esitän vastaukseksi, että yhdenvertainen kohtelu pitkien ja keskimittaisten ihmisten välillä on haastavaa. Terveen ja vahvan identiteetin muodostumisen kannalta perheen ja läheisten tuki on ensiarvoisen tärkeää, jotta erilaisena ja massasta erottuvana pitkä ihminen onnistuu itse kokemaan olevansa tärkeä osa yhteiskuntaa. Tasa-arvoinen sosiaalinen elämä yhdessä keskimittaisten kanssa vahvistaa identiteettiä ja pitkä ihminen hyötyy kokemuksestaan itse ja on samalla hyödyksi yhteisölle. Tutkimuksen tulosten perusteella kävi ilmi, ettei pitkän ihmisen soluttautuminen yhteiskuntaan ole niin sulavaa ja mutkatonta kuin se voisi olla. Olennaista on tulevaisuudessa keskittyä pikemminkin siihen, miten pitkä ihminen kokonaisvaltaisesti parhaiten sulautuisi yhteiskuntaan. Yksityisissä ja julkisissa rakennuksissa tulisi enemmän huomioida huonekalujen säädettävyyttä, samoin julkisissa kulkuneuvoissa niiden istuimiin. Suunnittelijoiden ja muotoilijoiden tulisikin tiedon keräämisessä päästä mahdollisimman lähelle pitkiä ihmisiä ja osallistaa heitä suunnitteluun. Tulevaisuudessa erilaiset tutkimusmenetelmät voivat tuoda yllättäviä ratkaisuja pitkien ihmisten tarpeista. Tämä edellyttää tutkijoilta ennakkoluulotonta otetta tietojen keräämisessä ja niiden soveltamisessa käytäntöön.

Tutkimuksen toisena alakysymyksenä esitin: Miten pitkä ihminen löytää sopivia vaatteita?

Tutkimuksen aineistosta on tulkittavissa, että etsivä löytää mutta joskus pitkän ihmisen on tyydyttävä mittasuhteiltaan keskinkertaiseen vaihtoehtoon. Tulkintani mukaan vaihtoehtoja on tarjolla monestakin ostopaikasta, sekä kivijalkaliikkeistä että verkkokaupoista. Sopivien vaatteiden löytäminen vaatii kuitenkin paljon vaatemallistojen pituuksien tutkimista mikä vie aikaa. Tietoisuus omista vartalomitoista estää virheostoksien tekemisen ja kokemus onnistuneista vaateostoksista luo merkkiuskollisuutta. Oli kuitenkin havaittavissa, että tulevaisuudessa uskottiin mallistojen kehittyvän ja suunnittelijoiden huomioivan pitkien erityistarpeita laaja-alaisesti. Siten tulevaisuuden vaatemallistot tukevat pitkien ihmisten sekä fyysistä että psyykkistä hyvinvointia ja näin edesauttavat heidän subjektiivista kokemustaan yksilöinä. Tulevaisuuden tall-mallistojen odotetaan olevan yksilöllisempiä ja tavallisten ratkaisujen sijaan halutaan ”designia” ja visuaalista vaihtelua vaatteiden

ulkonäköön. Pitkien ihmisten vaatetus haastaa suunnittelijat kehittymään omassa asiantuntijuudessaan ja tuotekehitystyössään ratkaisemaan edellä mainitut haasteet. Ylipäättään muoti monimuotoistuu ja myös kohderyhmäajattelu muuttaa muotoaan. Samat vaatteet voivat samaan aikaan olla tarkoitettuja monelle erilaiselle kohderyhmälle.

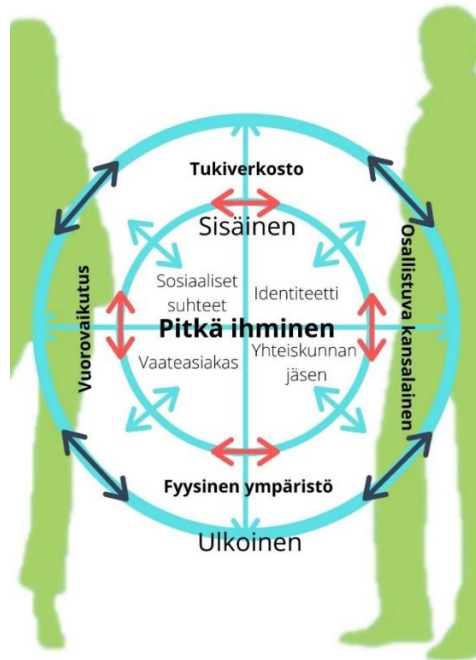
7.2 Tulevaisuuden näkymiä

Tutkimuksen perusteella pitkillä ihmisillä on odotuksia heille paremmin toimivasta yhteiskunnasta ja sopivasta vaateuksesta. Parannusta on jo tapahtunut, mutta kyselyn vastauksista nousi oman tulkintani mukaan harmitus siitä, ettei pitkiä ihmisiä ole huomioitu riittävästi. Aineisto näytti toteen, että muutokset fyysisissä tiloissa ja vaateuksessa olivat kuitenkin parantuneet viime vuosina.

Pitkien ihmisten hyvinvoinnin edistäminen sopivalla vaateuksella edistää myös tulkintani mukaan yhteenkuuluvuutta ympäröivään yhteiskuntaan fyysisesti, psyykkisesti, sosiaalisesti ja myös taloudellisesti. Siten tieto, miten pitkä ihminen ajattelee itsestään fyysisten mittojen lisäksi, on suunnittelijoille ensiarvoisen tärkeää.

Tulevaisuudessa erilaisuuden, tässä tapauksessa pitkien, arvostaminen eri muotoilun alueilla parantaa koko yhteiskunnan hyvinvointia. Tulkintani mukaan pitkien ihmisten vaatteet tulisi nähdä mahdollisuutena muun suunnittelun osana, jossa huomioidaan vaatteiden käyttäjien lisäksi ympäröivä todellisuus ja muut ihmiset.

Mitä on olla pitkä näissä neljässä eri edellä mainitsemassani kategoriassa? Vastatakseni tähän kysymykseen muodostin uuden viitekehyskuvion (kuvio 6.) tutkimuksen analyysin perusteella. Sisemmässä renkaassa (sisäinen) on kirjattu keskiöön Pitkä ihminen, jota ympäröivät käsitteet sosiaaliset suhteet, identiteetti, vaateasiakas ja yhteiskunnan jäsen. Nostin nämä käsitteet keskiöön, koska ne tuloksissa osoittautuivat edelleen tärkeiksi, kuten tutkimuksen alussa esitin. Poikkeuksena on, että muutin vaateusteollisuus sanan vaateasiakkaaksi. Yhteiskunta ja normi -sanat muuttuivat yhteiskunnan jäsen -sanaksi. Käsitteet kuvaavat pitkää ihmistä yksilöllisenä individuaalina. Henkilökohtaisen, psyykkisen kasvun ja kehittymisen kautta tavoitteena on olla tasa-arvoinen yhteiskunnan jäsen. Lähipiiri tukee tätä kasvua sanoin ja teoin. Lisäksi sopiva vaatetus auttaa integroitumaan väestömassaan.



Kuvio 6. Tutkimuksen analysoinnin ja tulosten perusteella muodostunut uusi viitekehys.

Isomman renkaan sisään (ulkoinen) kirjasin käsitteet tukiverkosto, osallistuva kansalainen, vuorovaikutus ja fyysinen ympäristö. Myös nämä käsitteet olivat aiemmassa viitekehyskuviossa, mutta rajautuivat pois tutkimuskysymyksiä ja kyselylomaketta laadittaessa. Näillä ulkoisilla käsitteillä haluan korostaa pitkän ihmisen fyysisten vaatimusten tuomia haasteita. On tärkeää löytää tukevien läheisten lisäksi erilaisista tukiverkostoja, esimerkiksi ryhmiä, joissa on muitakin pitkiä ihmisiä. Samalla toteutuvat käsitteet osallistuva kansalainen ja vuorovaikutus. Pitkän ihmisen fyysinen olomuoto tai pituuskasvu asettavat haasteita fyysiselle ympäristölle, johon yhteiskunta odottaa kuitenkin kaikkien ihmisten osallistuvan.

8. Pohdinta

Tutkimuksia pitkistä ihmisistä ei vaatetuksen näkökulmasta ole juurikaan tehty ja toivon tämän tutkimuksen avaavan tietä laajemmin tämän ilmiön eri näkökulmien tarkasteluun. Vaatetuksen ja muodin osalta kirjallisuuskatsaus antoi aiheesta monipuolisia määrittelyjä, mutta pituutta tai pitkän ihmisen käsitettä ei selvitykseni mukaan juurikaan tullut esiin. Toteankin, että tutkimuksen tuloksena syntyi oma tulkintani pitkän ihmisen määrittelyyn kysyttäessä Mitä on olla pitkä?

Johdannossa nostamani monet oletukset tulivat tosiksi kyselyn vastauksissa ja niistä analyysin kautta muodostamissani tulkinnoissa. Tutkimus esimerkiksi osoitti, että pitkien ihmisten tarpeiden huomioimisella on vaikutuksia heidän omaan kokemukseensa itsestään. Myös ulkoapäin tarjotuilla tavoilla, esimerkiksi oikein mitoitetuilla vaatteilla ja tuotteilla, saavutetaan pitkän ihmisen mielen ja fyysisen tilan tasapaino.

Tutkimuksen yleisenä merkityksenä näen pitkien ihmisten kertomien pienten, mutta syvällisten vastauslauseiden tuoman tiedon pituudesta ja erilaisuuden tärkeydestä. Tuloksena luodussa uudessa viitekehyskuvion (kuvio 6.) nelikentän mukaan korostuivat pitkän ihmisen sisäiset lähtökohdat eli sosiaaliset suhteet, identiteetti, yhteiskuntajäsenyys ja vaateasiakkaan rooli suhteessa vuorovaikuttamisen keinoihin, tukiverkoston luomiseen, osallistuvaan kansalaisuuteen ja fyysiseen ympäristöön. Merkitykset näiden käsitteiden välillä vaihtelevat katsantokannasta riippuen. Samanlaisuutta ilmenee, jos ajatellaan keskivertoihmistä yleensä, mutta käsitteiden sisältö muuttuu, kun ajatellaan pitkien ihmisten näkökantaa.

Tuloksina saatu tieto on merkityksellistä vaatetussuunnittelijoille ja myös muille muotoilualan ammattilaisille. Tutkimuksesta saatu tieto hyödyttää myös pitkiä ihmisiä itseään, koska tämän tutkimuksen kautta he saivat äänensä kuuluviin vaatetuksen ja pukeutumisen näkökulmasta. Nyt tehty konkreettinen tutkimus ja saatu tutkittu tieto avaa ilmiötä, Mitä on olla pitkä? Samalla tutkimus avaa pitkiä ihmisiä arvostamaan itseään sellaisena kuin hän on ja näkee oikeutukseksi vaatimuksia, joita hän kyselyyn vastatessaan ehkä esitti. Yhteiskunnallisena merkityksenä tutkimus auttaa ymmärtämään pitkiä ihmisiä myös taloudellisesta näkökulmasta, esimerkiksi heidän joutuessaan teettämään tuotteita mittatilauksena.

Tutkimukseen perustuvana uutena palvelumuotona ehdotan Pitkien ihmisten vaatettaja -konseptia, joka tulevaisuudessa tarjoaisi sopivan vaatetuksen etsimistä pitkille naisille ja miehille. Tässä tutkimuksessa tuli esiin, että pitkät ihmiset joutuvat käyttämään paljon aikaa sopivan vaatetuksen etsimiseen. Palvelun myötä heille vapautuisi aikaa muuhun käyttöön. Palvelun tarjoama yritys etsii sovitettavat vaatteet ja korjaa ne tarvittaessa. Palvelukonseptiin voisi liittää taloudelliset lähtökohdat asiakkaan toiveen ja tarpeen mukaan, etsitäänkö esimerkiksi vaatteita kirpputoreilta vai designliikkeistä.

Tutkimuksen alussa kerroin tuskastuneeni tarjolla olevan, juuri ilmiöstä kertovan, tiedon pirstaleisuuteen. Tutkimuksen loppumetreillä totean, että tietoa oli, mutta se piti kerätä monen alan kirjallisuudesta. Kysymys Mitä on olla pitkä? on monitasoinen, koska se fyysisten ulottuvuuksien lisäksi sisältää samalla kysymyksen, millaista on olla pitkä, tarkoittaen mielessä tapahtuvia tunteita

ja tuntemuksia. Nämä henkilökohtaiset sisimmäiset tunnelataukset on hyvä ymmärtää ja pitää mielessä, kun toimitaan pitkien ihmisten (vaatetuksen) parissa.

Kyselyn avulla sain ilmiöstä koottua tietoa, josta koostettu käsittekokonaisuus selkeni ilmiön ympärillä, ja jota kuvaa tutkimuksen tuloksena syntynyt viitekehys (kuvio 6.) Tähän tutkimukseen tutustumalla voi aiheesta kiinnostunut lukija päästä kiinni pitkän ihmisen ajatuksiin itsestään ja ympäristöstään. Myös pitkälle lukijalle itselleen saattaa lukukokemus avata parempaa ymmärrystä itseän ja hän saa kokemuksen siitä, että kuuluu johonkin ryhmään. Kysely paljasti, että ulkopuolisuuden tunne oli ollut jossain määrin yleistä pitkien keskuudessa.

Laadin kyselyn Webropol -ohjelmalla. Teknisesti kyselyn laatiminen ja siihen vastaaminen oli helppoa. Digitaalinen alusta toimi moitteettomasti ja kyselyn linkki oli sopivissa Facebook -ryhmissä ja se tavoitti suuren joukon vastaajia. Kysymykset oli muotoiltu laadullisen tutkimusotteen mukaan siten, että kyllä ja ei -vastaukset eivät olleet mahdollisia. Toiveena oli saada tarinallisia vastauksia, mutta suurin osa vastauksista oli kuitenkin vain muutaman sanan mittainen. Kysymykset etenivät kronologisessa järjestyksessä, lapsuudesta aikuisuuteen ja tähänhetkiseen elämäntilanteeseen. Kysymykset oman pituuden kokemisesta liittyivät fyysisiin tiloihin ja toisaalta henkilökohtaisiin tuntemuksiin ja ulkopuolelta tulleiden, monesti ikävien kommenttien vaikutukseen tunnetasolla. Tavoitteenani oli laatia käyttäjäystävällinen kysely ja vastaajien motivaatio säilymään koko kyselyn alusta loppuun. Kysymykset olivat avoimia ja vaikka kysymyksiä oli paljon (31 kpl), sain runsaasti vastauksia eli aineiston määrä oli tutkimuksen tekemisen kannalta onnistunut.

Jälkikäteen ajateltuna kysymysten laatiminen olisi vaatinut vielä tarkempaa suunnittelua. Jotkut kysymykset olivat liian samantyyppisiä, joten vastauksetkin olivat samanlaisia. Tehdessäni analyysia havaitsin, että olennaista tietoa, tässä tapauksessa pituusmittaa, olisi voinut kuljettaa tutkijan nähtävänä läpi koko kyselyn. Näin olisi ollut helpompi seurata sitä pituusmittatietoa, missä kohtaa pitkä on esimerkiksi liian pitkä tall-mallistoihin, koska osa vastaajista koki ne riittäväksi, osa taas ei.

Tehdessäni luokittelua ja kuljettaessani vastauksia luokittelun ensimmäisestä vaiheesta toisen kautta kolmanteen, vastausten tiivistämistä olisin voinut tehdä tiukemmalla otteella. En kuitenkaan hennonut tehdä sitä, koska koin jokaisen vastauksen olevan tärkeä. Jokainen kirjoitettu kokemus oli kuitenkin vastaajalleen se ainutkertainen ja aito kokemus.

Harrastusten kohdalla ilmeni samansuuntaisia vastauksia sekä Excel -taulukoiden positiivisella vihreällä (taulukot 9–10), että negatiivisella punaisella puolella, joita käytin aineiston luokitteluvaiheissa. Kiinnitin huomiota siihen, miten sama asia oli jollekin iloinen mahdollisuus ja

jollekin toiselle purnaamisen aihe. Tämä sai pohtimaan, onko pitkä ihminen valinnut harrastuksen silkasta kiinnostuksesta vai onko pituus piilotajuisesti vaikuttanut harrastuksen valintaan.

Vastauksista nousi esiin, että myyjien koulutuksessa tulisi kiinnittää enemmän huomiota erilaisten ihmisten kohtaamiseen. Myyjän avoin, välittävä, kunnioittava ja informoiva asenne jättää pitkälle asiakkaalle hyvän mielen, vaikka ei ostotilanne päätyisikään kaappoihin. Koska kyselyyn vastanneista iso osa oli naisia, saattoi urheiluvaatteiden sopivampi mitoitus johtua siitä, että kaavoitus niissä on lähellä miesten pituusmittoja. Vaatteista puuttui kuitenkin usein mittatiedot ja tietojen puuttuminen oli esteenä ostosten tekemiseen.

Tutkijana yllätyin niistä tunteen kuvauksista, jotka liittyivät vaatteiden sovitustilanteisiin. En osannut aiemmin ajatella, miten häpeälliseltä ja ahdistavalta pitkistä tuntui, kun he eivät mahtuneet kivijalkakauppojen sovituskoppeihin. Matalat ja pienet sovituskopit ovat yleisiä ja ahtauden lisäksi hankaluutta aiheuttavat matalalle asennetut valaisimet. Vastauksissa korostuivat olotilaa kuvaavat negatiiviset ilmaukset. Katosta lattiaan asti asennetut verhot helpottaisivat pitkien ihmisten sovitustilannetta. Tämä asia olisi kivijalkakauppojen helppo korjata.

Tätä pohdintaa kirjoittaessani, lohdutuksen sanana uskaltaisin sanoa pitkille ihmisille, että en usko, että muut (keskimittaiset) ihmiset kiinnittävät heihin kovinkaan paljon huomiota, kun he ovat sovituskopissa. En kuitenkaan vähättele pitkien ihmisten tuntemaa kokemusta sovitustilanteesta. Näen tässä uuden tutkimusaiheen, eli miten muut (keskimittaiset) ”näkevät” ja kokevat pitkät ihmiset.

Tutkimuksessa ilmeni myös, että pitkät viestivät omissa ryhmissä sopivan mittaisista tuotteista, vaatteista ja ostopaikoista. Tietoa jaettiin muistakin aihepiireistä; istumapaikoista julkisissa kulkuneuvoissa tai pitkälle perheelle sopivista automerkeistä.

Huomionarvoinen seikka, joka koskettaa pitkiä ihmisiä eri tavalla kuin muita on myös taloudellinen näkökulma. Pitkät joutuvat teettämään tuotteita mittojen mukaan. Teetetetyt huonekalut ja räätälöidyt, erikoismitoitettut yksityisautot ovat ratkaisuiltaan tavallisia henkilöautoja kalliimpia. Paremmiin mitoitettuihin tuotteisiin estävät kehon eri osien kipeytymistä. Kaikilla ei tietysti ole varaa hankkia tämän tyyppisiä erikoistuotteita. Onko yhteiskunnalla mahdollisuutta rahoittaa pitkien perheitä? Voidaan nostaa esiin myös tasa-arvoisuuden ja yhdenvertaisuuden näkökulmat. Nämä kysymykset ovat tulevaisuuden tutkimusten aiheita.

Tämä tutkimus soveltaa yritystoiminnassa kerääntynyttä tietoa. Tutkimuksen aihevalinta ja rajaus tarkentuivat aloittaessani maisteriopinnot Lapin yliopistossa syksyllä vuonna 2018. En kuitenkaan

ollut ollenkaan vakuuttunut omista kyvyistäni yliopisto-opiskelijana. Nyt saadessani tutkimuksen valmiiksi, olen saavuttamaani lopputulokseen enemmän kuin tyytyväinen

Tutkimuksen loppuvaiheessa ajattelen lämmöllä tehtyä matkaa ja kaikkea uutta oppimaani. Tutkimuksen tekeminen oli pitkäjänteistä ja eteni vaihe vaiheelta päätökseen. Työskentely pilkkoontui osiin, joka helpotti keskittymään aina kuhunkin meneillä olevaan kokonaisuuteen. Käytännön oppia sain tutkimuksen kysymysten ja kyselyn laatimisesta. Kyselyn onnistuminen ja runsas vastausmäärä antoi viitteitä siitä, että aineiston analyysivaiheessa oli mahdollista saavuttaa hermeneuttisen kehän kolmas taso, tutkijan tulkinta käsillä olevasta ilmiöstä.

Jatkan ehdottomasti taiteellista työskentelyä maalaamalla ja tutkimalla ilmiötä, Mitä on olla pitkä? Olen varautunut tulevaan kritiikkiin ja odotankin innolla kommentteja, miten itse keskimittaisena voin maalata aiheesta kuulumatta pitkien joukkoon. Koen kuitenkin, että ulkopuolinen, joukkoon kuulumaton tunne on osa omaa itseänikin. Nautin yksin olostani kuitenkin olematta yksinäinen. Nautin myös omista ajatuksistani ja itselleni asettamista haasteista ja tavoitteista. Koska työni on ”julkinen”, asetan itseni suunnittelijana ja yrittäjänä arvostelulle alttiiksi. Taidetyöskentely antaa mahdollisuuden yksityisyyteen, omien arvojen pohdintaan ja itseni asemoimiseen samaan aikaan taiteen tekijöiden keskuuteen ja ilmiöön Mitä on olla pitkä?

Ihmisen ja luonnon välisessä suhteessa tavoitteena on saavuttaa tasapaino. Suunnittelun tulisi pyrkiä ylläpitämään tätä tasapainoista suhdetta niin, että ihmiset yhdistävät itsensä myös luonnon ekologiseen terveyteen. Yksilön yhteys luontoon tulisi säilyttää, jotta yksilö ei erkaantuisi yhteiskunnan kollektiivisesta yhteisöstä ja luonnosta. Pahimmillaan tämä voi johtaa yksilön eristämiseen itsestään, jossa identiteetti rakentuu sarjasta kerrostuneita abstraktioita, jotka koostuvat ihmisten elämäntavoista ja materiaalien kulutuksesta. Tutkimuksessa ei paneuduttu kovinkaan syvästi pitkän ihmisen suhteeseen rakennettuun ympäristöön ja luontoon vaan totean tämän olevan jatkotutkimuksen aihe.

Aineiston valinta ja keruu kyselytutkimuksena oli perusteltua sen saavutettavuuden takia ja mielestäni sopiva valinta tutkimukseen. Sain vastaukset tutkimuskysymyksiini, vaikka aineiston keruussa kyselyn kysymysmäärä näin jälkikäteen ajateltuna oli liian suuri. Kyselyn aihepiiri puolsi alkuosan laajaa taustakysymyskokonaisuutta, mutta aineiston käsittely ja luokittelu oli työmäärältään suuri ja vei paljon aikaa. Ennen analyysivaihetta en halunnut kuitenkaan rajata mitään kysymyksiä pois, koska halusin pitää kaikki vastausvaihtoehdot näkyvissä. Analyysivaihe oli kuitenkin hedelmällistä ja mielestäni löysin vaiheen aikana merkityksellisiä tuloksia. Käyttämäni sisällönanalyysimenetelmä sopi hyvin tutkimukseeni, koska aineisto koostui kirjallisesta

dokumentista. Tutkittavasta ilmiöstä ”Mitä on olla pitkä?” saatiin kyselyn avulla tuloksena tiivis ja yleiseen muotoon saatetut loppupäätelmät, jotka esitin luvussa 7. Keskeiset tulokset.

Mielestäni tutkimuksen luotettavuuden aspekti täyttyi. Voidaan olettaa, että kyselyyn vastaajat olivat rehellisiä vastauksissaan ja kuvailivat tilanteita, keskusteluja ja kommentteja totuudenmukaisesti. Tutkijana lähestyin aineistoa realistisesti ja analyysissä nostin tiivistelmävastauksissa vastaajien äänet sitaatteina esiin.

Saatuja tutkimustuloksia on mielestäni mahdollista yleistää. Tutkimuksen yleistäminen on tutkijan tulkinta, joka muodostuu tutkijan käymästä vuoropuhelusta tutkimusaineiston ja teorian välillä. Tehty tutkimus on ainutkertainen ja vapaaehtoisesti muodostuneen vastaajajoukon selitys ilmiöstä Mitä on olla pitkä? Tekemäni tulkinta mahdollistaa ilmiön selittämistä myös tulevaisuudessa eli tulkintaa voidaan luonnehtia kestäväksi ja syväksi.

Hermeneuttisen tutkimusotteen soveltaminen oli mielestäni tutkimuksen etenemisen kannalta johdonmukainen ja itseään ohjaava tekemisen tapa. Koin monta oivallusta niin tutkimuksen käytännön kuin teoreettisestakin vaiheesta kirjoittaessani tutkimustani. Matka hermeneuttisella kehällä on saavuttanut tavoitteeni ilmiön Mitä on olla pitkä? asiantuntijana ja viestinviejänä. Tästä on hyvä jatkaa joko itse tai ojentaa tieto seuraaville sitä haluaville.

Itselleni tutkimuksen merkitys oli aluksi se, että saan tietoa pitkien pukeutumisen tarpeista ja voin hyödyntää tietoa itse yrittäjänä ja edelleen kehittyä vaatetussuunnittelijan ammatissani. Tutkimuksen myötä korostui tutkimuksen tuoman tiedon jakaminen muille vaatetusalaalla toimiville ja yleisesti tavoitteenani oli saada keskustelua aikaan tutkittavasta ilmiöstä. Tutkimuksen edetessä merkitykset saivat syvempiä tasoja ja uusia jatkotutkimusaiheita. Tutkimus tuo uusia näkökulmia esimerkiksi uusien palvelumuotojen kehittämiseen pitkille ihmisille. Aiemmin tässä luvussa nostin esiin Pitkien ihmisten vaatettaja -konseptin, joka voisi olla seuraava askel pukeutumisneuvojan toimenkuvaan tai konsepti voi toimia kivijalkakaupan lisäpalveluna. Pyrkimys on visuaalisen panostuksen ohella taloudellinen ja ekologinen hyöty asiakkaalle. Tämän tyyppisen palvelumuodon kehittämiseen voisi yhdistää stigman käsitteen tutkimisen, tapahtuuko ja jos, niin minkälaista epäsuotuisaa leimautumista pitkien ihmisten keskuudessa ja mitä apukeinoja kyseinen palvelu voisi tarjota.

Pääosa kyselyyn vastaajista olivat naisia, mistä johtuen pohdin, voisiko pituus yhdistettynä sukupuoleen olla tulevaisuuden jatkotutkimusaihe? Muita tutkimusaiheita on esimerkiksi kysyä, onko pituudella vaikutusta harrastuslajin tai ammatin valintaan? Tutkimuksessa nousivat vahvasti esiin myös taloudelliset näkökulmat ja voidaan olettaa, että aiheesta on saatavissa tärkeää tietoa pitkien

ihmisten näkökulmasta. Voittaisiin myös tutkia, miten vaatteiden pituudet saataisiin yhtenäistettyä ja mittataulukot vastaamaan pitkien ihmisten toiveita. Vaatemallistot ovat monipuolistuneet mutta edelleen vaate suunnittelijat voidaan haastaa suunnittelemaan pitkille naisille värikkäitä ja naisellisia vaatemallistoja. Yleisesti pitkät ihmiset, sekä naiset että miehet, tarvitsevat oikeinmitoitettua työ- ja vapaa-ajan vaate tusta.

Lähteet

- Aakko, Maarit 2016: Fashion in – between. Artisanal design and production of fashion. Väitöskirja Aalto yliopisto.
- Ahola, Angela 2016: Taito tehdä hyvä vaikutus. Suomennos Timo Korpi 2019. Livonia Print, EU.
- Aikasalo, Päivi 2000: Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Vammalan kirjapaino.
- Alasuutari, Pertti 2011: Laadullinen tutkimus 2.0. Vastapaino.
- Anttila, Pirkko 2006: Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Akatiimi.
- Anttila, Pirkko 2000: Tutkimuksen taito ja tiedon hankinta. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä
- Anttila, Raija; Jokinen, Raili 2000: Sovitus ja muotoilu. Naisen tuntee tyylistään. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.
- Armstrong, Helen Joseph 1986: Patternmaking for fashion design. The Murray Printing Company.
- Barthes, Roland 2005: The language of fashion. New York.
- Benaim, Laurance 2001: Pants A history Afoot. Vilo Publishing, Italy.
- Black, Sandy 2011: Eco-chic – The fashion paradox. Everbest Printing Co. Ltd.
- Bojer, Thomas Stege; Sims, Josh; Ehmann, Sven & Klanten, Robert 2016: Blue blooded: denim hunters and Jeans culture. Gestaten.
- Bradts, Lloyd 2019: Body size, non-occupational physical activity and the chance of reaching longevity in men and women: findings from the Netherlands Cohort Study. Haettu 30.9.2020 osoitteesta <https://jech.bmj.com/content/73/3/239>.
- Calderin, Jay 2013: The Fashion Design reference + specification book. Everything fashion designers need to know every day. Rockport Publishers, Inc. Printed in China.
- Cherry, Kendra 2020: The basics of Human Factors Psychology. Maximizing Human Capabilities. Haettu 13.10.2020 osoitteesta <https://www.verywellmind.com/what-is-human-factors-psychology-2794905>.
- Coffin, David Page 1998: Shirtmaking: Developing skills for fine sewing. Taunton Press cop.
- Croll, Jennifer 2014: Fashion that changed the world. Prestel Verlag.

Dodgson, Lindsay 2019: Taller women may live longer, according to a new study – but this isn't the case for men. Haettu 30.9.2020 osoitteesta <https://www.insider.com/taller-women-may-live-longer-but-not-men-study-2019-1>.

DeLong, Marilyn Revell 1998: The way we look. Fairchild Publications.

McDonough, William; Braungart, Michael 2009: Cradle to cradle. Remaking the way we make things. Vintage Books, London.

Eberle, Hannelore; Hermeling, Hermann; Kilgus, Roland; Menzer, Dieter & Ring, Werner 2002: Ammattina vaate. WSOY, Helsinki.

Ellinwood, Janice 2011: Fashion by design. Fairchild Books.

Eskola, Jari; Suoranta, Juha 1998: Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Gummerus Kirjapaino Oy, Jyväskylä.

Gadamer, Hans-Georg; 2004: Hermeneutiikka – Ymmärtäminen tieteissä ja filosofiassa. Vastapaino, Tampere.

Haapaniemi, Riikka 2020: Opinnäytetyö. Pitkien naisten vaatemallisto. Hamk. Haettu 03.11.2020 osoitteesta <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2020051912421>.

Hallamaa, Teemu 2019: ”En todennäköisesti aio lisääntyä, etten saa poikalasta, joka joutuisi kokemaan helvetin, jota lyhytkasvuiseksi kutsutaan” – näin pituus vaikuttaa elämään. Haettu 13.4.2021 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-10687184>.

Hankamäki, Jukka 2015: George Herbert Mead ja symbolinen interaktionismi – Tutkimus minuuden, merkitysten ja yhteiskunnan rakentumisesta. Books on Demand GmbH, Norderstedt, Saksa.

Heikkilä-Rastas, Marjatta 2003: Muodin vai muodon vuoksi. Couturemuodin ja muotoilun vaikutukset Kaisu Heikkilä Oy:ssä 1950 -luvulta 1980-luvun alkuun suunnittelijan näkökulmasta. Väitöskirja, Taideteollinen korkeakoulu. Gummerus Kirjapaino, Jyväskylä.

Home Stratosphere 2021: 25 Furniture Ideas for Tall People. Haettu 13.1.2021 osoitteesta <https://www.homestratosphere.com/furniture-tall-people/>.

Jackson, Linda A & Ervin, Kelly S. 1991: Height Stereotypes of Women and Men: The Liabilities of Shortness for Both Sexes. Haettu 18.10.2020 osoitteesta <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00224545.1992.9924723>.

Jyväskylän Yliopisto 2021: Hermeneutiikka. Haettu 2.4.2021 osoitteesta <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tieteenfilosofiset-suuntaukset/hermeneutiikkaHermeneutiikka>.

Kiistala, Minna & Niipola, Jani 2017: Menesty tyylillä – Bisnespukeutumisen uusi aika. Balto print. Liettua.

Kiviniemi, Kari 2015: Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa Valli, Raini; Aaltola, Juhani toim. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Bookwell Oy, Juva.

Kleinman, Arthur 2009: Stigma: a social, cultural, and moral process. Haettu 21.4.2021 osoitteesta <https://jech.bmj.com/content/63/6/418.short>.

Koskennurmi-Sivonen, Ritva 2012: Johdatuksia pukeutumisen tutkimukseen. Tekstiiliseura, e-julkaisu.

Koskennurmi-Sivonen, Ritva 2003 VIK- malli. Vaate, muoti, taide ja käsityö. Teoksessa: Koskennurmi-Sivonen, R & Raunio, A.-M. (toim.) 2000. Vaatekirja. Kotitalous- ja käsityötieteiden laitoksen julkaisuja 8. Helsingin yliopisto, 109–138.

Kurki, Janne 2014: Lacan, Jacques Marie. Haettu 14.4.2021 osoitteesta <https://filosofia.fi/fi/ensyklopedia/lacan-jacques-marie>.

Laitinen, Arto 2009: Itseään tulkitseva eläin. Charles Taylor ja filosofinen ihmistuntemus. Juvenes, Tampere.

Lappalainen, Minna; Turtola, Anni; Rytinki, Meri; Kaunismäki, Satu 2010: Opinnäytetyö. Alaraajojen mittojen luotettava mittaaminen: mittauksissa käytettävän työvälineen kehittäminen Pieni- ja Isokenkäiset ry:lle. Haettu 13.11.2018 osoitteesta <http://www.theseus.fi/handle/10024/23238>.

Lindblom, Maria 2001: Pro gradu. Erikoiskokoisen ihmisen elämä ja selviytymiskeinot osana selviytymisopasta erikoiskokoiselle ihmiselle. Haettu 13.11.2018 osoitteesta <http://hdl.handle.net/10138/13673>.

Mattelmäki, Tuuli 2006: Muotoiluluotaimet. Tammerpaino, Tampere.

Niemi, Päivi 2013: Resuinen ja rikas – Itsetunto, identiteetti, tunteet, tahto. Jelgava Printing House, Latvia.

Niipola, Jani 2014: Vapaa tyyli. Miehen pukeutumissäännöt ja kuinka niitä rikotaan. Johnny Kniga Publishing, Helsinki.

Nuutinen, Ana 2004: Edelläkävijät. Hiljainen, implisiittinen ja eksplisiittinen tieto muodin ennustamisessa. Väitöskirja, Taideteollinen korkeakoulu. Gummerus Kirjapaino Oy, Saarijärvi.

Parsons, Glenn 2016: The philosophy of design. Polity Press.

Pieni- ja Isokenkäiset ry (Pikry) 2020. Haettu 18.11.2020 osoitteesta <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/fi/pieni-ja-isokenkaiset-ry-sma-och-stora-skor-rf/14804931/yleiskuva>.

Puhalla, Dennis M. 2011: Design elements: Form & Space. Rockport Publishers, the United States of America.

Rantala, Irma 2015: Laadullisen aineiston analyysi tietokoneella. Teoksessa Valli, Raini; Aaltola, Juhani toim. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuksen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Bookwell Oy, Juva.

Rask, Ulla 2018: Urapukeutujan opas. Livonia Printti Ltd. EU

Risikko, Tanja; Marttila-Vesalainen, Ritva 2006: Vaatteet ja haasteet. WSOY, Helsinki.

Saukkola, Mirva 2015: Kaikki mitä olet aina halunnut tietää pukeutumisesta. WSOY, Helsinki.

Seddiki, Pirjo 2010: Väitöskirja. Naisen kuvia. Sievän ja koristeellisuuden merkityksiä. Aalto yliopisto. Bookwell Oy, Jyväskylä.

Savolainen, Heimo & Enäkoski, Timo 2015, Ramin Kortit 138: Suomen pisin mies. Haettu 15.10.2020 osoitteesta <https://aksa.fi/ramin-kortit-137-suomen-pisin-mies/>.

Standardisoimisliitto SFS ry. Haettu 20.10.2020 osoitteesta <https://sfs.fi/?s=standardi>.

Standardisoimisliitto SFS ry. Haettu 5.1.2021 osoitteesta <https://sfs.fi/standardeista/mika-on-standardi/eu-ja-standardisointi/>.

Stecker, Pamela 1996: The Fashion Design Manual. Printed in Hong Kong.

Suomi sanakirja 2020: Mikä on immanentti? Haettu 16.9.2020 osoitteesta <https://vastaukset.fi/q/Mik%C3%A4+on+immanentti>.

Tapiola, Paula 2016, Maailma kasvaa pituutta, mutta Suomessa kasvu on tasaantunut. Haettu 13.10.2020 osoitteesta <https://yle.fi/uutiset/3-9051313>.

Tekstiili – ja vaatetusteollisuus ry & Kuopion yliopisto, Vaatetusfysiologian laboratorio 2001: Naisten vaatetuksen mittataulukko. Haettu 30.9.2020 osoitteesta <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/stjm/N-2001.pdf>.

Terveyden ja Hyvinvoinnin laitos (THL) 2021: Pituuskasvun seuranta. Haettu 19.1.2021 osoitteesta <https://thl.fi/fi/web/lastenneuvolakasikirja/terveystarkastusten-menetelmat/kasvu/pituus>.

Thuren, Julia 2016: Lyhyen miehen piina. Haettu 26.6.2018 osoitteesta <http://www.lily.fi/blogit/juliaihminen/lyhyen-miehen-piina>.

Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2002: Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Töttö, Pertti 2000: Pirullisen positivismin paluu. Laadullisen ja määrällisen tarkastelua. Vastapaino, Tampere.

Varto, Juha 2017: Taiteellinen tutkimus. Mitä se on? Kuka sitä tekee? Miksi? Haettu 3.4.2021 osoitteesta https://books.google.fi/books/about/Taiteellinen_tutkimus.html?id=8YuNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false.

Vilka, Hanna 2015: Tutki ja kehitä. Bookwell Oy, Juva.

Vilka, Hanna 2021: Tutki ja kehitä. Otavan Kirjapaino Oy, Keuruu.

Yhdenvertaisuusvaltuutettu 2021: Syrjintä. Haettu 14.10.2020 osoitteesta <https://syrjinta.fi/syrjinta>, <https://syrjinta.fi/syrjinta>.

Zaman, Zarida 2014: Fashion pattern cutting: line, shape, and volume. London; New York: Bloomsbury.

Liitteet

Liite 1. Saate

HALUATKO AUTTAA?

Teen pro gradu -tutkielmaa Lapin yliopiston taiteiden tiedekunnan vaateussuunnittelun koulutusohjelmaan. Tutkimukseni työnimi on ”Mitä on olla pitkä? Tämän kyselyn avulla kartoitan pitkien ihmisten arjen kokemuksia painottuen kokemuksiin vaateuksesta ja niiden mitoituksista, saatavuudesta, asiakaspalvelusta ja ostopaikoista.

Olen jäsentänyt kysymykset siten, että alkuosan kysymykset (1-17) käsittelevät pituutta yleisesti ja loppuosan kysymykset (18-31) keskittyvät vaatteisiin ja niiden hankintaan. Pyydän sinua kirjoittamaan alkuosassa pituudesta, pituuden merkityksestä työssä ja vapaa-aikana. Loppuosassa pyydän sinua kirjoittamaan kokemuksistasi vaatteiden ostamisesta. Lomakkeen lopussa on tilaa niille asioille, joista et syystä tai toisesta kirjoittanut varsinaisissa kysymyksissä.

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja anonyymisti, eikä vastauksia luovuteta eteenpäin. Toivon, että vastaat mahdollisimman moneen kysymykseen. Kysymykset ovat avoimia kysymyksiä, joihin voit vastata vapaasti omin sanoin. Vastaamiseen kuluu aikaa noin 30 minuuttia. Tuloksia käsitellään niin, ettei yksittäisiä vastauksia pystytä tunnistamaan.

Tämän vastauslinkin kautta pääset kyselyyn <https://webropol.com/s/mitaonollapitka>.

Kysely on auki 28.2.2020 asti.

Tutkimukseni valmistuu syksyllä 2020, jonka jälkeen se tulee luettavaksi Lapin yliopiston sähköiseen julkaisuarkistoon Laudaan.

Lisätietoja tutkimuksesta voit tiedustella pailoran@ulapland.fi

Kissu Pirjo Ailoranta, 040 xxxxxxx

Kiitos jo etukäteen 😊

Liite 2. Kyselylomake

Mitä on olla pitkä?

Taustatiedot, valitse oikea vaihtoehto.

1. Sukupuoli

mies
nainen
muu

2. Ikä

3. Pituus

4. Ammatti

SEURAAVIEN KYSYMYSTEN AVULLA VOIT KERTOAA, MITEN PITUUS
KONKRETISOITUI
ELÄMÄSSÄSI.

Suomalaisten keskipituus on sadan vuoden aikana kasvanut noin 12 senttiä.

5. Milloin huomaisit olevasi pidempi kuin muut?

6. Miltä sinusta silloin tuntui?

7. Millä tavalla läheisesi suhtautuivat pituuskasvuusi?

8. Millaista sinusta on olla pitkä?

9. Millaisia ammatillisia haasteita pituus on aiheuttanut sinulle?

10. Millaisissa harrastustoiminnoissa olet mukana? Onko pituudesta siinä hyötyä tai haittaa?

11. Millaisissa tilanteissa pituus on aiheuttanut keskustelua? Mitä tai mistä silloin on keskusteltu?

12. Miten sinua on kohdeltu pitkänä ihmisenä?

SEURAAVAT KYSYMYKSET KÄSITTELEVÄT ARJESSA KOHDATTAVIA ASIOITA JA ILMIÖITÄ.

Hyvään suunnittelutapaan kuuluu rakennuksen käyttäjän huomioiminen ja siten myös esteettömyys ja käytettävyys. Millaisia haasteita tai puutteita olet kohdannut

13. asuinrakennuksissa?

14. julkisissa rakennuksissa?

15. Millaisia huonekaluja pitkän ihmisen on haasteellista löytää?

16. Miten mahdut erilaisiin kulkuneuvoihin?

17. Miten terveydenhuollon välineistö on toiminut kohdallasi? Esim. mittauslaitteet, apuvälineet, sairaalavaatteet.

SEURAAVIEN KYSYMYSTEN AVULLA VOIT KERTOA KOKEMUKSIA VAATTEIDEN OSTAMISESTA

VERKKOKAUPPOISTA JA VAATELIIKKEISTÄ (kivijalkakaupat).

Suomalaiset ostavat yhä enemmän vaatteita verkkokaupoista. Nuoret suunnittelijat ovat onnistuneet luomaan uusia vaatemerkkejä sekä verkko- että kivijalkakauppoihin.

18. Mistä hankit vaatteita? Hankitko vaatteita kivijalkakaupoista vai verkkokaupoista?
Teetkö itse tai teetätkö vaatteita?

19. Mitä kotimaisia tai ulkomaisia verkkokauppoja käytät ostaessasi vaatteita?

20. Mitä vaatteita ostat verkkokaupoista?

21. Miten arvioit vaatteen kokomerkitöjä omaan kokoosi?

22. Miten verkkokaupoista ostamasi vaatteet ovat vastanneet odotuksiasi?

23. Mistä kivijalkakaupoista löydät vaatteita, jotka sopivat tyyliisi ja persoonaasi ja jotka ovat mittasuhteiltaan sopivia?

24. Minkälaisissa vaatteissa on kokemuksesi mukaan riittävä pituusmitoitus?

Esim. takkien ja paitojen hihat, housujen lahjepituus.

25. Miten arvioit vaateen mittasuhteita ilman sovitususta?

26. Mitä vaatemerkkiä tai brändiä suosit ja miksi?

KERRO SOVITUSKOPPIKOKEMUKSISTASI

27. Missä tilanteissa turvaudut myyjän apuun?

28. Miten myyjät osaavat auttaa koon arvioinnissa?

29. Millaista apua kaipaavat?

30. Miten kuvaillet sovituskopissa olevaa tilaa riisuuntumiseen, pukeutumiseen tai vaatteiden tarkasteluun peilistä?

VAPAA SANA

31. Mitä toiveita haluat lähettää vaatetusteollisuudelle? Suunnittelijoille, markkinoijille tms.