

**Kertakäyttötavaraa ja perintökalleuksia: Kuluttajien kokemuksia vaatteiden
käyttöistä**

Elina Hiltunen
Pro gradu -tutkielma
Muodin, tekstiilitaiteen ja materiaalitutkimuksen koulutusohjelma
Kevät 2023

Lapin yliopisto, Taiteiden tiedekunta

Työn nimi: Kertakäyttötavaraa ja perintökalleuksia: Kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttäjästä

Tekijä/-t: Elina Hiltunen

Koulutusohjelma/oppiaine: Muodin, tekstiilitehteen ja materiaalitutkimuksen koulutusohjelma

Työn laji: Pro gradu -tutkielma/Maisteritutkielma X Lisensiaatintutkimus ___

Sivumäärä: 70

Liitteiden lukumäärä: 4 liitettä

Vuosi: 2023

Tiivistelmä:

Vaateteollisuuteen liittyy paljon ekologisia ja eettisiä ongelmia. Etenkin pikamuotia valmistetaan kehittyvässä maissa ympäristön ja työntekijöiden hyvinvoinnin kustannuksella. Kuluttajat voivat omalta osaltaan vähentää vaateteollisuuden negatiivisia vaikutuksia kuluttamalla mahdollisimman vähän vaatteita ja käyttämällä samoja vaatteita mahdollisimman pitkään. Valmistaja vaikuttaa valinnoillaan vaateen käyttöikänsä, mutta lopullinen päätös vaateen käytöstä poistamisesta on kuluttajalla. Siksi tämän tutkimuksen aiheena on vaatteiden käyttöikä kuluttajien näkökulmasta. Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttäjästä.

Tämän tutkimuksen aineisto on kerätty Webropol-ohjelmalla laaditulla Internet-kyselyllä. Kysely sisälsi paljon avoimia kysymyksiä, jotta kuluttajat voisivat kirjoittaa pitkiä ja haastattelumaisia vastauksia. Kysely oli avoinna kaksi viikkoa ja siihen tuli 62 vastausta. Vastaukset analysoitiin aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä.

Tutkimuksen tulosten perusteella kuluttajat kokevat vaatteiden käyttäjänsä olevan huomattavaa vaihtelua. Materiaalin ja vaatehuollon koetaan vaikuttavan eniten vaatteiden absoluuttiseen käyttöikänsä. Vartalon ja elämäntilanteen muutosten taas koetaan vaikuttavan eniten vaatteiden suhteelliseen käyttöikänsä. Aineiston perusteella seuraavat tekijät mahdollistavat vaatteiden pitkän käyttöiän: helppohoitoisuus ja korjattavuus, vartalon muutoksiin mukautuminen, monikäyttöisyys, käytännöllisyys ja mukavuus, muodin/tyylin muuttumisen kesto sekä laadukas valmistus ja materiaali. Tässä tutkimuksessa vartalon ja elämäntilanteen muutokset painottuvat hieman aiempia tutkimuksia enemmän, mutta yleisesti ottaen tutkimustulokset tukevat aiheesta aiemmin tehtyjä tutkimuksia.

Avainsanat: käyttöikä, vaatteet, suunniteltu vanheneminen

University of Lapland, Faculty of Art and Design

Title of the thesis: Disposable goods and heirlooms: Consumer experiences on clothing life-spans

Author/authors: Elina Hiltunen

Degree program/Master program: Fashion, Textile Art and Material Studies

Sort of the work: Pro gradu -thesis X Laudatur work

Number of pages: 70

Year: 2023

Summary:

There are many ecological and ethical problems within the clothing industry. Especially fast fashion is produced in developing countries at the expense of environmental and human welfare. Consumers can do their part to reduce the clothing industry's negative effects by consuming as few clothes as possible and wearing the same clothes for as long as possible. Thus, this study examines the lifespan of clothes from the perspective of consumers. The purpose of the study is to map consumers' experiences of the lifespan of clothes.

The material for this study was collected using an Internet survey created with the Webropol program. The survey contained many open-ended questions so that consumers could write long and interview-like answers. The survey was open for two weeks and received 62 responses. The answers were analyzed using material-based content analysis.

Based on the results of the study, consumers feel that there is notable variation in the lifespan of clothes. Material and clothing care are perceived to have the greatest impact on the absolute lifespan of clothing. Changes in the body and life situation, on the other hand, are perceived to have the greatest effect on the relative lifespan of clothes. The garment's long service life is made possible by the following factors: easy maintenance and repairability; adapting to bodily changes; versatility, practicality and comfort; duration of fashion/style change, and high-quality manufacturing and material. In this study, changes in the body and life situation are emphasized slightly more than in previous studies, but in general, the results support previous studies on the subject.

Key words: service life, clothes, planned obsolescence

Sisällys

1 Johdanto.....	1
1.1 Tutkielman rakenne ja keskeiset käsitteet.....	3
1.2 Aikaisemmat tutkimukset.....	6
2 Käyttöikä.....	7
2.1 Kulutus, kuluttajat ja käyttöikä.....	8
2.2 Muoti ja käyttöikä.....	13
2.3 Vaatteen käyttöiän päättymisen.....	15
3 Suunniteltu vanheneminen.....	17
3.1 Suunnitellun vanhenemisen hyvät ja huonot puolet.....	20
3.2 Vaatteiden suhteellinen vanheneminen.....	23
3.2.1 Muoti, trendit, vaatetus ja tyyli.....	25
3.2.2 Muodin ekologiset ja eettiset ongelmat.....	27
3.2.3 Kestävä muoti.....	34
3.3 Vaatteiden absoluuttinen vanheneminen.....	37
3.3.1 Vaatteiden laatu.....	38
3.3.2 Vaatteiden huolto ja korjaus.....	40
4 Metodit.....	43
4.1 Tutkimusaineiston keruu.....	47
4.2 Tutkimusaineiston analyysi.....	52
5 Tulokset.....	55
5.1 Kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttöiästä.....	56
5.2 Syyt vaatteiden pois heittämiseen.....	57
5.3 Vaatteiden käyttöiän pidentäminen.....	59
5.4 Johtopäätökset.....	61
6 Pohdinta.....	66
Lähteet.....	71

Liitteet

1 Johdanto

Näin vuonna 2016 Hehkulamppuhuijaus-dokumenttielokuvan suunnitellusta vanhenemisesta¹. Yle näytti sen TV1:llä ja Yle Areenassa suomeksi tekstitettyinä. Tekstityksissä englanninkielinen termi *planned obsolescence* oli suomennettu tarkoitukselliseksi vanhenemiseksi. Suunniteltu vanheneminen on ilmeisesti yleisemmin käytössä oleva käänös. Kun etsin Internetistä lisätietoa sanaparilla tarkoituksellinen vanheneminen, ei löytynyt läheskään yhtä paljon hakutuloksia kuin suunnitellulla vanhenemisellä. Suunnitellulla vanhenemisellä tietoa hakiessani löysin uutisia sekä itse aiheesta että Hehkulamppuhuijaus-elokuvasta. Suunniteltu vanheneminen tarkoittaa tuotteen vanhanaikaistumista ennen aikojaan. Joitakin tuotteita tarkoituksellisesti suunnitellaan lyhytikäisiksi, jotta niiden käyttäjät joutuvat säännöllisin väliajoin ostamaan uuden tuotteen vanhan tilalle, koska se ei enää toimi käyttötarkoituksessaan. Ilmiön ideana on pakottaa kuluttajat ostamaan uusia tuotteita ja siten ylläpitämään kysyntää uusille tuotteille.

Hehkulamppuhuijaus-elokuvassa kerrottiin erityisesti teknologian suunnitellusta vanhenemisestä, sillä teknologiassa se on yleisempää kuin muilla teollisuuden aloilla. Vaatteista mainittiin ainoastaan sukkahousut, joista tehtiin ennen kestäviä, mutta sittemmin laatua heikennettiin tarkoituksella. Dokumentti herätti minut pohtimaan voisiko pikamuodissa olla kyse suunnitellusta vanhenemisestä. Sitä kautta valitsin tutkimukseni aiheeksi vaatteiden käyttöiän suunnitellun vanhenemisen näkökulmasta.

Aihe on erittäin ajankohtainen. Pikamuodin kulutus ei ole kestävä. Raaka-aineiden ja maapallon kantokyvyn rajallisuus pakottaa ihmiset pikkuhiljaa luopumaan pikamuodista ja miettimään kestävämpiä vaihtoehtoja. Silti pikamuodin suosio on kasvussa. Kuluttajat ostavat vähemmällä rahalla enemmän ja huonolaatuisempia tekstiilejä kuin muutama vuosikymmen sitten. Halvat hinnat houkuttelevat kuluttajat ostamaan vaatteita enemmän

¹ Barrat, Úbeda & Dannoritzer 2010

kuin he tarvitsevat, mikä johtaa vaatteiden ennaikaiseen poisheittämiseen.² Lokakuussa 2019 Helsingin Sanomat ja Iltasanomat uutisoivat nettisivuillaan siitä, kuinka kauppakeskus Triplan avajaisissa suomalaiset tekivät puolalaisen pikamuotiketjun liikkeiden avajaisten myyntiennätyksen³. Parhaimmillaan tutkielmani voi auttaa vaatetusalaan kehittymään ekologisempaan ja kestävämpään suuntaan.

Tutkimukseni tavoitteena on kartoittaa kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttämisestä. Päädyin tutkimaan aihetta kuluttajien näkökulmasta, koska kuluttajat tekevät lopullisen päätöksen vaatteiden käyttämisen päättymisestä poistaessaan sen käytöstä. Lisäksi kuluttajat voivat vaikuttaa vaatteiden käyttöikänsä ja kestoon huoltamalla niitä.

Tarkastelen tutkielmassani muun muassa sitä, miten kuluttajat suhtautuvat vanhoihin, pitkään käytössä kestäneisiin vaatteisiin. Onko niihin jo kyllästytty vai ovatko ne kestoosuosikkeja? Ovatko vanhat vaatteet statussymboleita ja osoitus kyvystä tunnistaa laadukas vaate sekä pitää niistä hyvää huolta? Vai ilmaisevatko ne käyttäjänsä olevan epämuodikas ja auttamattomasti aikaansa jäljessä? Entä onko nopeasti puhki kuluvien vaatteiden lyhyt käyttöikä pettymys vai helpotus? Jos vanha vaate on jo rikki voi hyvillä mielin ostaa uuden. Vai voiko? Lisäksi pohdin mahdollisia keinoja vaatteiden käyttöikänsä pidentämiseen. Jätän vähemmälle huomiolle vaatteiden kierrätyksen tai loppusijoituksen kaatopaikalla, sillä kierrätys ei riitä ratkaisuksi vaatteiden kulutuksen kasvuun. Se mahdollistaa kuluttajille nykyisten kestävämpien kulutustottumusten jatkamisen⁴. Lisäksi kierrättäminen tarkoittaa yleensä kierrätettävän tekstiilin laadun ja arvon heikkenemistä esimerkiksi käytettäessä vanhoja vaatteita täytemateriaalina⁵.

Tutkimusta (vaatteiden) käyttämisestä ja suunnittelusta vanhenemisesta on tehty englanniksi, mutta ei suomeksi. Suomessa on kirjoitettu ainakin yksi kandidattutkimus ja yksi väitöskirja aiheeseen liittyen. Niin vaatteiden kuin muidenkin tuotteiden käyttämisestä ja suunnittelusta vanhenemisesta on julkaistu useita tieteellisiä artikkeleita. Yleensä

² Niinimäki 2011, 28

³ Körkkö 2019, Norokorpi 2019

⁴ Niinimäki 2011, 24

⁵ Niinimäki 2011, 30

käyttöikää ja suunniteltua vanhenemista koskevissa tutkimuksissa kuluttajat on esitetty suunnitellun vanhenemisen uhreina, vaikka kuluttajien vaikutus tuotteiden käyttöihin on merkittävä. Kuluttajien vaikutusta on kuitenkin tutkittu vain vähän.⁶ Tämä tutkimus vastaa suomenkielisten käyttöikää ja suunniteltua vanhenemista käsittelevien tutkimusten puutteeseen sekä osaltaan selvittää kuluttajien vaikutusta vaatteiden käyttöikään.

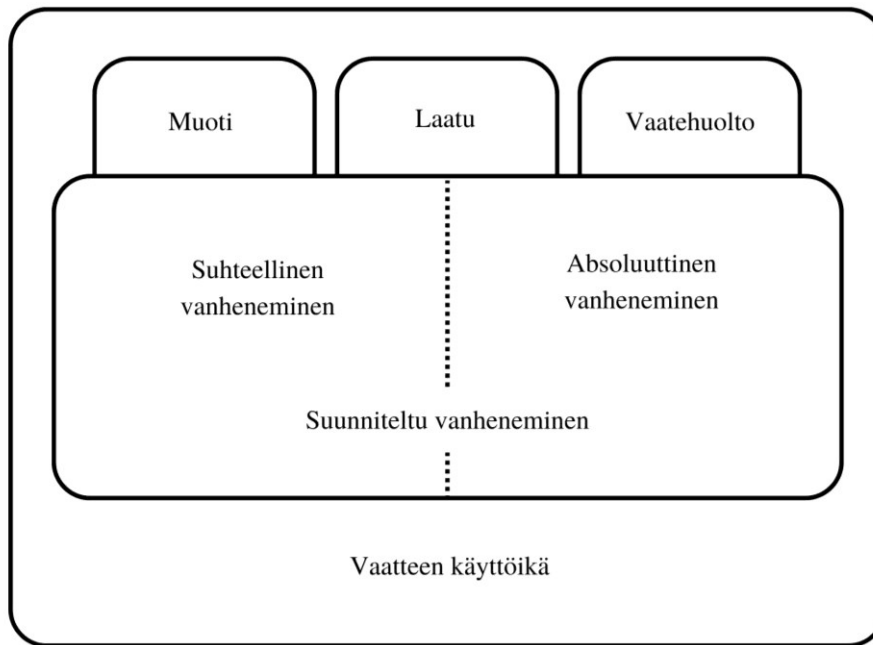
Tutkimuskysymykseni ovat:

1. Millaisia kokemuksia kuluttajilla on vaatteiden käyttämisestä?
2. Mistä syistä kuluttajat heittävät vaatteita pois?
3. Miten vaatteiden käyttöikää voisi pidentää?

1.1 Tutkielman rakenne ja keskeiset käsitteet

Tutkimusraportti etenee seuraavasti. Johdannon aluvuissa 1.2 kerrotaan aiheeseen liittyvistä aikaisemmista tutkimuksista ennen kuin käsittelen viitekehukseen nostamiani käsitteitä ja aiheita. Kirjallisuuskatsauksen rakenne pohjautuu viitekehyskuviioon (kuvio 1).

⁶ Evans & Cooper 2010, 320–321; Cooper 2010b, 17



Kuvio 1: Viitekehys

Aluksi avaan käyttöiän käsitettä sekä sitä, miten kulutus, kuluttajat ja muoti liittyvät vaatteiden käyttöikään. Lisäksi käsittelen vaateen käyttöiän päättymistä ja esittelen vaihtoehtoja käyttöiän jatkamiseen. Seuraava pääluke käsittelee suunniteltua vanhenemista, jonka olen sijoittanut viitekehyskuvion keskelle. Olen kirjoittanut omat alalukunsa suhteellisesta vanhenemisestä ja absoluuttisesta vanhenemisestä, jotka ovat keskeisimmät vaatteiden suunnitellun vanhenemisen muodot. Muodin, laadun ja vaatehuollon alaluvut sisältyvät suhteellisen ja absoluuttisen vanhenemisen alalukuihin. Muoti sisältyy kuvion mukaisesti suhteellista vanhenemistä käsittelevään lukuun ja vaatehuolto absoluuttista vanhenemistä käsittelevään lukuun. Käsittelen laatua absoluuttisen vanhenemisen luvussa, vaikka se liittyy myös suhteelliseen vanhenemiseen kuten kuvioista näkyy. Kirjallisuuden ja käsitteiden jälkeen esittelen tutkimusaineiston keruussa ja analyysissä käyttämäni metodit: Internet-kyselyn ja sisällönanalyysin. Kerron myös aineiston keruun ja analyysin vaiheista eli siitä, kuinka olen päässyt tutkimukseni tuloksiin. Metodeista siirryn tuloksiin, jotka esittelen tutkimuskysymysten mukaan jaoteltuina. Tulosluvussa esittelen kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttöiästä, syitä vaatteiden pois heittämiseen ja vaatteiden käyttöiän pidentämistä sekä

teen tulosten pohjalta johtopäätöksiä. Tutkielman lopussa arvioin tutkimusta, pohdin tutkimuksen merkitystä alalle sekä esittelen jatkotutkimusideoita.

Vaatteen käyttöikä ympäröi tutkimuksessani kaikkia muita käsitteitä. Siihen keskeisimpänä vaikuttaa suunniteltu vanheneminen ja siksi se on kuvion keskiössä. Vaatteiden suunniteltu vanheneminen jakautuu kahteen alaluokkaan: suhteelliseen vanhenemiseen ja absoluuttiseen vanhenemiseen. Muoti vaikuttaa vahvasti suhteelliseen vanhenemiseen, kun taas vaatehuolto absoluuttiseen vanhenemiseen. Laatu vaikuttaa molempiin ja asettuu siten niiden välimaastoon.

Yleisimmin käytössä oleva käyttöiän määritelmä on palveluikä, joka tarkoittaa ajanjaksoa tuotteen ostohetkestä lopulliseen hävittämiseen jätteenä ⁷. Tässä tutkimuksessa tarkoitan vaatteiden käyttöiällä vaatteiden palveluikää sillä erotuksella, että palveluiän päättyessä kuluttaja ei välttämättä hävitä tuotetta jätteenä, vaan saattaa yhtä hyvin myydä sen tai antaa sen pois. Suunniteltu vanheneminen tarkoittaa tuotteen vanhanaikaistumista ennen aikojaan. Joitakin tuotteita tarkoituksellisesti suunnitellaan lyhytikäisiksi, jotta niiden käyttäjät joutuvat säännöllisin väliajoin ostamaan uuden tuotteen vanhan tilalle, koska se ei enää toimi käyttötarkoituksessaan. Usein kuluttajia myös kannustetaan poistamaan käytöstä toimivia tuotteita. Suhteellinen vanheneminen tarkoittaa toimivan tuotteen poistamista käytöstä. Absoluuttisesta vanhenemisestä on kyse, kun tuote saavuttaa teknisen käyttöikänsä lopun, koska se on kulunut eikä kestä enää käyttöä. Tuotteen tekninen käyttöikä riippuu valmistuksessa käytetyistä materiaaleista, suunnittelun ja valmistuksen laadusta, huollon ja korjaamisen helppoudesta, käyttöolosuhteista sekä siitä, kuinka paljon ja kuinka huolellisesti tuotetta käytetään.⁸ Suhteelliseen käyttöikään vaikuttaa ennen kaikkea muoti. Muoti tarkoittaa vaatekulttuuria, jonka keskeinen piirre on nopeat ja jatkuvat tyylin muutokset⁹. Laatu tarkoittaa kulutuksenkestoa, kestäviä materiaaleja sekä sitä, että tuote on valmistettu hyvin¹⁰. Vaatehuoltoon kuuluu pesu, kuivaus, silitys, tuuletus, tahranpoisto, säilytys ja

⁷ Cooper 2010b, 9

⁸ Cooper 2010b, 16–17

⁹ Wilson 2003, viitattu lähteessä Hawley 2008, 209

¹⁰ Niinimäki 2012, 226

korjaus. Oikein huollettuna vaatteet kestävät kauemmin käytössä, mutta huoltovirheet saattavat tehdä vaatteista käyttökelvottomia.¹¹

1.2 Aikaisemmat tutkimukset

Tutkimusta (vaatteiden) käyttöiästä ja suunnitellusta vanhenemisesta on tehty englanniksi, mutta ei suomeksi. Suomessa on kirjoitettu ainakin yksi kandidutkielma ja yksi väitöskirja aiheeseen liittyen. Molemmat ovat englanninkielisiä ja Aaltoyliopistosta. Kandidutkielma on Jenni Tuomisen teknologian suunniteltua vanhenemista käsittelevä *Planned Obsolescence in the Age of Sustainability: Alternatives to Disposable Technology*¹². Kirsi Niinimäki taas tutkii väitöskirjassaan *From Disposable to Sustainable: The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing* monipuolisesti vaatteiden käyttöikä ja keskittyy erityisesti kuluttajien ja vaatteiden välisiin suhteisiin¹³.

Tim Cooper on tutkinut käyttöikä ja suunniteltua vanhenemista paljon. Hän on toimittanut kirjan *Longer Lasting Products: Alternatives to the Throwaway Society*, jossa on hänen ja monien muiden artikkeleita aiheeseen liittyen. Cooper ei ole tutkinut vaatteiden käyttöikä, mutta hänen ja Siân Evansin artikkeli *Consumer Influences on Product Life-Spans* käsittelee kuluttajien vaikutusta eri tuoteryhmien käyttöikä. Yksi Cooperin ja Evansin tutkimista tuoteryhmistä on kengät.¹⁴

Vaatteiden käyttöiästä ja suunnitellusta vanhenemisesta on kirjoitettu useita tieteellisiä artikkeleita. Perehdyin Collett'n, Cluverin ja Chenin artikkeliin *Consumer Perceptions the Limited Lifespan of Fast Fashion Apparel*; Philipin, Anianin ja Raja M:n artikkeliin *Planned Fashion Obsolescence in the Light of Supply Chain Uncertainty* sekä Joyn, Sherry Jr:n, Venkateshin, Wangin ja Chanin artikkeliin *Fast Fashion, Sustainability, and*

¹¹ Gwilt 2014, 120

¹² Tuominen 2021

¹³ Niinimäki 2011

¹⁴ Evans & Cooper 2010

the Ethical Appeal of Luxury Brands. Collet ym. tutkivat kuluttajien näkemyksiä pikamuotivaatteiden lyhyestä käyttöiästä¹⁵. Philip ym. taas tutkivat muodin suunniteltua vanhenemista tuotantoketjun epävarmuuden näkökulmasta¹⁶. Joy ym. puolestaan tutkivat pikamuotia, kestävyyttä ja luksusmerkkien eettisyyttä¹⁷.

2 Käyttöikä

Käyttöiälle on olemassa useita eri määritelmiä, jotka eroavat toisistaan. Cooperin mukaan tuotteen tekninen ikä tarkoittaa pisintä mahdollista ajanjaksoa, jonka ajan tuote on fyysisesti toimintakuntoinen. Teknistä ikää harvoin saavutetaan, koska tuotteen korjaaminen tai huoltaminen on kannattamatonta tai koska kuluttajat valitsevat heittää toimivan tuotteen pois jostakin muusta syystä. Yleisemmin käytössä oleva määritelmä on palveluikä, joka tarkoittaa ajanjaksoa tuotteen ostohetkestä lopulliseen hävittämiseen jätteenä. Kolmas määritelmä, korvausikä, tarkoittaa ajanjaksoa tuotteen ostohetkestä uuden korvaavan tuotteen ostohetkeen. Taloudellinen käyttöikä taas tarkoittaa ajanjaksoa ostohetkestä siihen hetkeen, jolloin tuotteen korjaaminen ja huoltaminen tulee kalliimmaksi kuin sen korvaaminen uudella.¹⁸ Käyttöikä sisältyy tuotteen elinkaareen. Gwiltin mukaan vaatteiden elinkaari tarkoittaa tuotteen matkaa kuidun valmistuksesta tuotteen hävittämiseen¹⁹. Tässä tutkimuksessa tarkoitan vaatteiden käyttöiällä vaatteiden palveluikää sillä erotuksella, että palveluiän päättyessä kuluttaja ei välttämättä hävitä tuotetta jätteenä, vaan saattaa yhtä hyvin myydä sen tai antaa sen pois.

Kulutuksenkestävyys tarkoittaa tuotteen kykyä suoriutua tehtävästään pitkällä aikavälillä normaaleissa käyttöolosuhteissa ilman suurta panostusta huoltoon tai korjaukseen. Se toimii mittarina sille, kuinka kauan tuote pystyy toimimaan tarkoituksenmukaisesti ja kestävästi kulumista ennen kuin siihen tulee vika, jota ei voi korjata. Tuotteen pitkäikäisyys kuvaa sen käyttöikää ja on kulutuksenkestävyyttä laajempi käsite.

¹⁵ Collet ym. 2013

¹⁶ Philip ym. 2020

¹⁷ Joy ym. 2012

¹⁸ Cooper 2010b, 9

¹⁹ Gwilt 2014, 23

Pitkäikäisyyttä määrittävät suunnittelun ja tuotannon lisäksi käyttäjän toiminta sekä laajemmat sosiokulttuuriset vaikutteet. Huolellinen käyttö, säännöllinen huolto, korjaus ja toimivien tuotteiden uudelleenkäyttö edesauttavat tuotteen pitkäikäisyyttä.²⁰

Käyttöiän mittaaminen on haastavaa. Sopiva mittayksikkö vaihtelee riippuen tuotteesta sekä siitä, miten paljon tuotetta käytetään. Usein käyttöikää mitataan vuosissa, mutta joillekin tuotteille muut mittayksiköt voivat sopia paremmin tai yhtä hyvin.²¹ Tässä tutkimuksessa vaatteiden käyttöikää on mitattu vuosissa tai kuukausissa riippuen siitä, kuinka kauan vaate on ollut käytössä. Joyn ym. mukaan pikamuotiyrietykset taas käyttävät tuotteidensa odotettavissa olevan käyttöiän mittarina kymmentä pesukertaa²². Cooperin mukaan tuotteen käyttöiän arvioiminen on erityisen haastavaa, kun rikkinäinen tuote on korjattu ja sen osia on mahdollisesti vaihdettu uusiin²³.

Nykyään tuotteita ei yleensä tehdä yhtä pitkäikäisiksi kuin ennen. Cooperin mukaan sata vuotta sitten suurin osa tuotteista suunniteltiin ja valmistettiin siten, että ne kestäisivät käytössä mahdollisimman pitkään. Nykypäivänä ei yleensä toimita samoin.²⁴

2.1 Kulutus, kuluttajat ja käyttöikä

Millerin mukaan kulutus tarkoittaa jonkin asian loppuun käyttämistä ja kuluttamisen myötä kyseinen asia lopulta tuhoutuu. Esimerkiksi tulipalo voi kuluttaa talon. Vastakohtana kulutukselle on tuotanto, joka puolestaan lisää asioita maailmaan.²⁵ Kaiserin mukaan tuotantoa pidetään järjestelmällisenä, mekaanisena ja rationaalisena prosessina, jossa valmistetaan tuotteita ja tavoitellaan voittoa. Kulutus nähdään tuotannon ja siten myös tuottavuuden vastakohtana.²⁶ Tuotteen käyttöikä alkaa siitä,

²⁰ Cooper 2010b, 8

²¹ Cooper 2010b, 9

²² Joy, Sherry Jr, Venkatesh, Wang & Chan 2012, 283

²³ Cooper 2010b, 10

²⁴ Cooper 2010b, 4

²⁵ Miller 2012, 20

²⁶ Kaiser 2008, 144

mihin tuotanto päättyy ja päättyy siihen, mihin kulutus päättyy: tuotteen tuhoutumiseen. Kulutus on käyttöiän ajan käynnissä oleva prosessi, joka lopulta johtaa käyttöiän päättymiseen.

Kuluttajien kulutustottumukset vaikuttavat tuotteiden käyttöikiin monin tavoin. Kuluttajan vaikutus tuotteen käyttöikäen on läsnä käyttöiän jokaisessa vaiheessa: tuotteen valinnassa, tuotteen käytössä ja huollossa, rikkiäisen tuotteen mahdollisessa korjaamisessa sekä tuotteen hävittämisessä.²⁷ Van Nesin mukaan on tärkeää muistaa, että tuotteen käyttöiän päätyminen on seuraus kuluttajan tekemästä valinnasta eikä sitä välttämättä ole suunniteltu ennalta. Tuotteiden käyttöikiin keskityttäessä painopiste on tuotteessa, vaikka kuluttajalla on usein suurempi vaikutus käyttöikäen kuin tuotteella.²⁸ Evans ja Cooper ovat tutkineet kuluttajien vaikutusta mm. kenkien käyttöikäen. He saivat selville, että 60 % osallistujista hankki kenkiä muista syistä kuin korvatakseen rikkiäisen tuotteen. 48 % hankinnoista oli tehty hetken mielohteesta ja muodikkoutta pidettiin laadukkuutta tärkeämpänä. 58 % osallistujista ei huoltanut kenkiään säännöllisesti ja vain 10 % korjasi tai korjautti rikkiäiset kenkensä. Puolet hävitetyistä kengistä oli yhä hyvässä kunnossa tai kuluneen näköisiä, mutta hyväkuntoisia.²⁹ Ainakin kenkien osalta kuluttajien totumuksissa on siis parantamisen varaa käyttöikien jatkamista ajatellen. Toki kuluttajien välillä on myös havaittavissa eroja. Esimerkiksi eettisesti ja ekologisesti sitoutuneet kuluttajat käyttävät vaatteitaan pidempään kuin muut.³⁰

Niinimäen mukaan Manzini on jo vuonna 1994 kirjoittanut, että tuotteiden uudelleen suunnittelu ja tuotantoprosessien ekologisen tehokkuuden parantaminen eivät riitä kestävämmän tulevaisuuden saavuttamiseen. Sen sijaan tulisi keskittyä kulutustottumusten muuttamiseen.³¹ Cooperin mukaan kestävämmän tulevaisuuden saavuttaminen vaatii muutosta koko yhteiskunnassa: politiikassa, suunnittelu- ja

²⁷ Cooper 2010b, 26

²⁸ Van Nes 2010, 108

²⁹ Evans & Cooper 2010, 327

³⁰ Niinimäki 2012, 223

³¹ Manzini 1994, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 17

markkinointistrategioissa, kuluttajien asenteissa ja käytöksessä sekä sosio-kulttuurisissa normeissa³².

Kuluttajien halu kuluttaa on vahvasti kytköksissä materialistisiin arvoihin ja sosiaalisen hyväksynnän kaipuuseen³³. Niinimäen mukaan vaatehankintojen taustalla vaikuttaa mm. halu tulla yhdistetyksi tiettyyn sosiaaliseen statukseen, identiteetin rakentaminen symbolien ja brändien kautta sekä tietyn elämäntyylin tavoittelu³⁴. Vezzolin mukaan länsieurooppalaiset hankkivat vaatteita seuraavista syistä: trendien ja muodin muuttuminen, houkutteleva hinta, uusien vaatteiden tarve tiettyä tilaisuutta varten, brändi, kulutustottumukset sekä kuluneiden vaatteiden korvaaminen uusilla³⁵. Lisäksi kuluttajan elämäntilanne vaikuttaa niin hankintaan kuin kulutuksen muihinkin vaiheisiin³⁶. Kulutuksen vähentäminen onkin vaikeaa juuri siksi, että kuluttajat tyydyttävät kuluttamisella monia erilaisia tarpeita, joista osa on täysin tiedostamattomia³⁷.

Kuluttajien arvot ja kulutustottumukset eivät usein kohtaa. Moni eettisestä ja ekologisesta kuluttamisesta kiinnostunut kuluttaja kuluttaa varsinkin muotia arvojensa vastaisesti.³⁸ Niinimäen mukaan arvojen vastainen kulutus selittyy sillä, että eettinen ja ekologinen muoti vetoaa esteettisesti vain pieneen osaan kuluttajista sekä sillä, että halvat ja modikkaat vaatteet houkuttelevat kuluttajat kuluttamaan kestävämmästä³⁹. Kuluttajat paitsi ostavat arvojensa vastaisesti tuotettuja vaatteita, myös ostavat niitä usein enemmän kuin oikeasti tarvitsevat⁴⁰.

Tekstiilien ja vaatteiden hinnat ovat kotitalouksien tuloihin verrattuna huomattavasti halvempia kuin muutama vuosikymmen sitten. Halpojen hintojen ja kotitalouksien

³² Cooper 2010b, 3

³³ Niinimäki 2011, 45

³⁴ Niinimäki 2010a, 151

³⁵ Vezzoli 2000, 8, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 217

³⁶ Cooper 2010b, 18

³⁷ Niinimäki 2012, 217

³⁸ Niinimäki 2011, 78; Niinimäki 2009, 133; Joy ym. 2012, 280

³⁹ Niinimäki 2011, 78

⁴⁰ Kaiser 2008, 145

hyvän tulotason myötä erittäin halvan ja lyhytikäisen muodin kysyntä ja kulutus on kasvanut. Nykyisin kuluttajat omistavatkin yhä enemmän halpoja ja huonolaatuisia vaatteita ja tekstiilejä.⁴¹ Moilalan mukaan vaatteiden maahantuonnin määrä lähes kaksinkertaistui vuosien 1995 ja 2010 välillä. Erityisesti Kiinan sekä muiden Aasian maiden tuonti on kasvanut valtavasti.⁴²

On arvioitu, että tekstiilejä kulutetaan maailmanlaajuisesti vuosittain yli 30 miljoonaa tonnia, joten alan ympäristövaikutukset ovat merkittävät⁴³. Tuotannon Aasiaan siirtymisen myötä myös tuotannon ympäristövaikutukset ovat siirtyneet Aasiaan⁴⁴. Osa ympäristövaikutuksista on kuitenkin maailmanlaajuisia. Kulutuksen kasvun myötä resurssien niukkuus on tullut uudelleen esiin mahdollisena uhkana tuleville sukupolville⁴⁵. Kulutuksen kasvu vaikuttaa myös ilmastonmuutokseen, sillä tuotteiden valmistus ja kuljetus vaatii energiaa, jota saadaan ensisijaisesti fossiilisista polttoaineista⁴⁶. Lisäksi käytöstä poistetuista tuotteista tulee jätettä, joka täytyy käsitellä kierrättämällä tai polttamalla tai kaataa kaatopaikoille⁴⁷.

Vaatteiden tuotanto on kehittynyt viimeisten kolmen vuosikymmenen aikana tehokkaampaan ja ekologisempaan suuntaan. Samalla määrällä resursseja pystytään teknologisen kehityksen ansiosta nykyään valmistamaan enemmän vaatteita kuin ennen. Siitä huolimatta vaateteollisuus ei ole muuttunut ekologisesti kestävämmäksi, sillä tuotannon volyyymi ja kulutus ovat kasvaneet tuotannon tehostumisen mahdollistamien halpojen hintojen myötä.⁴⁸ Vaatteiden halvat hinnat houkuttelevat kuluttajat tekemään ostopäätöksiä harkitsematta. Kalliiden vaatteiden ostoa kuluttajat taas harkitsevat huolella.⁴⁹ Erityisesti alennusmyynnit saavat kuluttajat kuluttamaan harkitsemattomasti.

⁴¹ Niinimäki 2011, 28

⁴² Moilala 2013, 30

⁴³ Chen & Burns 2006, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 27

⁴⁴ Cooper 2010b, 4–5

⁴⁵ Gordon ym. 2006, viitattu lähteessä Cooper 2010b, 5

⁴⁶ Kejun ym. 2008, viitattu lähteessä Cooper 2010b, 5

⁴⁷ Cooper 2010b, 5

⁴⁸ Thorne-Holst ym. 2007, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 215–216; Michaelis 2001, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 218

⁴⁹ Niinimäki 2012, 224

Ostoksilla käydessään kuluttajat kiinnittävät usein enemmän huomiota siihen, kuinka paljon onnistuivat säästämään rahaa kuin siihen, kuinka paljon käyttivät rahaa.⁵⁰

Vaatteiden uudelleen käyttöä ja kierrätystä pidetään ekologisina ratkaisuin vaateollisuuden negatiivisiin ympäristövaikutuksiin, vaikka ne eivät puutu todelliseen ongelmaan eli kulutuksen kasvuun. Kierrätys sopii hyvin nykyisiin kulutustottumuksiin. Kuluttajat voivat jatkaa kuluttamista entiseen malliin ja teollisuus voi tuottaa yhä enemmän vaatteita.⁵¹ Cooperin mukaan kestävä kehitys on mahdollista vain pidentämällä tuotteiden käyttöikä ja kuluttamalla vähemmän⁵². Kestävää kehitystä ajatellen olisi parasta kierrättää enemmän, käyttää vaatteita kunnes ne ovat täysin kuluneet puhki sekä välttää ylimääräistä vesipesua ja silittämistä. Niinimäen mukaan tällainen skenaario, jossa vaatteet ovat vanhoja, rikkiäisiä ja paikattuja, likaisia sekä rypyisiä olisi ekologisesti kestävä, mutta ei vastaa kauneuden tarpeeseen eikä sovellu sosiaalisiin soveliaisuuden normeihin.⁵³

Suurin osa kuluttajista ei ole halukkaita vähentämään kulutusta, vaikka se olisi ympäristölle hyväksi⁵⁴. Niinimäen toteuttamassa kyselyssä 94,6 % vastaajista oli kuitenkin valmiita tulevaisuudessa hankkimaan parempilaatuisia, kestäviä, korjattavia ja kalliimpia vaatteita sekä käyttämään niitä pidempään vähentääkseen omaa ympäristökuormaansa. Suurin osa kyselyyn vastanneista piti ympäristöasioita tärkeinä, mikä näkyy valmiudessa kestävämpään kulutukseen.⁵⁵ Mackenzie, Cooper ja Garnett pitävät mahdollisena, että tulevaisuudessa useita vuosia käytössä olleet tuotteet voisivat olla omistajilleen ylpeyden aiheita eivätkä jotakin, jota tarvitsee hävetä. Vanhojen tuotteiden käyttö ei tarkoittaisi, että omistajalla ei ole varaa vaihtaa niitä uusiin, vaan käytössä olevat vanhat tuotteet voisivat olla kannanotto hitaamman ja kestävämmän kulutuksen puolesta.⁵⁶

⁵⁰ Miller 2012, 79–80

⁵¹ Fletcher 2008, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 24

⁵² Cooper 2010b, 3

⁵³ Niinimäki 2011, 56

⁵⁴ Niinimäki 2012, 232

⁵⁵ Niinimäki 2009, 143

⁵⁶ Mackenzie, Cooper & Garnett 2010, 299

Niinimäen tutkimuksessa kuluttajat kaipasivat tietoa ja kannustimia vastuullisempaan kuluttamiseen. 41,6 % vastaajista oli sitä mieltä, että tiedon lisääminen on paras tapa kuluttajien käyttäytymisen muuttamiseen. Melkein yhtä moni (37,4 %) taas oli sitä mieltä, että kannustimet ekologisempaan kulutukseen esimerkiksi verotuksen muodossa ovat paras tapa.⁵⁷ Cooperin mukaan kuluttajat kaipaavat enemmän tietoa tuotteiden käyttöistä⁵⁸. Nykyään kuluttajat saavat tietoa tuotteiden kestävydestä ja käyttöistä mm. sukulaisilta ja ystäviltä, mediasta, järjestöiltä, mainoksista, myyjiltä sekä tunnustelemalla ja kokeilemalla tuotetta⁵⁹. Tieto tuotteen odotettavissa olevasta käyttäisestä auttaisi kuluttajia valitsemaan laadun eikä muiden hintaan vaikuttavien ominaisuuksien, kuten brändin, toiminnallisuuden ja tyylin perusteella. Lisäksi tieto käyttäisestä voisi kannustaa kuluttajia käyttämään tuotetta koko sen käyttöajan ajan. Ei kuitenkaan tiedetä varmaksi, valitsisivatko kuluttajat pitkäikäisiä tuotteita, jos valinnan tekemiseen tarvittava tieto olisi heidän saatavillaan.⁶⁰

2.2 Muoti ja käyttöikä

Hethorn ja Ulasewicz pitävät ”kestävä muoti” -sanaparia ristiriitaisena, koska kestävyudessa on kyse vaatteiden pitkäikäisyydestä, kun taas muodissa on kyse jatkuvasta muutoksesta⁶¹. Kestävyys tarkoittaa sitä, että ihmisten nykyiset tarpeet tyydytetään siten, että tulevien sukupolvien mahdollisuus tyydyttää omat tarpeensa ei vaarannu⁶². Lähtökohtaisesti muoti on kaikkea muuta kuin kestävä. Muotiin kuuluu tuotteiden tuotanto ja kulutus sitä mukaa, kun jostakin tyylistä tulee trendikästä ja myöhemmin se lakkaa olemasta sitä. Muodin jatkuvan muuttumisen myötä syntyy

⁵⁷ Niinimäki 2009, 141

⁵⁸ Cooper 2010b, 26

⁵⁹ Kotler ym. 2001, viitattu lähteessä Cooper & Christer 2010, 276

⁶⁰ Cooper & Christer 2010, 286

⁶¹ Hethorn & Ulasewicz 2008, XIII

⁶² Hethorn & Ulasewicz 2008, XVII

jätettä. Vaikka muoti muuttuu myös muissa tuotteissa, vaatteissa se muuttuu nopeammin kuin esimerkiksi autoissa ja rakennuksissa.⁶³

Ennen teollistumista kestävyys oli elämäntapa, joka ulottui myös vaatetukseen. Kankaiden valmistus oli hidasta ja vain rikkailla oli varaa seurata muotia. Jopa rikkaat säästivät kankaita, muodistivat vaatteita ja myivät käytettyjä vaatteita eteenpäin. Syynä kankaiden ja vaatteiden säästämiseen ja huoltamiseen oli se, että niiden valmistus oli todella työlästä.⁶⁴ Suurin osa eurooppalaisista ja pohjoisamerikkalaisista omisti vain vähän vaatteita, joita muodistettiin ja korjattiin tarpeen mukaan. Vaatteet olivat niin arvokkaita, että ne testamentattiin sukupolvelta toiselle.⁶⁵ Teollistumisen myötä kankaiden valmistus helpottui ja nopeutui huomattavasti. 1800-luvulla julkaistiin ensimmäiset muotilehdet, jotka yhdessä edullisempien kankaiden kanssa helpottivat muodin seuraamista ja nopeuttivat muodin kiertoa⁶⁶. Uusi massatuotettu muoti levisi nopeasti tavaratalojen ja postimyynnin ansiosta⁶⁷. 1900-luvun jälkimmäisellä puoliskolla muodin kierto nopeutui entisestään, kun vaatteiden tuotanto siirtyi halvempiin maihin, vaatteiden hinnat laskivat ja kuluttajilla oli varaa ostaa enemmän vaatteita⁶⁸. 2000-luvun alussa kaikilla on varaa seurata muotia ja hankkia uusia vaatteita säännöllisesti. Muodista on tullut kertakäyttöistä.⁶⁹ Tehokas tuotanto ja sen mahdollistamat edulliset hinnat edesauttavat kulutuksen kasvua. Kuluttajat omistavat yhä enemmän lyhytikäisiä vaatteita, jotka on hankittu hetken mielijohteesta ja joita he käyttävät vain muutaman kerran ennen kuin hankkiutuvat niistä eroon. Vaatteiden laatu on huonontunut ja käyttöiät lyhentyneet. Uusien vaatteiden edullisuus on johtanut siihen, että vaatteita ei enää kannata korjata.⁷⁰

Niinimäen kyselytutkimuksessa kuluttajien tyytyväisyys vaatteiden käyttöikään oli kaksijakoista. Kysyttäessä tyytyväisyydestä ja tyytymättömyydestä viimeisimpään

⁶³ Hethorn & Ulasewicz 2008, XIX–XX

⁶⁴ Welters 2008, 8

⁶⁵ Welters 2008, 10

⁶⁶ Welters 2008, 12–13

⁶⁷ Welters 2008, 16

⁶⁸ Welters 2008, 23

⁶⁹ Welters 2008, 26–27

⁷⁰ Niinimäki & Hassi 2011, 276

vaatehankintaan 27 % oli tyytyväisiä käyttökään ja 23 % tyytymättömiä.⁷¹ Kyselyyn vastanneiden mukaan vaatteiden käyttöä arvioitiin ostohetkellä on vaikeaa⁷². Noin 80 % vastaajista olisi valmiita hankkimaan pitkäikäisiä, korjattavia ja kalliimpia vaatteita minimoidakseen ympäristövaikutuksensa⁷³. Tulevaisuuden muodilta kuluttajat toivovat laadukkuutta ja pitkäikäisyyttä sekä yksilöllisyyttä ja ainutlaatuisuutta⁷⁴.

Niinimäen ja Koskisen mukaan vaatteiden pitkäikäisyyden mahdollistavat ominaisuudet ovat laatu, käytännöllisyys ja esteettisyys. Kuluttajille laatu tarkoittaa kestäviä materiaaleja, käytön ja kulutuksen kestoa, pyykkäyksen kestoa sekä laadukasta valmistusta. Käytännöllisyys tarkoittaa vaatteiden huoltamisen helppoutta, käyttöön sopivuutta sekä miellyttävää käyttökokemusta. Esteettisyys taas tarkoittaa kauneutta, tyyliä, väriä, istuvuutta ja miellyttävää tuntuja materiaaleja.⁷⁵ Klassinen tyyli ja värit edesauttavat vaatteiden pitkäikäisyyttä, sillä ne näyttävät hyvältä, vaikka muoti muuttuu. Toisaalta kuluttaja saattaa kiintyä vaatteeseen juuri persoonallisen ja ainutlaatuisen tyylin ansiosta. Trendivaatteet jäävät usein vähälle käytölle, koska ne menevät nopeasti pois muodista.⁷⁶ Tärkein syy vaatteiden lyhytikäisyyteen on kuitenkin huono laatu⁷⁷. Colletin, Cluverin ja Chenin mukaan huonolaatuisista ja kuluneista vaatteista luopumiseen vaikuttavat ennen kaikkea kommunikatiiviset syyt. Kuluttajien mielestä kuluneet vaatteet ilmaisevat sitä, että vaatteiden käyttäjä ei tiedä omaa kokoaan, ei pidä huolta itsestään tai hänellä on epämiellyttäviä luonteenpiirteitä.⁷⁸

2.3 Vaatteiden käyttöänsä päättymisen

Vaatteen elinkaari koostuu viidestä päävaiheesta: suunnittelusta, tuotannosta, kuljetuksesta, käytöstä ja käyttöänsä päättymisestä. Käyttöön sisältyy vaatteeseen

⁷¹ Niinimäki 2012, 222

⁷² Niinimäki 2012, 229

⁷³ Niinimäki & Hassi 2011, 285–286

⁷⁴ Niinimäki 2010a, 161

⁷⁵ Niinimäki 2011, 83; Niinimäki 2012, 224; Niinimäki & Koskinen 2011, 254–255

⁷⁶ Niinimäki 2012, 227

⁷⁷ Niinimäki & Hassi 2011, 280–281

⁷⁸ Collet, Cluver & Chen 2013, 65

pukeutuminen, pesu, korjaus ja muokkaus. Käyttöiän päättymiseen sisältyy vaateen pois heittäminen, uudelleen käyttö sekä kierrätys.⁷⁹ Vaateen käyttöikä alkaa siitä, kun kuluttaja hankkii tai saa vaateen ja päättyy siihen, kun kuluttaja heittää vaateen pois. Gwiltin mukaan vaatteita heitetään pois monista eri syistä: ne voivat olla kuluneita tai epämuodikkaita tai ne eivät ole enää sopivia tai näytä hyvältä⁸⁰.

Kuluttajien pois heittämiä vaatteita käytetään uudelleen monin tavoin. Vaatteita voidaan lahjoittaa tutuille, myydä kirpputorilla tai lahjoittaa hyväntekeväisyysjärjestöille, jotka taas voivat myydä ne tai lähettää ne ulkomaille tai materiaalin kierrätykseen.⁸¹ Collet'n ym. tutkimuksessa haastateltavat mainitsivat edellisten vaihtoehtojen lisäksi vanhojen vaatteiden käytön naamiaisasuna⁸².

Evansin ja Cooperin mukaan moni kuluttaja myy käytettyjä tuotteitaan tai lahjoittaa niitä hyväntekeväisyysjärjestöille. Kuluttajat pitävät sitä parempana vaihtoehtona kuin käyttökelpoisten tuotteiden hävittämistä, mutta ovat myös riippuvaisia siitä, että muut ihmiset tarvitsevat ja käyttävät heidän jätteitään. Vaikka Evansin ja Cooperin haasteltavista moni oli myynyt tuotteita kirpputorilla tai lahjoittanut niitä kirpputorilla myytäväksi, vain harva oli itse ostanut tuotteita käytettynä.⁸³ Moni kuluttaja pitää käytettyjen tuotteiden myymistä ja lahjoittamista ihailtavana, mutta hankintaa vähemmän houkuttelevana. Vähävaraiset kuluttajat hankkivat kyllä tuotteita käytettynä edullisen hinnan vuoksi. Siitä huolimatta käytettyä tavaraa on tarjolla enemmän kuin sille on kysyntää.⁸⁴ Kuluttajat eivät usein tiedä, mitä hyväntekeväisyysjärjestöjen ylijäämälle tapahtuu⁸⁵.

⁷⁹ Gwilt 2014, 32

⁸⁰ Gwilt 2014, 138

⁸¹ Gwilt 2014, 140

⁸² Collet ym. 2013, 65

⁸³ Evans & Cooper 2010, 338

⁸⁴ Evans & Cooper 2010, 343

⁸⁵ Collet ym. 2013, 66

Niinimäen mukaan UFF sai lahjoituksina yli kahdeksan miljoonaa kiloa vanhoja vaatteita vuonna 2010. Määrä oli kasvanut 3,5 % edellisestä vuodesta.⁸⁶ Moilalan mukaan vuonna 2011 UFF sai jo yli 8,5 miljoonaa kiloa vaatteita. Vain kolmannes vaatteista menee UFF:n myymälöihin. Loput UFF myy tukkumyyntinä Baltian maihin. Osa UFF:lle lahjoitetuista vaatteista oli edelleen alkuperäispakkauksissa ja niissä oli kaupan laput yhä kiinni. Todennäköisesti UFF:lle lahjoitetut vaatteet, joissa oli kauppojen laput tallella, olivat tulleet kuluttajilta, eivätkä kaupoilta, sillä usein samoihin pakkauksiin oli laitettu mukaan muutakin vaatetta.⁸⁷

Vanhoja muodista menneitä vaatteita voi myös muodistaa. Niinimäen mukaan parhaiten muokattavaksi soveltuvat sellaiset vaatteet, jotka on valmistettu laadukkaista ja kestävästä materiaaleista⁸⁸. Mikäli vaatteet eivät sovellu sellaisenaan uudelleen käytettäväksi tai muodistettaviksi, niistä tulee jätettä. Hawleyn mukaan tekstiilijätettä päätyy kaatopaikoille, poltettavaksi ja kierrätettäväksi. Kierrätetyistä vaatteista valmistetaan mm. rättejä teollisuuden käyttöön, erilaisia pehmusteita ja eristeitä sekä uutta lankaa.⁸⁹

3 Suunniteltu vanheneminen

Brooks Stevensin alkuperäisen määritelmän mukaan suunniteltu vanheneminen tarkoittaa, että kuluttajiin iskostetaan halu hankkia jotakin hieman uudempaa, hieman parempaa, hieman aiemmin kuin on tarpeen⁹⁰. Bulow'n mukaan taas suunniteltu vanheneminen tarkoittaa, että kestotuotteiden valmistajat tuottavat epätäydellisen kilpailun markkinoilla tuotteita, joiden käyttöikä on epätaloudellisen lyhyt, jotta kuluttajien on ostettava useammin uusia tuotteita⁹¹. Suunniteltuun vanhenemiseen kuuluu siis sekä huonosti kulutusta kestävien tuotteiden valmistus että kuluttajiin

⁸⁶ Niinimäki 2011, 29

⁸⁷ Moilala 2013, 165

⁸⁸ Niinimäki 2010b, 206

⁸⁹ Hawley 2008, 212–213

⁹⁰ Adamson 2003, 4, viitattu lähteessä Burns 2010, 42

⁹¹ Bulow 1986, viitattu lähteessä Philip, Anian & Raja M. 2020, 4

vaikuttaminen esimerkiksi mainonnan kautta. Cooperin mukaan suunniteltua vanhenemista ilmenee monissa eri muodoissa. Yritykset saattavat esimerkiksi pyrkiä laskemaan hintoja leikkaamalla tuotantokuluista, vaikka se tarkoittaisi tuotteiden laadun huonontumista. Valmistajat hyödyntävät muodin muuttumista ja teknologian kehitystä kannustaakseen kuluttajia korvaamaan toimivia tuotteita uusilla. Lisäksi monet tuotteet, joita oli aiemmin saatavilla vain kestotuotteina, on korvattu kertakäyttöisillä vastineilla käytännöllisyydellä tai hygienialla perustellen.⁹² Yrityksille on kannattavaa valmistaa ja myydä lyhytikäisiä tuotteita, koska harva kuluttaja on valmis maksamaan tuotteista korkeampaa hintaa, vaikka se tarkoittaisi parempaa laatua. Lisäksi kestotuotteita valmistavat yritykset ovat riippuvaisia vanhojen tuotteiden korvaamiseen tähtäävistä hankinnoista, mikä saattaa kannustaa yrityksiä yrittämään saada asiakkaat korvaamaan toimivia tuotteita uusilla.⁹³

Suunnitellun vanhenemisen tapoja on useita ja niitä voi luokitella monin eri tavoin. Eri vanhenemisen tavat limittyvät toistensa kanssa. Cooper on luokitellut muut kuin tuotteen huonoon laatuun liittyvät suunnitellun vanhenemisen tavat seuraavasti: psykologinen vanheneminen, teknologinen vanheneminen ja taloudellinen vanheneminen. Syitä psykologiseen vanhenemiseen ovat tarpeiden ja trendien muutokset, sosiaalisen statuksen halu sekä markkinointi. Teknologinen vanheneminen taas johtuu uusista keksinnöistä, pienentyneistä ympäristövaikutuksista sekä tieto- tai viestintäkyvyn parantumisesta. Taloudelliseen vanhenemiseen johtaa hintaan nähden huono suoriutuvuus, arvon lasku, korjaamisen kalleus uuden tuotteen hintaan verrattuna sekä markkinoista johtuvat hintojen muutokset.⁹⁴ Burns jakaa Cooperin jaottelussa olevan psykologisen vanhenemisen kahteen osaan: esteettiseen ja sosiaaliseen vanhenemiseen⁹⁵. Esteettinen vanheneminen tarkoittaa kutakuinkin samaa kuin psykologinen vanheneminen. Sosiaalinen vanheneminen puolestaan johtuu siitä, että ihmiset lakkaavat tekemästä jotakin tai laki tai standardi kieltää tuotteen.⁹⁶

⁹² Cooper 2010b, 4

⁹³ Cooper 2010b, 22

⁹⁴ Cooper 2010b, 16

⁹⁵ Burns 2010, 45

⁹⁶ Burns 2010, 46–47

Cooperin mukaan on tärkeää erottaa toisistaan tuotteen rikkoutumisesta johtuva, absoluuttinen vanheneminen ja toimivan tuotteen käytöstä poistaminen, suhteellinen vanheneminen. Absoluuttisesta vanhenemisestä on kyse, kun tuote saavuttaa teknisen käyttöikänsä lopun, koska se on kulunut eikä kestä enää käyttöä. Tuotteen tekninen käyttöikä riippuu valmistuksessa käytetyistä materiaaleista, suunnittelun ja valmistuksen laadusta, huollon ja korjaamisen helppoudesta, käyttöolosuhteista sekä siitä, kuinka paljon ja kuinka huolellisesti tuotetta käytetään. Suhteellisesta vanhenemisestä on kyse, kun toimiva tuote poistetaan käytöstä.⁹⁷ Yleensä suunniteltua vanhenemistä koskevissa tutkimuksissa on keskitytty absoluuttiseen vanhenemiseen ja kuluttajat on esitetty suunnitellun vanhenemisen uhreina, vaikka kuluttajien vaikutus tuotteiden käyttöikiin on merkittävä⁹⁸.

Vaatteiden suunnitellulla vanhenemisellä on useita eri muotoja. Nopeasti muuttuvat trendit luovat kuluttajille uusia houkutuksia ja haluja ja siten ne myötävaikuttavat vaatteiden psykologiseen vanhenemiseen⁹⁹. Vaateteollisuus perustuukin todella nopeasti muuttuvaan muotiin ja kuluttajien jatkuvasti muuttuviin haluihin. Siksi se on hyvä esimerkki suunnitellusta vanhenemisestä.¹⁰⁰ Muotivaatteista tehdään usein huonolaatuisempia kuin parhaimmillaan pystyttäisiin. Erityisesti pikamuodissa huonosti valmistettu vaate saattaa kulua käytössä nopeasti ja saada kuluttajan korvaamaan sen uudella. Sekä huono laatu että muodin muuttuminen tekevät muotivaatteista tarkoituksellisen lyhytikäisiä.¹⁰¹ Joyn ym. mukaan pikamuotiteollisuus hyödyntää suunnitellun vanhenemisen käytäntöjä: käyttöiän ja korjausmahdollisuuksien rajoittamista, tyytyväisyyden vähenemiseen johtavaa estetiikkaa sekä ohimenevän muodin mukaista suunnittelua. Muoti, enemmän kuin mikään muu teollisuudenala maailmassa, pitää vanhenemistä ensisijaisena tavoitteenaan.¹⁰²

⁹⁷ Cooper 2010b, 16–17

⁹⁸ Evans & Cooper 2010, 320–321

⁹⁹ Niinimäki 2012, 216–217

¹⁰⁰ Niinimäki & Hassi 2011, 276

¹⁰¹ Collet ym. 2013, 61–62

¹⁰² Joy ym. 2012, 276

Taloudellisten syiden ja todella tiukan kilpailun vuoksi yrityksille ei ole kannattavaa valmistaa pitkäikäisiä tuotteita¹⁰³. Nykyinen taloudellinen ja teollinen järjestelmä perustuu tuotteiden nopeaan korvaamiseen.¹⁰⁴ Massatuotanto halpamaissa ja valmistajat, jotka korostavat vain tuotteen halpaa loppuhintaa, ovat johtaneet tuotteiden heikkoon laatuun. Huonon laadun ja halpojen hintojen seurauksena tuotteiden käyttöiät ovat lyhentyneet, ja yhä useammat tuotteet päätyvät kaatopaikoille yhä nopeammin.¹⁰⁵ Kuluttajat ovat alkaneet pitää vaatteita kertakäyttöisinä, koska niiden suhteellinen hinta on laskenut dramaattisesti viimeisen kolmen vuosikymmenen aikana¹⁰⁶. Toisaalta kuluttajien luoma paine alhaisempiin hintoihin vaikuttaa paitsi hintoihin myös tuotteiden laatuun, sillä halvalla valmistetut tuotteet on todennäköisemmin suunniteltu huonosti ja niissä on todennäköisemmin käytetty huonolaatuisia materiaaleja¹⁰⁷.

Kuluttajat vähintäänkin alistuvat suunniteltuun vanhenemiseen. Monet vielä toimivat tuotteet korvataan, jotta niiden omistajat voisivat hankkia uuden tuotteen uusimmalla tyylillä tai edistyneimmillä toiminnoilla¹⁰⁸. Kuluttajat eivät usein pidä korvaavan tuotteen todennäköistä käyttöikää tärkeänä valintakriteerinä. Monet kohtuullisen varakkaatkaan kuluttajat eivät ole halukkaita maksamaan korkeampaa hintaa laadukkaista tuotteista, joilla on mahdollisesti pitkä käyttöikä.¹⁰⁹ Käyttövaiheessa tuotteiden käyttöikä ja kulutuksenkesto riippuu ennen kaikkea omistajien halusta jatkaa niiden käyttöä ja taidosta huoltaa niitä¹¹⁰.

3.1 Suunnitellun vanhenemisen hyvät ja huonot puolet

Suunniteltu vanheneminen ei ole yksiselitteisen hyvä tai huono asia. Schwartzin ja Lakyn mukaan suunniteltu vanheneminen on vaarallista ympäristölle, mutta hyödyllistä

¹⁰³ Mont 2008, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 29

¹⁰⁴ Niinimäki 2011, 29

¹⁰⁵ Niinimäki 2012, 215

¹⁰⁶ Gill 2008, 172

¹⁰⁷ Mackenzie, Cooper & Garnett 2010, 298

¹⁰⁸ Campbell 1992; Cooper, 2004, viitattu lähteessä Cooper 2010b, 4

¹⁰⁹ Cooper 2010b, 4

¹¹⁰ Stahel 2010, 158–159

yhteiskunnalle. Kuluttajat kärsivät tuotteiden huonosta laadusta, mutta toisaalta hyötyvät edullisista hinnoista ja jatkuvasta tuotekehityksestä.¹¹¹

Suunnitellusta vanhenemisesta on haittaa ennen kaikkea ympäristölle. Käyttöikien pidentäminen hidastaisi raaka-aineiden ja energian kulutusta ja siten vähentäisi rajallisten luonnonvarojen käyttöä, päästöjä sekä kaatopaikalle päätyvän jätteen määrää.¹¹² Mahdollisimman pitkäikäisistä tuotteista voi kuitenkin olla myös haittaa ympäristölle esimerkiksi, jos parempi kulutuksenkesto saavutetaan kierrätettävyyden kustannuksella¹¹³.

Käyttöiän ja talouden välinen yhteys on tunnistettu jo pitkään¹¹⁴. Taloudellinen toiminta on historiallisesti perustunut lineaariseen malliin, jossa oletetaan, että maapallolla on rajattomasti raaka-aineita ja energiaa sekä ääretön kyky imeä saasteita ja jätettä. Tällaisia oletuksia ei ole tehty kiertotalousmallissa, joka edellyttää raaka-aineiden ja energian käytön minimointia optimoimalla tuotteen käyttöikä, käyttämällä uudelleen tai kunnostamalla tuotteita ja niiden komponentteja sekä kierrättämällä (muiden toimenpiteiden, kuten energiatehokkuuden lisäämisen ohella). Näiden "silmukoiden" käyttö kiertotaloudessa vähentää ympäristövaikutuksia hyödyntämällä resursseja entistä tehokkaammin.¹¹⁵ Kiertotalous on kestävä kehityksen edellytys, mutta se ei välttämättä riitä, jos kulutus pysyy korkeana tai jopa lisääntyy. Taloudellisesta toiminnasta voidaan tehdä kestävä hyödyntämällä kiertotalouden periaatteita ja täydentämällä niitä hitaalla kulutuksella.¹¹⁶

Cooperin mukaan kestävyuden saavuttaminen kulutusta rajoittamalla voi johtaa taloudellisen toiminnan hallitsemattomaan laskuun, joka olisi hyväksi ympäristölle, mutta voisi johtaa myös työttömyyteen ja muihin sosiaalisiin

¹¹¹ Schwartz & Laky 2008, 289

¹¹² Cooper 2010b, 19

¹¹³ Cooper 2010b, 20–21

¹¹⁴ Cooper 2010b, 11

¹¹⁵ Stahel & Reday-Mulvey 1981; Stahel & Jackson, 1993; Cooper 1994b; Stahel 2010, viitattu lähteessä Cooper 2010b, 12

¹¹⁶ Cooper 2010b, 13

epäoikeudenmukaisuuksiin.¹¹⁷ Toisaalta kiertotalouteen siirtyminen ja tuotteiden käyttöikien pidentäminen voisivat parantaa työllisyyttä, sillä korjaus- ja huoltotyöt vaativat paljon työvoimaa¹¹⁸. Mont on korjaus- ja huoltotöiden lisäämisessä samoilla linjoilla Cooperin kanssa. Hänen mukaansa valmistajat voisivat luoda uuden talouden, jossa palvelut ovat keskiössä perinteisen teollisen valmistuksen sijaan.¹¹⁹ Tuotteen käyttöiän pidentämiseen tähtäävät palvelut tarjoavat uusia suunnittelu- ja liiketoimintamahdollisuuksia. On mahdollista, että tulevaisuudessa suunnittelijan työkenttä on useammin palvelumuotoilun alalla kuin perinteisessä tuotesuunnittelussa, kunhan yhteiskunta pyrkii vähentämään jätevirtoja pidentämällä tuotteiden käyttöikä.¹²⁰

Suunnittelun vanhenemisen ja erityisesti pikamuodin hyvänä puolena voidaan pitää sitä, että niiden ansiosta myös vähävaraisilla kuluttajilla on varaa muotivaatteisiin sekä muihin hyödykkeisiin. Muotivaatteiden edullisuuden ansiosta pukeutumisesta ei voi päätellä ihmisen varallisuutta.¹²¹ Cooperin mukaan kestävä kehitys tuotteiden käyttöikä pidentämällä edellyttää Premium-osuuden kasvua markkinoilla. Vaikka tällainen suuntaus voi johtaa uusien tuotteiden kokonaismyynnin laskuun, yritysten pitäisi pystyä säilyttämään kannattavuutensa tarjoamalla "lisäarvoa", joka heijastuu korkeampiin hintoihin.¹²² Hintojen mahdollinen nousu käyttöikien pidentämisen myötä vaikuttaisi vähävaraisten kotitalouksien toimeentuloon. Käytettyjen tavaroiden markkinat ovat historiallisesti hyödyttäneet vähävaraisia kuluttajia ja lieventäneet toimivien tuotteiden hävittäjien syyllisyyttä. Cooperin mukaan mahdollisuutta, että useammat ihmiset pakotetaan ostamaan käytettyjä tuotteita, ei voida kuitenkaan hyväksyä. Lisäksi, jos tuotteet suunnitellaan kestävämmiksi ja säilytetään pidempään, vähemmän tavaroita heitetään pois ja käytettyjen tavaroiden hinnat voivat nousta. Jos tällainen tilanne syntyy, tarvitaan lisää valtion tukea vähävaraisten kuluttajien auttamiseksi.¹²³

¹¹⁷ Cooper 2010b, 13

¹¹⁸ Cooper 2010a, 219

¹¹⁹ Mont 2008, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 57

¹²⁰ Niinimäki 2011, 89

¹²¹ Philip ym. 2020, 2; Collet ym. 2013, 67

¹²² Cooper 2010b, 24

¹²³ Cooper 2010b, 26–27

3.2 Vaatteiden suhteellinen vanheneminen

Suhteellinen vanheneminen tarkoittaa sitä, että toimiva tuote poistetaan käytöstä.¹²⁴ Vaatteiden kohdalla suhteellinen vanheneminen on varsin yleistä. Nopeasti muuttuvat trendit luovat kuluttajille uusia houkutuksia ja haluja ja siten ne myötävaikuttavat vaatteiden vanhenemiseen¹²⁵. Vaateteollisuus perustuukin todella nopeasti muuttuvaan muotiin ja kuluttajien jatkuvasti muuttuviin haluihin.¹²⁶ Muoti, enemmän kuin mikään muu teollisuudenala maailmassa, pitää vanhenemistä ensisijaisena tavoitteenaan.¹²⁷

Psykologisessa ja esteettisessä vanhenemisessä on kyse suhteellisesta vanhenemisestä. Tuotteita, jotka liittyvät itsemme rakentamiseen ja identiteettiimme, arvioidaan jatkuvasti sekä esteettisin että sosiaalisin perustein. Lisäksi vartaloa lähellä käytettäviä tuotteita, kuten vaatteita, tarkastellaan edellä mainituin perustein muita tuotteita herkemmin.¹²⁸ Niinimäen mukaan tuotteiden symboliset merkitykset liittyvät psyykkiseen tyytyväisyyteen tunnereaktioiden kautta; esimerkiksi pukeutuminen ja muoti antavat kuluttajille mahdollisuuden saada sosiaalista hyväksyntää, kuulua tiettyihin ryhmiin ja emotionaalisia kauneuskokemuksia. Kun tuote ei enää tarjoa positiivista tunnereaktiota, esimerkiksi sen mentyä pois muodista, kuluttaja kokee sen vanhentuneen psykologisesti ja voi helposti korvata tuotteen uudella.¹²⁹ Kuluttajat kokevat tuotteiden psykologista vanhenemistä nopeasti muuttuvien trendien, sosiaalisen paineen tai omien muuttuvien tunnetarpeiden vuoksi¹³⁰. Burnsien mukaan esteettinen vanheneminen koostuu kahdesta osasta. Ensimmäinen liittyy tuotteen ulkonäköön ja kulumiseen. Tässä mielessä tuotteesta voi tulla esteettisesti epämiellyttävä, haalistunut, likainen ja kulunut. Toinen osa liittyy muotiin ja tyyliin, jotka liittyvät usein läheisesti toisiinsa. Muoti sisältää yleensä estetiikkaa tai tyyliä, joka määritelmän mukaan on

¹²⁴ Cooper 2010b, 16–17

¹²⁵ Niinimäki 2012, 216–217

¹²⁶ Niinimäki & Hassi 2011, 276

¹²⁷ Joy ym. 2012, 276

¹²⁸ Burns 2010, 45–47

¹²⁹ Niinimäki 2011, 36

¹³⁰ Niinimäki & Koskinen 2011, 257–258

ohimenevää: se, mikä on "muodissa", on väistämättä jonain päivänä "poissa muodista". Pitkää käyttöikää uhkaa se, että täysin toimiva tuote hylätään esteettisistä syistä muodin tai tyylin perusteella.¹³¹ Psykologinen ja esteettinen vanheneminen tarkoittavat siis lähestulkoon samaa asiaa.

Niinimäen mukaan uudet trendit ja muoti saavat tuotteet näyttämään epämuodikkailta. Kuluttajat etsivät aktiivisesti uutta ja samalla arvioivat ulkonäköään ja tuotevalikoimaa sosiaalisessa kontekstissa.¹³² Lokerin mukaan kuluttajat ovat tottuneet nopeasti muuttuviin tyyliin, väreihin ja kankaisiin sekä vakiintuneeseen tapaan käyttää erilaisia asuja viikon jokaisena päivänä ja enintään yhden tai kahden vuoden ajan¹³³. Kuluttajilla on loputtomasti mahdollisuuksia määritellä itsensä uudelleen¹³⁴. Chapman huomauttaa, että emme luo kestäväää suhdetta useimpien tuotteiden kanssa muuttuvien tarpeidemme vuoksi. Vaikka tuotteet pysyvät samoina, käyttäjän tarpeet ja identiteetti muuttuvat ajan myötä.¹³⁵ Niinimäen mukaan länsimaisilla kuluttajilla on yhä enemmän tavaraa, joka "toimii" sen aikaa, kun kuluttajat rakentavat omaa identiteettiään symbolisten merkityksien kautta. Siten kuluttajien ja tuotteiden välinen kiintymys ei ole yhtä syvää kuin ennen.¹³⁶

Chapmanin mukaan emotionaalisella kiintymyksellä on suora vaikutus esineiden pitkäikäisyyteen ja se motivoi käyttäjiä säilyttämään ne myös sen jälkeen, kun kyseinen esine on poistunut käytöstä tai se on korvattu¹³⁷. Niinimäen mukaan kokemukset muodostavat merkityksellisiä assosiaatioita ja kiintymystä esineisiin ajan kuluessa¹³⁸. Kuluttajille tärkeät vaatteet eivät aina ole kauniita. Turvallisuuden tunnetta tuovat ja emotionaalisesti tärkeät vaatteet on usein valmistettu ihoa vasten pehmeältä tuntuvasta materiaalista ja/tai niihin liittyy muistoja jostakusta tärkeästä henkilöstä. Vaatteista tulee kehon koti sekä tie muistoihin tai henkiseen tilaan: kodin tunteeseen. Merkitykselliset

¹³¹ Burns 2010, 45–46

¹³² Niinimäki 2011, 30

¹³³ Loker 2008, 118

¹³⁴ Joy ym. 2012, 282–283

¹³⁵ Chapman 2009, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 41

¹³⁶ Niinimäki 2011, 41

¹³⁷ Chapman 2010, 70

¹³⁸ Niinimäki 2011, 44

tavarat edustavat historiaa, menneitä tapahtumia ja muistoja, ja ne voivat olla muistutus jostakin tärkeästä tapahtumasta, paikasta tai henkilöstä. Esine kantaa muistoa kokemuksesta, mutta toimii myös lupauksena kokemuksen toistamisesta.¹³⁹

3.2.1 Muoti, trendit, vaatetus ja tyyli

Niinimäen ja Kaiserin mukaan muoti on symbolista tuotantoa. Käsitteenä se eroaa vaatetuksesta, joka on fyysisiin tarpeisiin liittyvää materiaalista tuotantoa. Muoti yhdistää meidät tunnetarpeisiimme; se ilmaisee sisäistä persoonallisuuttamme ulkoisilla merkeillä ja symboleilla, brändeillä ja statuskohteilla. Muoti mahdollistaa identiteetin rakentamisen, sosiaalisiin ryhmiin ja luokkaan kuulumisen sekä luovuuden. Muoti on myös dynaaminen sosiaalinen prosessi, joka luo kulttuurisia merkityksiä ja vuorovaikutusta.¹⁴⁰ Elizabeth Wilson kutsuu muodiksi ”vaatetusta, jossa keskeinen piirre on nopeat ja jatkuvat tyylin muutokset. Muoti . . . on muutos.”¹⁴¹ Moilalan mukaan muodin voi nähdä aaltona: Uuden muodin omaksuu ensin pieni joukko. Kun muoti leviää, aalto kasvaa. Tavoittaessaan eniten massaa muoti on laajimmillaan ja lopuksi se kuihtuu seuraavan aallon tieltä. Ollessaan muotia muoti on jo kuollut; kun suuri massa on omaksunut muodin, uranuurtajat ovat laittaneet liikkeelle jo uuden, ja massan juuri omaksuma muoti on auttamattomasti vanhaa.¹⁴² Moilalan mukaan vuonna 1997 Suomessa ensimmäisen liikkeensä avanneen H&M:n on sanottu tuoneen mukanaan trendien myymisen, sillä ennen Suomessa myytiin vain muoteja, jotka muuttuvat hitaammin kuin trendit.¹⁴³ Myös Niinimäen mukaan nykyinen tekstiili- ja vaatetusalan järjestelmä perustuu nopeisiin muotitrendeihin, joiden tavoitteena on tuottaa jatkuvasti uusia kuluttajien tarpeita ja tuotteita. Tuotteiden elinkaari lyhenee, ja yritykset haluavat korvata tuotteitaan kiihtyvällä vauhdilla.¹⁴⁴

¹³⁹ Niinimäki 2010b, 200–201

¹⁴⁰ Niinimäki 2009, 133; Kaiser 1990, viitattu lähteessä Niinimäki 2010a, 155

¹⁴¹ Wilson 2003, viitattu lähteessä Hawley 2008, 209

¹⁴² Moilala 2013, 20

¹⁴³ Moilala 2013, 64

¹⁴⁴ Niinimäki & Hassi 2011, 277

Hawleyn mukaan muotimarkkinoijat houkuttelevat kuluttajat ostamaan jotain uutta joka kausi.¹⁴⁵ Moilalan mukaan kuluttajilla on valta hyväksyä tai hylätä muoti ostamalla tai jättämällä vaatteet kauppaan.¹⁴⁶ Kuluttajat ostavat sitä, mitä on tarjolla, mutta toisaalta tarjolla pyrkii olemaan sellaista, mitä kuluttajat ostavat. Kuluttajat antavat joukolla joko siunauksensa tai kirouksensa, ja yritys oppii pieleen menneistä kokeiluistaan.¹⁴⁷

Niinimäen mukaan muoti ja trendit vaikuttavat kuluttajiin myös alitajuisesti. Niinimäki kysyi toteuttamassaan kyselyssä seikoista, jotka vaikuttavat voimakkaasti vaatteiden ostopäätökseen. Muotitrendien seuraamisen valitsi vain 19,5 % vastaajista. Vastaajilla oli kenties keskivertokuluttajaa vahvemmat eettiset arvot, mutta todennäköisesti kuluttajat eivät ymmärrä seuraavansa trendejä tai muotia.¹⁴⁸ Osa kuluttajista seuraa muotia ja osa taas vastustaa sitä. Evansin ja Cooperin tekemissä haastatteluissa kaksi haastateltavaa perusteli käyttöiän optimointia kulutusmyönteisyyden vastustamisella ja halulla välttää muodin, mainonnan ja muiden markkinoinnin muotojen vaikutusta. Toisaalta muutoksen kaipuu sai useita muita haastateltavia korvaamaan tuotteita, jotka eivät olleet rikki.¹⁴⁹

Muodista tai trendeistä poiketen tyyli voi olla syvästi henkilökohtainen. Luken mukaan tyyli tarkoittaa tapaa toimia tai olla, tai henkilökohtaista itseilmaisua. Kestävyys ja tyyli liittyvät tiiviisti yhteen, koska jokainen meistä tekee joka päivä henkilökohtaisia valintoja itseilmaisun suhteen.¹⁵⁰ Chapmanin mukaan kuluttajat kuluttavat tullakseen niiksi henkilöiksi, joita haluavat olla. Prosessi on jatkuvasti käynnissä, koska ideaali muuttuu koko ajan.¹⁵¹ Tyyli voi muodin muuttumisen myötä olla jatkuvassa muutoksessa, mutta toisaalta henkilökohtainen tyyli voi myös kestää aikaa. Moilala pohtii, pitäisikö tyyleistä ja muodeista välittää ollenkaan. Pukeutumisella on kuitenkin hänen mielestään hienoja esteettisiä arvoja. Tyyleillä leikittely on hyvä asia eikä sen

¹⁴⁵ Hawley 2008, 209

¹⁴⁶ Moilala 2013, 19

¹⁴⁷ Moilala 2013, 20–21

¹⁴⁸ Niinimäki 2009, 134

¹⁴⁹ Evans & Cooper 2010, 335–336

¹⁵⁰ Luke 2008, 88

¹⁵¹ Chapman 2010, 63

tarvitse tapahtua markkinahumussa ja tavaravirran muodossa. Jos on valinnut, ettei halua näyttäytyä edellisten muotien mukaisessa varustuksessa, vaihtoehdoksi jää ajattoman, klassisen tyylin vaaliminen. Se on joskus vaikeaa, jos saatavilla ei ole muita kuin trendien mukaisia vaatteita ja uusille olisi todellinen tarve. Onneksi nykyisin on monta tyyliä samaan aikaan, kierrätys on huudossa ja omaa persoonallista tyyliään voi ilmentää monin tavoin.¹⁵²

3.2.2 Muodin ekologiset ja eettiset ongelmat

Muotiteollisuuden tuotantoketju jakautuu seuraaviin vaiheisiin: suunnittelu, mallikappaleiden valmistus, valikointi, valmistus ja kuljetus. Suunnitteluun kuuluu konseptien kehittäminen, markkina- ja trenditutkimus, malliston suunnittelu sekä kankaiden ja tekstiiliprosessien hankinta ja valinta. Mallikappaleiden valmistukseen kuuluu kaavoitus ja prototyypin valmistus, mallikappaleiden valmistus, mallikappaleiden muutokset (pienet yritykset) sekä kustannusten laskeminen. Valikointiin kuuluu malliston muokkaaminen, mallikappaleiden muutokset (suuret yritykset) sekä mallikappaleiden esittely ostajille ja valitsijoille. Valmistukseen kuuluu valittujen vaatteiden valmistus (kotimaassa tai ulkomailla tuotannon laajuudesta riippuen). Kuljetukseen kuuluu vaatteiden toimitus jälleenmyyjälle.¹⁵³ Tekstiili- ja vaatetusteollisuus on yksi suurimmista globaaleista teollisuudenaloista, ja siitä aiheutuu yhä suurempia negatiivisia ympäristövaikutuksia tuotantoketjun ja vaateen elinkaaren jokaisessa vaiheessa: materiaalin viljelyssä, valmistusprosesseissa, kuljetuksessa sekä käytössä ja hävittämisessä. Tekstiili- ja vaatetusteollisuudessa valmistussyklit nopeutuvat, ja siten valmistus- ja kulutusmäärät kasvavat jatkuvasti ja samalla tuotteiden käyttöikä lyhenee. Länsimaiden kulutuksen räjähdysmäinen kasvu lisää teollisuusprosessien ympäristökuormitusta ja kasvattaa jätevirtoja.¹⁵⁴

¹⁵² Moilala 2013, 167–168

¹⁵³ Gwilt 2014, 12–13

¹⁵⁴ Niinimäki 2011, 16; Gwilt 2014, 14–15

Muotiteollisuudessa on viimeisen 20 vuoden aikana korostunut pikamuoti, joka on kustannustehokasta sekä noudattaa jatkuvasti muuttuvia trendejä ja ottaa mallia luksusmuodista. Suhteellinen vanheneminen on keskeistä pikamuodissa. Sen johdosta kuluttajat pitävät hyväkuntoisiakin vaatteitaan "käyttökelvottomina", koska ne eivät ole enää muotia. Lisäksi pikamuodissa uusimman trendin mukaisuus ja edulliset hinnat menevät tuotteen laadun edelle. Pikamuotiryitykset korostavat vaatteen rajallista käyttöikää erityisenä ominaisuutena. Pikamuotiin liittyy siis useita suunnitellun vanhenemisen tapoja. Monien vuosien ajan pikamuotia pidettiin loistavana konseptina, jonka ansiosta kuluttajat pysyivät tyylikkäänä ja yritykset toiminnassa. Pikamuoti on kuitenkin lopulta johtanut siihen, että muotiteollisuudesta on tullut maailman toiseksi suurin saastuttaja.¹⁵⁵ Euroopassa pikamuotiketjut ovat kasvaneet nopeammin kuin muotiteollisuus keskimäärin.¹⁵⁶

Koska tekstiilien kulutuksen kokonaismääräksi maailmanlaajuisesti arvioidaan yli 30 miljoonaa tonnia vuodessa, tekstiiliteollisuuden ympäristövaikutukset ovat huomattavat.¹⁵⁷ Tekstiiliteollisuus on 1990-luvun alusta lähtien ollut kiinnostunut ekotehokkuuden periaatteista pyrkiessään vähentämään ympäristökuormitustaan. Teknologinen kehitys on onnistunut vähentämään tekstiilien valmistuksen ympäristövaikutuksia, mutta toisaalta tuotantomäärien kasvu erittäin tehokkailla massavalmistusrakenteilla on kokonaisuutena lisännyt kulutusta alentuneen hintatason vuoksi.¹⁵⁸ Hintojen laskiessa tuottajien on säilytettävä kannattavuus lisäämällä myytyjen vaatekappaleiden määrää¹⁵⁹. Tekstiili- ja vaatetuotanto on kasvanut merkittävästi ja samalla siirtynyt länsimaista pääosin Aasian maihin alempien tuotantokustannusten tavoittelemiseksi.¹⁶⁰

Tekstiilien ja vaatteiden tuotannon ja kulutuksen ympäristövaikutuksiin kuuluu uusiutumattomien luonnonvarojen ehtyminen, ilman ja veden saastuminen,

¹⁵⁵ Philip ym. 2020, 1 & 11; Collet ym. 2013, 61 & 64; Joy ym. 2012, 273, 275 & 288

¹⁵⁶ Joy ym. 2012, 276

¹⁵⁷ Chen & Burns 2006, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 27

¹⁵⁸ Niinimäki 2011, 28

¹⁵⁹ Jackson & Shaw 2009, 146, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 28

¹⁶⁰ Niinimäki & Hassi 2011, 275

energiankulutus ja jätteen kertyminen.¹⁶¹ Tekstiilituotannon globaaleista vaikutuksista voidaan kertoa loppukäyttäjälle hiilijalanjäljellä ja vesijalanjäljellä. Hiilijalanjälki on arvioitu luku ihmisen toiminnan vaikutuksista ympäristöön. Siihen kuuluu kaikki kasvihuonekaasut. On myös mahdollista laskea yksittäisen tuotteen hiilijalanjälki, mikä antaa kuluttajalle mahdollisuuden vertailla eri tuotteita. Halvoissa massatuotetuissa vaatteissa puuvillan viljely ja logistiikka johtavat erittäin suureen jalanjälkeen. Vesijalanjälki taas on kuluttajan tai tuottajan sekä suoran että epäsuoran vedenkäytön indikaattori. Monet maat, varsinkin länsimaissa, ovat ulkoistaneet vesijalanjälkensä tuomalla vettä kuluttavia tuotteita muualta. Maailmanlaajuinen kansainvälinen kauppa tarkoittaa virtuaalisen veden kansainvälisiä virtoja. Esimerkiksi yhden puuvillapaidan vesijalanjälki on 2700 litraa.¹⁶²

Useat kankaanvalmistuksen vaiheet ovat ympäristön kannalta ongelmallisia. Kuidun tuotanto, värjäys, viimeistely ja muut märkäprosessit, kuivaus sekä kuljetus vaikuttavat ilman, veden ja maan laatuun. Koko tekstiilien valmistusprosessissa on vaiheita, jotka vaativat energiaa, tuottavat melua sekä usein lämpöä ja sivutuotteita.¹⁶³ Jokaisella kuidulla on omat heikkoutensa ympäristövaikutusten suhteen; niin myös yleisimmillä vaatekuiduilla puuvillalla ja polyesterillä. Luonnonkuituna puuvillaa luullaan helposti ympäristöystävälliseksi kuiduksi. Puuvillaa kuitenkin ruiskutetaan runsaasti niin hyönteismyrkyillä kuin torjunta-aineillakin. Puuvillan viljely vie 2,4 prosenttia maailman peltoalasta, mutta 24 prosenttia maailmanlaajuisesti maataloudessa käytetyistä hyönteismyrkyistä ja 11 prosenttia tuholaismyrkyistä¹⁶⁴. Kun puuvillasato on valmis korjattavaksi, matalalla lentävistä lentokoneista ruiskutetut lehtienpoistoaineet saavat puuvillakasvin lehdet putoamaan. Tämä vaihe vähentää merkittävästi roskien määrää ja puhdistustarvetta. Kemikaalien käyttö aiheuttaa kuitenkin ilman ja veden saastumista.¹⁶⁵ Puuvilla vaatii myös paljon vettä niin kasvatuksessa kuin kankaan valmistuksessakin. Puuvillan osuus maailman vedenkäytöstä on 2,6 prosenttia¹⁶⁶. Muodissa käytettävät

¹⁶¹ Collet ym. 2013, 62

¹⁶² Niinimäki 2009, 139

¹⁶³ Orzada & Moore 2008, 302

¹⁶⁴ Chapagain ym. 2005, 19, viitattu lähteessä Rissanen 2008, 185–186

¹⁶⁵ Orzada & Moore 2008, 303

¹⁶⁶ Chapagain ym. 2005, 31, viitattu lähteessä Rissanen 2008, 185–186

polyesterit on valmistettu rajallisesta raaka-aineesta, öljystä, ja niiden tuotannossa kuluu runsaasti energiaa¹⁶⁷. Polyesterissä käytetään myrkyllisiä lisäaineita, joskus myös tarpeettomasti¹⁶⁸. Kaatopaikalla polyesteri hajoaa hitaasti. Toisaalta polyesterin kestävyys voi olla etu, sillä polyesteripolymeeriä voidaan kierrättää lähes loputtomasti ilman, että kuidun laatu heikkenee.¹⁶⁹

Raakakuidun puhdistamiseen käytettävät kemikaalit voivat sisältää myrkyllisiä, syövyttäviä tai biologisesti modifioivia reagensseja. Tarve poistaa epäpuhtaudet jokaisesta tuotetusta kuidusta tekee puhdistamisesta kuitenkin väistämätöntä. Kuitujen puhdistamatta jättäminen johtaisi tuotteisiin, joita kuluttajat eivät hyväksyisi.¹⁷⁰ Orzadan ja Mooren mukaan suurimmat ympäristöongelmat tekstiilien käsittelyssä syntyvät värjäyksen ja viimeistelyn aikana. Nämä prosessit vaativat kemikaalien ja suurien vesimäärien käyttöä. Kuituihin imeytymätön ylimääräinen väriaine päätyy usein vesistöön. Valmistuksen ja viimeistelyn jäämiä löytyy myös teollisuuden jätevesistä. Lisäksi lämpö aiheuttaa orgaanisten yhdisteiden höyrystymistä viimeistelyissä. Orgaaniset yhdisteet kulkeutuvat kaasuina, ja niitä on kontrolloitava ilman saastumisen vähentämiseksi.¹⁷¹ Myös värjäys- ja painoprosessien aiheuttama saastuminen on suuri huolenaihe tekstiiliteollisuudessa. Suurin osa värjäämiseen käytetyistä yhdisteistä aiheuttaa syöpää tai on muutoin myrkyllistä.¹⁷² Puhdistetut kuidut täytyy kuivata, jotta ne voidaan valmistella seuraavaa tuotantovaihetta varten. Kuivauksessa kuluu runsaasti energiaa ja syntyy usein ilmaan tai veteen joutuvia epäpuhtauksia, kuten höyrystyneitä liuottimia, pieniä määriä hajonneita reagensseja sekä ylimääräistä pesuainetta ja sen sivutuotteita. Lisäksi kuivausprosessista syntyvää lämpöä on johdettava ympäristöön joko laitoksen sisällä tai ulkopuolella, mikä hukkaa lämpöenergiaa.¹⁷³ Lähes kaikki

¹⁶⁷ Allwood, Laursen ym. 2006, 13–14, viitattu lähteessä Rissanen 2008, 185–186; Orzada & Moore 2008, 303

¹⁶⁸ McDonough & Braungart 2002, 37–38, viitattu lähteessä Rissanen 2008, 185–186

¹⁶⁹ Rissanen 2008, 185–186

¹⁷⁰ Slater 2005, viitattu lähteessä Orzada & Moore 2008, 304

¹⁷¹ Orzada & Moore 2008, 305

¹⁷² Slater 2005, viitattu lähteessä Orzada & Moore 2008, 307

¹⁷³ Slater 2005, viitattu lähteessä Orzada & Moore 2008, 312–313

viimeistelyvaiheessa olevat kankaat on kuivattava vähintään kerran valmistuksen aikana¹⁷⁴.

Vaatetuotannon tehokkuuteen liittyy yleensä parhaaseen mahdolliseen hintaan saatavilla olevien materiaalien ja palveluiden hankinta, mikä vaatii usein yhteistyötä ulkomaisten toimittajien ja valmistajien kanssa. Vaikka tämä vaikuttaa taloudellisesti järkevältä, kuljetuksista syntyy negatiivisia ympäristövaikutuksia kuljetusvälineestä riippumatta. Liikennejärjestelmät käyttävät fossiilisia polttoaineita, mikä lisää ilman saastumista ja kasvihuonekaasujen vapautumista.¹⁷⁵

Gwiltin mukaan vaateollisuudessa tuhataan resursseja ja fossiilisia polttoaineita, sillä vaatteita valmistetaan usein enemmän kuin myydään. Tuotanto perustuu pitkälti ennakoituun myyntiin. Kauppiat ennakoivat vaatteiden kysynnän ja arvioivat sitten tarvittavat määrät, mikä johtaa usein ylituotantoon.¹⁷⁶ Myös Lokerin mukaan vaatteita valmistetaan enemmän kuin ihmiset tarvitsevat¹⁷⁷. Brändit myös tuhoavat ylijäämää pitääkseen kysyntää yllä ja säilyttääkseen arvonsa. Brändeillä on psykologista voimaa, ja tunnetulla tuotenimellä on korkea markkina-arvo. Jackson ja Shaw huomauttavat, että liian monet alennuksessa olevat tuotteet asettavat "normaalihinnan" kyseenalaiseksi ja kuluttajat tuntevat itsensä huijatuksi. Ilmiö on johtanut tilanteeseen, jossa varsinkin muotiyrietykset pyrkivät välttämään tuotteiden alennusta liian usein tai liian suurissa määrin ja ne mieluummin tuhoavat ylimääräisen tuotannon kuin myyvät sen alennettuun hintaan turvatakseen brändiarvonsa.¹⁷⁸ Moilalan mukaan kaupoissa myymättä jääneiden vaatteiden kohtalosta ei ole selvyyttä ja asiasta saa ristiriitaista tietoa. Jos myymättömät vaatteet eivät mene hyväntekeväisyyteen, on kyse talouden nurinkurisuudesta. Määrien ollessa suuria kaupat laittavat vaatteita todennäköisesti joka taholle, jotka suostuvat ne vastaanottamaan, kaatopaikat mukaan lukien.¹⁷⁹

¹⁷⁴ Orzada & Moore 2008, 312–313

¹⁷⁵ Gwilt 2014, 96

¹⁷⁶ Gwilt 2014, 108

¹⁷⁷ Loker 2008, 100

¹⁷⁸ Jackson & Shaw 2009, 133, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 49

¹⁷⁹ Moilala 2013, 164–165

Lyhytikäisten vaatteiden suosio kasvattaa jätteen määrää huomattavasti. Britanniassa vaate- ja tekstiilijätteen arvioidaan olevan nopeimmin kasvava jätevirta vuosina 2005–2010¹⁸⁰. Tilastokeskuksen mukaan Suomessa tekstiilijätettä syntyy melkein 17 kiloa asukasta kohden laskettuna. Tekstiilijäte päättyy Suomessa kaatopaikalle. Poistotekstiilin määrä on Suomessa vuosittain yhteensä ainakin 120 miljoonaa kiloa, ja tästä ajautuu kaatopaikoille 90 miljoonaa kiloa.¹⁸¹ Tekstiilien sijoittaminen kaatopaikalle on kuitenkin ongelmallista. Luonnonkuidut hajoavat, mutta niistä voi vapautua haitallisia kemikaaleja ja metaania. Synteettisten materiaalien hajoaminen voi kestää vuosisatoja. Jäte kangaskauppa on suuri teollisuuden ala, jonka tarkoitus on pitää jäte poissa kaatopaikalta. Kankaan kierrätys on kuitenkin vaikeaa.¹⁸² Kierrätyksessä materiaalin laatu heikkenee ajan myötä, samoin kuin tuotteen ja materiaalin arvo¹⁸³. Luonnonkuidusta kehrätyn langan laatu riippuu kuidun pituudesta. Kierrätysluonnonkuitu on yleensä lyhyempi kuin uusi kuitu, joten se ei sovellu kaikkiin käyttötarkoituksiin.¹⁸⁴ Tekstiileissä ja vaatteissa tämä tarkoittaa, että kierrätysmateriaalia käytetään pääasiassa erilaisina täytteinä¹⁸⁵.

Vaateteollisuuden suuruus ja valmistuksen nopeus aiheuttavat ongelmia paitsi ympäristölle, myös vaatteita valmistaville työntekijöille. Vaatteiden hintojen lasku on johtanut työvoiman väärinkäyttöön vaatetehtailla¹⁸⁶. Moilalan mukaan hintojen laskiessa rikkaiden länsimaiden päät saavat ketjuissa yhä enemmän painoarvoa. Tuotantoketjuissa vallan kasvu rikkaiden maiden päässä tarkoittaa sitä, että kehitysmaat eivät kehity niin nopeasti kuin ne kehittyisivät ilman vinoa ja koko ajan enemmän vinoutuvaa valta-asetelmaa.¹⁸⁷ Palkat pysyvät matalina ja työolot huonoina, kun valtiot kilpailevat keskenään tarjoamalla yrityksille helpotuksia¹⁸⁸. 12-tuntiset päivät ovat normaaleja monissa maissa, eivätkä 18-tuntiset työpäiväkään ole kovin harvinaisia. Työpäivät ovat

¹⁸⁰ Defra 2008, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 216

¹⁸¹ Moilala 2013, 165

¹⁸² Rissanen 2008, 186

¹⁸³ McDonough & Braungart 2002, viitattu lähteissä Niinimäki 2011, 30; Rissanen 2008, 186

¹⁸⁴ Rissanen 2008, 186

¹⁸⁵ Niinimäki 2011, 30

¹⁸⁶ Welters 2008, 26

¹⁸⁷ Moilala 2013, 58

¹⁸⁸ Moilala 2013, 67

pidentyneet kappalemäärään perustuneiden korvausten tultua tuntipalkkojen tilalle. Saman palkan eteen täytyy tehdä enemmän töitä ja palkat vaihtelevat erästä toiseen. Tehtaan saadessa vähän tilauksia työntekijät jäävät usein kokonaan ilman tuloja. Sesonkiipukkeinä taas työtä on monilla liikaa ja ylitöitä jatketaan myöhään yöhön. Ylitöiden pitäisi olla vapaaehtoisia, mutta usein ne ovat pakollisia.¹⁸⁹ Elämiseen riittävien palkkojen maksaminen nostaa jälleenmyyntihintaa 1–20 %. Mitä halvempi maa, sitä pienempi on tuotantokustannusten osuus. On tärkeää, että kuluttajat voisivat valita vaatteita, joista he voivat varmasti tietää, että niiden tekijälle on maksettu elämiseen riittävä palkka. Palkkojen korotus ei ole käytännössä yhtä helppoa, kuin miltä se vaikuttaa. Ompelijoiden palkat maksaa yleensä eri yritys kuin vaatteiden jälleenmyyjä. Jos jälleenmyyjä haluaa taata ompelijoille elämiseen riittävät palkat, sen kannattaa varmistaa, että rahat myös menevät perille.¹⁹⁰ Pikamuodin halvat hinnat ja lyhyet toimitusajat pahentavat eettisiä ongelmia. Kovasti tingityt hinnat pitävät työntekijät nälkäpalkoilla ja tiukat toimitusaikataulut tarkoittavat ylitöitä tai tilausten teettämistä alihankkijalla.¹⁹¹

Kun tekstiilien tuotanto on siirtynyt halvemman kustannustason maihin, ympäristövaikutukset ovat seuranneet perässä. Länsimaissa ja erityisesti EU:ssa ympäristölainsäädäntö on tiukkaa. Aasian maissa tilanne on kuitenkin aivan toinen. Kuluttamalla yhä enemmän massatuotettuja, halpoja tekstiilejä kuluttajat vaikuttavat ympäristöihin toisella puolella maailmaa.¹⁹² Moilalan mukaan kehitysmaissa jätevedet menevät yleensä suoraan luontoon. Bangladeshissa, Kiinassa ja muualla jokien väristä näkee, minkä väriset kankaat ovat olleet sinä päivänä tuotannossa. Jätevedenpuhdistamot eivät tyypillisesti selviä kuin murto-osasta alueen likavesistä. Osalla tehtaista on omat jätevedenpuhdistamot, mutta ne eivät välttämättä ole käytössä, koska niiden käyttö maksaa. Ympäristön pilaantuminen vaikuttaa pitkällä ja lyhyellä aikavälillä ihmisiin. Se

¹⁸⁹ Moilala 2013, 69

¹⁹⁰ Moilala 2013, 88–89

¹⁹¹ Moilala 2013, 125

¹⁹² Niinimäki 2009, 139

sairastuttaa ja vie elinkeinot kalastajilta ja maanviljelijöiltä. Pitkällä aikavälillä vaikutukset ovat tuhoisat saastumisen ja lajien sukupuuttojen vuoksi.¹⁹³

Niinimäen mukaan vaikuttavimpia tapoja muuttaa vaateteollisuutta ekologisempaan ja eettisempään suuntaan ovat lainsäädäntö ja määräykset, jotka vaikuttavat tuottajien vastuuseen. Myös yksittäisten kuluttajien kulutustottumuksilla on vaikutusta. Tärkeää ei ole vain se, kuinka paljon kuluttajat ostavat, vaan myös millaisia tuotteita he ostavat, miten ja kuinka kauan he käyttävät niitä sekä miten tuotteet hävitetään.¹⁹⁴ Moilala pohtii, voisiko muodista päättää siltä pohjalta, mitä eettisiä ongelmia valmistukseen liittyy. Hän esittää, että mustan värin käyttöä vähennettäisiin, koska sysimustan tekeminen vaatii paljon kemikaaleja, jotka imeytyvät värjääjien ihon läpi aiheuttaen jatkuvaa kipua. Lisäksi Moilala ehdottaa, että hiekkapuhaltamaton ja kuluttamaton denim löisi kunnolla läpi farkkumuotina, koska hiekkapuhaltajat sairastuvat tappavaan silikoosiin.¹⁹⁵ Näihin asioihin kuluttajien olisi helppo vaikuttaa välttämällä mustia vaatteita ja kulutettua farkkukangasta. Usein boikotit eivät kuitenkaan toimi ratkaisuna eettisiin ongelmiin. Jos boikotoi jotakin tuotetta eettisistä syistä kertomatta boikotin syistä yritykselle, yrityksen väki ei välttämättä koskaan saa tietää, mistä ostamatta jättäminen johtuu. Sellainen boikotointi ei tehoa. Boikotit lisäävät epävarmuutta työpaikoista ja sitä kautta työntekijöiden omien etujensa ajaminen vaikeutuu entisestään.¹⁹⁶ Tärkeintä on antaa yrityksille palautetta. Yksi asiakaspalaute lasketaan ainakin vähittäiskaupassa parin sadan kuluttajan toiveeksi, joten palautteen antaminen on yllättävän voimakas keino.¹⁹⁷

3.2.3 Kestävä muoti

Kuluneen vuosikymmenen aikana kestävyydellä ja eettisyydellä on alkanut olla väliä muodissa¹⁹⁸. Hethornin ja Ulasewiczin mukaan kestävä muoti tarjoaa mahdollisuuden

¹⁹³ Moilala 2013, 51–52

¹⁹⁴ Niinimäki 2011, 30

¹⁹⁵ Moilala 2013, 21

¹⁹⁶ Moilala 2013, 156

¹⁹⁷ Moilala 2013, 169

¹⁹⁸ Joy ym. 2012, 274

ajatella luovemmin nykyisiä kuitu- ja vaatetuotannon käytäntöjä ja tunnustaa, että se, mitä on luotu muodin nimissä, ei ole kunnossa ja sitä on muutettava. Kestävä kehitys tarkoittaa ratkaisujen etsimistä ja samalla terveiden talouksien ylläpitämistä ja sosiaalisten eriarvoisuuksien ratkaisemista. Muoti liittyy kaikkeen tähän. Ajatuksena on, että muodin luominen ja kuluttaminen käyttää resursseja, osa uusiutuvia ja osa ei. Meidän tulee käyttää resursseja omien tarpeidemme tyydyttämiseen ja samalla varmistaa, että myös tulevat sukupolvet pystyvät vastaamaan omiin tarpeisiinsa. Sitä "kestävyys" tarkoittaa.¹⁹⁹

Kestävä muoti on ristiriitainen ilmiö²⁰⁰. Kestävyys käsitteenä on tällä hetkellä muotialan ytimessä, vaikka muodin lähtökohta on, että edellä pysyäkseen on ostettava viimeisimmät trendit. Kestäväkin muoti ruokkii vaatteiden kulutusta ja jatkaa muotihuippujen kierrettä.²⁰¹ Hethornin ja Ulasewiczin mukaan kestävä prosessi on prosessi, jota voi jatkaa ikuisesti kuluttamatta resursseja tai saastuttamatta ympäristöä. Kestävää liiketoimintaa tai kestävää muotia ei ole vielä koskaan ollut eikä nykyäänkään ole. Eikä kenenkään pitäisi teeskennellä onnistuneensa siinä.²⁰² Moni vaatetusalan yritys syyllistyy markkinoinnissaan viherpesuun, eli vääristelee tai liioittelee yrityksen tai tuotteen ympäristöystävällisyyttä²⁰³. Kestävinä markkinoidut tuotteet on usein valmistettu kierrätysmateriaaleista. Kuluttajat ajattelevat kestävyyttä enimmäkseen materiaali- tai ympäristötasolla, vaikka muotiteollisuudessa on monia kestävästä kehitystä edistäviä mahdollisuuksia. Yhteys ympäristöön korostuu mainoskampanjoissa, ja ihmiset ovat aiempaa tietoisempia kierrätysmateriaaleista.²⁰⁴ Mainoskampanjoissa korostetaan harvemmin tuotteiden eettisyyttä. Eettisesti kestävä muoti tarkoittaa vaatteita, joiden valmistuksessa noudatetaan ihmisoikeuksia ja työntekijöiden oikeuksia koskevia vaatimuksia, esimerkiksi Kansainvälisen työjärjestön standardeja. Eettisessä kaupassa on kyse luottamuksesta siihen, että ostamiamme tuotteita ei ole valmistettu maailmanlaajuisten toimitusketjujen työntekijöiden kustannuksella. Siinä yritykset

¹⁹⁹ Hethorn & Ulasewicz 2008, XXI

²⁰⁰ Lewis 2008, 236

²⁰¹ Scott 2008, 386

²⁰² Hethorn & Ulasewicz 2008, IX

²⁰³ Gwilt 2014, 25

²⁰⁴ Hethorn & Ulasewicz 2008, XX

toimivat ongelmien tunnistamiseksi ja työolojen parantamiseksi kaikissa toimitusketjuissaan.²⁰⁵

Uudenlaiset vaatetusalan bisnesmallit ovat yksi mahdollisuus tehdä alasta kestävämpi. Gwiltin mukaan muotiteollisuuden tulisi ihannetapauksessa siirtyä pois mallista, joka nojaa pelkästään tuotteiden valmistukseen ja harkita toimintamallia, joka sisältää esimerkiksi tuote-palvelu-yhdistelmät, mukaan lukien vuokraus-, korjaus- ja muutospalvelut sekä käytettyjen tuotteiden vastaanottamisen²⁰⁶. Niinimäen mukaan tuote-palvelu-systeemit voivat hidastaa vaatteiden suhteellista vanhenemista erilaisten muokkauspalveluiden avulla²⁰⁷. Stahel näkee vuokrauspalvelut mahdollisuutena tuotteiden absoluuttisten käyttöikien jatkamiseen. Tavaroiden toimintojen tai suorituskyvyn myynti tavaroiden itsensä sijaan johtaa siihen, että tavaroista suunnitellaan ja tehdään pitkäikäisempiä.²⁰⁸

Kestävän muodin menestys riippuu lopulta kuluttajista. Länsimaiset kuluttajat ovat ympäristötietoisia ja eettisesti huolissaan, mutta tämä asenne ei johda kulutusvalintoihin, jotka suosivat eettisiä yrityksiä ja rankaisevat epäeettisiä yrityksiä²⁰⁹. Kuluttajat eivät halua tehdä eettisiä valintoja, jos se aiheuttaa heille haittaa korkeampien hintojen, laadun heikkenemisen tai epämukavuuden muodossa ostoksia tehdessä, vaikka he olisivat kiinnostuneita eettisestä kuluttamisesta.²¹⁰ Niinimäen mukaan ekologisuus voi kuluttajien näkökulmasta tuoda tuotteeseen lisäarvoa vain silloin, kun tuote on muutoin houkutteleva, jolloin ekologisuus antaa lopullisen syyn ostaa vaate²¹¹. Myös Joy ym. mukaan kuluttajat ovat valmiita ostamaan ekomuotia vain, jos vaatteet ovat tyylikkäitä.²¹² Lisäksi ainakin osa kuluttajista on sitä mieltä, että ekomuoti sopii kyllä arkipukeutumiseen, mutta ei juhlavampiin tilaisuuksiin²¹³.

²⁰⁵ Gwilt 2014, 99

²⁰⁶ Gwilt 2014, 7

²⁰⁷ Niinimäki 2011, 241

²⁰⁸ Stahel 2010, 167–168

²⁰⁹ Carrigan & Attala 2001, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 37–38

²¹⁰ Niinimäki 2011, 37–38

²¹¹ Niinimäki 2010a, 166–167

²¹² Joy ym. 2012, 285

²¹³ Joy ym. 2012, 288

3.3 Vaatteiden absoluuttinen vanheneminen

Cooperin mukaan absoluuttisessa vanhenemisessä on kyse siitä, että tuote saavuttaa teknisen käyttöikänsä lopun, koska se on kulunut eikä kestä enää käyttöä. Tuotteen tekninen käyttöikä riippuu valmistuksessa käytetyistä materiaaleista, suunnittelun ja valmistuksen laadusta, huollon ja korjaamisen helppoudesta, käyttöolosuhteista sekä siitä, kuinka paljon ja kuinka huolellisesti tuotetta käytetään.²¹⁴ Taloudellisen vanhenemisen käsite liittyy absoluuttisen vanhenemisen kanssa. Burnsian mukaan taloudellinen vanheneminen tarkoittaa sitä, että korjaus, huolto, uudelleenkäyttö tai päivitys on liian kallista, jotta valmistaja tai kuluttaja voisi perustella sen itselleen. Viime vuosina on valmistettu yhä enemmän tuotteita, joita on vaikea huoltaa, korjata tai päivittää valmistuskustannus- ja hintakilpailun vuoksi. Tuotteita saatetaan jopa markkinoida ”kertakäyttöisinä”, vaikka niiden edeltäjät eivät olleet sitä.²¹⁵

Collet’n ym. tutkimuksessa laatuun liittyvät syyt, kuten kutistuminen ja venyminen, reiät sekä haalistuminen saivat osallistujat lopettamaan haastatteluissa mukana olleiden pikamuotivaatteiden käyttämisen useammin kuin muodin muuttuminen. Collet’n ym. mukaan fyysinen kuluminen muuttaa esineiden symbolisia merkityksiä.²¹⁶ Vastaavasti Niinimäen tutkimuksessa kuluttajat pitivät merkityksellisimpinä vaatteita, joilla oli pitkä käyttöikä laadun, eli hyvien materiaalien ja hyvän muotoilun ansiosta. Usein mainitut materiaalit olivat laadukasta villaa ja nahkaa. Molemmat materiaalit vanhenevat kauniisti. Nahassa ikääntymisprosessi näkyy, mikä antaa tuotteelle tiettyä ajalliseen ulottuvuuteen liittyvää houkuttelevuutta. Laadukkaassa villassa vanheneminen ei näy yhtä selkeästi ja materiaali näyttää hyvältä vaikka sitä olisi käytetty vuosikymmeniä.²¹⁷ Jotkut materiaalit taas näyttävät vanhoilta jopa lyhyen käyttöajan jälkeen. Niinimäen kyselyssä vastaajat kommentoivat, että usein pesua vaativat vaatteet saattavat näyttää vanhoilta melko nopeasti, nopeammin kuin harvemmin pestävät vaatteet. Kysyttäessä

²¹⁴ Cooper 2010b, 16–17

²¹⁵ Burns 2010, 49–50

²¹⁶ Collet ym. 2013, 67

²¹⁷ Niinimäki 2010b, 203

materiaalista, josta vastaajien pitkäkestoiset vaatteet on valmistettu, 83 % vastaajista vastasi puuvilla, 68 % villa ja 40 % nahka. Polyesterin mainitsi vain 18 % vastaajista.²¹⁸

3.3.1 Vaatteiden laatu

Niinimäen kyselyssä vastaajat tarkoittivat vaatteiden laadulla kulutuksenkestoa, kestäviä materiaaleja ja hyvää valmistuslaatua. Kyselyn mukaan hyvä laatu oli merkittävin syy vaatteiden pitkäikäisyyteen.²¹⁹ Ophuis ja Trijp nostavat esiin koetun laadun, jossa laadun arviointi riippuu kuluttajan harkinnasta. Heidän mukaansa koettu laatu on tulosta neljästä tekijästä: havaintoprosessista, henkilöön liittyvistä tekijöistä, käyttökontekstista ja tuotteen suorituskyvystä. He myös jakavat laadun laatuvinkeihin ja laatuominaisuuksiin. Laatuvinikit ovat tuotteen ominaisuuksia, jotka voidaan havaita ilman todellista käyttöä tai kulutusta, kun taas laatuominaisuudet voidaan kokea vain käyttötilanteen kautta. Ophuis ja Trijp lisäävät edellä mainittuun sisäisiä ja ulkoisia tasoja, joissa sisäinen taso liittyy tuotteen fyysisiin ominaisuuksiin. Fyysisistä ominaisuuksista esimerkiksi lujuus tai paksuus ja tietyt materiaalit viittaavat kulutuksenkestoon.²²⁰ Myös ulkoiset ominaisuudet liittyvät tuotteeseen, mutta ne eivät ole fyysisesti osa sitä. Ulkoisiin ominaisuuksiin kuuluu esimerkiksi hinta, pakkaus, tuotemerkki tai myymälä ja alkuperämaa.²²¹

Tuotteiden laadun arviointi ostotilanteessa on vaikeaa. Cooperin ja Christerin mukaan kuluttajat saattavat pitää hintaa laadun (ja kulutuksenkeston) mittarina, vaikka hinnan ja laadun välinen suhde on epävarma. Joidenkin tuotteiden kohdalla korkeammat hinnat lisäävät toiminnallisuutta ja monimutkaisuutta sen sijaan, että ne liittyisivät materiaalin laatuun tai kestävyYTEEN. Samoin pakkausta käytetään usein vihjeenä laadusta, mutta sekään ei ole luotettava vihje tuotteen laadusta ja kulutuksenkestosta. Pitkäikäisiä tuotteita kaipaavat kuluttajat voivat myös suosia tuotemerkkejä ja kauppoja, joiden

²¹⁸ Niinimäki 2012, 227

²¹⁹ Niinimäki 2012, 226

²²⁰ Ophuis ja Trijp 1995, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 225; Cooper & Christer 2010, 276–277

²²¹ Ophuis ja Trijp 1995, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 225; Cooper & Christer 2010, 279

tuotteilla on hyvä maine ja joita pidetään laadukkaina. Merkkikään ei tosin ole täysin luotettava vihje tuotteiden laadusta ja tuotemerkin sisällä osa tuotteista on parempia kuin toiset. Kuluttajat voivat myös suosia tuotteita, jotka ovat peräisin maista, joilla on maine laadukkaasta suunnittelusta ja valmistuksesta, mutta sekään ei välttämättä tarjoa varmuutta, varsinkin jos tuotteiden valmistus on ulkoistettu.²²²

Vaatteiden osalta Niinimäen mukaan hinta on kuluttajille yksinkertainen tapa arvioida tuotetta. Vaikka hinta ei nykyään liity tuotteen laatuun niin selvästi kuin aiemmin, kuluttajat olettavat korkeampien hintojen tarkoittavan parempaa laatua.²²³ Moilalan mukaan ostotilanteessa on mahdotonta arvioida, kauanko vaate kestää. Kallis hinta ei takaa, että vaate kestäisi kulutusta ja olisi laadukas, mutta halpa on vielä epätodennäköisemmin laadukas.²²⁴ Edulliset vaatteet ovat usein huonosti valmistettuja, mikä tyypillisesti johtaa siihen, että vaatteet menettävät muotonsa ja muuttuvat huonosti istuviksi tai käyttökelvottomiksi. Syynä voi olla kankaan laatu, mutta edullisissa vaatteissa käytetyt saumat ovat yleensä hauraita, ja ne hajoavat usein pesun tai yleisen kulumisen aikana.²²⁵

Vaatteiden laatu ja kuluttajien tyytyväisyys niihin kulkevat käsi kädessä. Niinimäen kyselyssä 96,7 % vastaajista halusi vaatteiden olevan laadukkaita ja 98,4 % halusi vaatteiden olevan pitkäikäisiä²²⁶. Swanin ja Combsin mukaan kuluttajat pitävät vaatteiden laatua ja kulutuksenkestoa usein itsestäänselvyytenä, ja kun heiltä kysytään näistä asioista, heidän mielestään vaatteissa ulkonäkö on kulutuksenkestoa tärkeämpää²²⁷. Niinimäen mukaan vaatteen fyysisiä ominaisuuksia ja koettua laatua koskevat odotukset on täytettävä ennen kuin voidaan edetä kuluttajan emotionaaliseen reaktioon vaatteita kohtaan ja sen jälkeen syvään tyytyväisyyteen.²²⁸ Huono

²²² Cooper & Christer 2010, 279–280

²²³ Niinimäki 2011, 51

²²⁴ Moilala 2013, 166

²²⁵ Gwilt 2014, 87

²²⁶ Niinimäki 2009, 138

²²⁷ Swan ja Combs, 1976, viitattu lähteessä Niinimäki 2012, 223

²²⁸ Niinimäki 2012, 223

kulutuksenkesto ja huono laatu taas johtavat kuluttajien tyytymättömyyteen ja vaatteiden lyhytaikaiseen käyttöön²²⁹.

Niinimäen kyselyyn vastanneiden kuluttajien mukaan vaatteiden laatu on viime vuosikymmenten aikana huonontunut. Vastajaat pitivät 1950-, 1960- ja 1970-luvun vaatteita arvossa niiden laadukkaiden materiaalien ja ompelutekniikoiden ansiosta.²³⁰ Monet kuluttajat kokivat muutoksia vaatteiden istuvuudessa (esim. vaatteet rypistyivät tai venyivät sivuttain) tai värinkesto-ongelmia ensimmäisen pesun aikana. Jotkut vaatteet olivat hajonneet jo ennen ensimmäistä pesua tai sen aikana. Niinimäen mukaan huono kulutuksenkesto erityisesti pesun ja muun huollon yhteydessä näyttää olevan keskeistä kuluttajien tyytymättömyyden kannalta ja johtavan vaatteiden lyhytaikaiseen käyttöön.²³¹ Collet'n ym. tutkimuksessa taas useimmat haastateltavat katsoivat, että huono laatu on hyväksyttävää, jos vaate on edullinen²³².

3.3.2 Vaatteiden huolto ja korjaus

Vaatteiden huoltamiseen kuuluu pesu, kuivaus, silytys, tuuletus, tahrannoisto, säilytys ja korjaus. Oikein huollettuna vaatteet kestävät kauemmin käytössä, mutta huoltovirheet saattavat tehdä vaatteista käyttökeltottomia. Kankaiden monimutkainen koostumus ja niiden reagointi väärin lämpötiloihin tekee vaatteiden huoltamisesta vaikeampaa. Monissa maissa kuivausrumpua pidetään käytännöllisenä laitteena. Kuivausrummun käyttöön kuluvan energian määrän lisäksi kuluttajat eivät yleensä ajattele muita kielteisiä vaikutuksia, joita kuivausrummun käytöstä seuraa. Esimerkiksi kankaiden käyttöikä voi lyhentyä keinotekoisilla kuivausmenetelmillä. Lisäksi kuluttajat saattavat epähuomiossa kuivata vaatteita liian korkeissa lämpötiloissa, mikä voi johtaa vaatteiden kutistumiseen. Samoin voitaisiin väittää, että silittäminen voi lyhentää vaatteiden

²²⁹ Niinimäki & Koskinen 2011, 257

²³⁰ Niinimäki 2010b, 204

²³¹ Niinimäki 2012, 226

²³² Collet ym. 2013, 67

käyttöikä, sillä silitysraudat voidaan asettaa väärään lämpötilaan, höyrytoimintoja voidaan käyttää tarpeettomasti ja kangas voi vaurioitua väärinkäytöstä.²³³

Vaikka pesuohjemerkinnoilla voi olla tärkeä rooli vaatehuollon opettelussa, monet oppivat vaatehuollon rutiinit perheenjäseniltä. Äiti, isoäiti tai muu sukulainen voi esitellä pesukoneen käyttöä, neuvoa tahrannoistossa tai antaa vinkkejä herkkien kankaiden silittämiseen. Toiset oppivat pyykkäämään yrityksen ja erehdyksen kautta. Kuluttajat pesevät vaatteitaan, koska niitä pidetään "likaisina", mutta kuluttajat määrittävät likaisuuden keskenään eri tavoin. Osa kuluttajista saattaa pestä vaatteen yhden lyhyen käytön jälkeen, kun taas osa yhden tai kahden päivän käytön jälkeen. Pesutiheys voi myös vaihdella pestävän vaatetyypin mukaan. Urheilu- ja työvaatteita pidetään usein likaisimpina vaatteina, ja niitä pestään useammin ja korkeammassa lämpötilassa kuin muita vaatteita. Puseroiden ja muiden lyhyemmän aikaa käytettyjen vaatekappaleiden sanotaan usein kaipaavan "raikastamista". Gwiltin mukaan käyttäjät eivät välttämättä ajattele tai kenties tiedä, että vaatteen hoitovaatimukset määräytyvät yleensä materiaalin eikä lian määrän tai tyypin mukaan.²³⁴

Pyykkäystottumuksilla on vaikutusta paitsi vaatteisiin, myös ympäristöön. Vaatteiden pesussa käytetään kemiallisesti rikastettuja pesuaineita koneessa, joka kuluttaa paljon vettä ja energiaa. Prosessi myötävaikuttaa vesistöjen saastumiseen, polttaa fossiilisia polttoaineita ja synnyttää hiilidioksidipäästöjä.²³⁵ Quinnin mukaan kuluttajat käyttävät vaatehuoltoon enemmän energiaa ja vettä kuin valmistajat vaatteiden valmistukseen²³⁶. Vaatehuolto voi muodostaa jopa kaksi kolmasosaa koko elinkaaren energiankulutuksesta ja ympäristökuormasta²³⁷. Vaatteen suurimmat vaikutukset ympäristöön syntyvät erityisesti pesussa ja silyksessä²³⁸. Kuluttajat voisivat vähentää ympäristökuormaansa pesemällä alhaisemmissa lämpötiloissa, pesemällä harvemmin ja määrittelemällä "puhtauden" uudelleen, käyttämällä yhteisiä laitteita yhteisön pesuloissa sekä jättämällä

²³³ Gwilt 2014, 120

²³⁴ Gwilt 2014, 118–119

²³⁵ Gwilt 2014, 119

²³⁶ Quinn 2008, 374

²³⁷ Niinimäki 2012, 232–233

²³⁸ Loker 2008, 117; Niinimäki 2009, 137; Gwilt 2014, 16

silityksen väliin²³⁹. Vaikka vaatehuollon ympäristökuorma on suuri, hyvin huolletut vaatteet kestävät käytössä pidempään. Stahelin mukaan tuotteiden eliniän jatkaminen korjaamalla ja huoltamalla on energiatehokasta ja ekologista. Tuotteiden käyttöään jatkaminen on tapa käyttää ammattitaitoista ihmistyövoimaa, uusiutuvaa luonnonvaraa uusiutumattoman energian ja materiaalien sijaan ja siten edistää kestävä teollisuuden kehitystä.²⁴⁰

Muun huolellisen huollon ohella korjaaminen auttaa vaatteita pysymään pitkään käyttökelpoisina. Korjaamisessa tarkoituksena on vaurioituneen tai kuluneen vaateen palauttaminen hyvään kuntoon. Vaatteiden korjaamiseen on monia tekniikoita, muun muassa parsiminen, paikat ja applikaatiot, jotka kaikki voi jättää näkyviin tai piilottaa.²⁴¹ Gwiltin mukaan nykyään useimmat länsimaiset kuluttajat eivät korjaa kuluneita tai vaurioituneita vaatteitaan. Sitoutumisen puute voi johtua useista tekijöistä, kuten korjauksen hinnasta uusiin vaatteisiin verrattuna ja korjauspalvelujen saatavuudesta. Aiemmin vaatteita huollettiin ja korjattiin taloudellisista syistä, koska työvoima oli halpaa verrattuna materiaalien ja uusien vaatteiden hintaan. Historiallisesti korjattujen vaatteiden käyttäminen merkitsi taloudellisia vaikeuksia, joten näkyvästi korjattujen vaatteiden käyttäminen on ollut ja on ehkä edelleenkin sosiaalisesti paheksuttavaa. Vaatteiden korjaamisen suhteen yksi suurimmista haasteista onkin saada kuluttajat käyttämään korjattuja vaatteita, varsinkin jos korjaus näkyy.²⁴²

Kuluttajat voivat päätellä hoito-ohjeista, että tuote kestää pidempään, jos sitä käytetään ja huolletaan oikein. He eivät kuitenkaan välttämättä lue tai noudata ohjeita.²⁴³ Evansin ja Cooperin mukaan motivaatio käyttöään jatkamiseen ja tehdyt huoltotoimenpiteet eivät usein kohtaa. Kuluttajilla ei välttämättä ole mahdollisuuksia, tietoa tai taitoa huoltaa tuotteitaan hyvin, vaikka motivaatiota olisi. Toisaalta monet ihmiset, jotka eivät pyri jatkamaan tuotteiden käyttöikä, pitävät hyvää huolta tuotteistaan esimerkiksi

²³⁹ Loker 2008, 117

²⁴⁰ Stahel 2010, 161

²⁴¹ Gwilt 2014, 127

²⁴² Gwilt 2014, 126–127

²⁴³ Cooper & Christer 2010, 285–286

tottumuksesta tai estetiikkaa ylläpitääkseen.²⁴⁴ Niinimäen mukaan kuluttajan positiivinen tunne tuotetta kohtaan saa kuluttajan vaalimaan tuotetta ja pitämään siitä hyvää huolta.²⁴⁵ Lisäksi Niinimäen mukaan laadukkaista ja kalliista vaatteista pidetään parempaa huolta kuin halvoista²⁴⁶. Evans ja Cooper taas huomauttavat, että vähävaraiset kuluttajat suosivat yleensä halvimpia tuotteita ja silti huoltavat ja korjaavat niitä huolellisesti²⁴⁷.

Niinimäen mukaan helppo huolto on kuluttajille tärkeää vaatteissa. Kuluttajia kiinnostavat tuotteet, jotka ei tarvitse pestä usein tai jotka voidaan raikastaa tuulettamalla.²⁴⁸ 65,7 % Niinimäen kyselyyn vastanneista kuluttajista olisi valmiita muuttamaan vaatteiden huoltotottumuksiaan ympäristösyistä²⁴⁹. Kysyttäessä, kuinka moni olisi valmis alentamaan pesulämpötilaa, 76,6 % oli valmiita. Sen sijaan kysyttäessä, vaatiiko tekstiilien ja vaatteiden ylläpito jatkossa lisää työtä (esimerkiksi käsin pesu viileällä vedellä), 69,3 % oli eri mieltä. 50,8 % oli kuitenkin samaa mieltä, kun kysyttiin, voisiko tulevaisuuden tekstiilejä ja vaatteita pestä harvemmin ja voisivatko kuluttajat muuttaa hieman käsitystään puhtaudesta. Lisäksi kysyttäessä, olisiko kuluttaja itse valmis pesemään vaatteita harvemmin, 65,7 % oli valmis muuttamaan pesukäyttäytymistään.²⁵⁰

4 Metodit

Tämän tutkimuksen tavoitteena on kartoittaa kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttämisestä. Tässä luvussa avaan tavoitteiden saavuttamiseksi käyttämiäni metodeja. Tutkimuskysymyksenäni ovat 1. Millaisia kokemuksia kuluttajilla on vaatteiden käyttämisestä?, 2. Mistä syistä kuluttajat heittävät vaatteita pois? ja 3. Miten vaatteiden

²⁴⁴ Evans & Cooper 2010, 332 & 335

²⁴⁵ Niinimäki 2011, 58; Niinimäki 2010b, 211

²⁴⁶ Niinimäki 2009, 136–137

²⁴⁷ Evans & Cooper 2010, 339

²⁴⁸ Niinimäki 2012, 228

²⁴⁹ Niinimäki 2011, 78

²⁵⁰ Niinimäki 2009, 138

käyttöikää voisi pidentää? Tämä tutkimus on laadullinen tutkimus, jossa pyritään ymmärtämään kohteen laatua, ominaisuuksia ja merkityksiä kokonaisvaltaisesti. Laadullista tutkimusta voidaan toteuttaa erilaisilla menetelmillä. Laadullisen tutkimuksen menetelmien yhteisenä piirteenä korostuu muun muassa kohteen esiintymisympäristöön ja taustaan, kohteen tarkoitukseen ja merkitykseen, ilmaisuun ja kieleen liittyvät näkökulmat.²⁵¹ Laadullinen tutkimustapa on valittu tähän tutkimukseen siksi, että siinä kerätään tietoa esimerkiksi mielipiteistä ja näkökulmista. Se antaa mahdollisuuden tutkia käsiteltävää aihetta syvällisemmin, jotta voidaan saada selville ihmisten motivaatioita, ajattelutapoja ja asenteita. Analysoin kyselytutkimuksella keräämäni aineistoa aineistolähtöisesti. Aineistolähtöisyyden avainajatus on, että analyysiyksiköt eivät ole etukäteen sovittuja tai harkittuja. Aineistolähtöisessä analyysissä pyritään luomaan tutkimusaineistosta teoreettinen kokonaisuus. Siinä analyysiyksiköt valitaan aineistosta tutkimuksen tarkoituksen ja tehtävänasettelun mukaisesti.²⁵²

Tutustuin metodivaihtoehtoihin lukemalla aikaisempia tutkimuksia aihepiiriin liittyen. Lukemissani tutkimuksissa aineistonkeruumenetelmänä oli käytetty joko haastattelua, kyselyä tai molempia.²⁵³ Useimmissa lukemissani tutkimuksissa aineistonkeruumenetelmänä oli käytetty haastattelua. Collett ym. haastattelivat 13 opiskelijaa hyödyntäen puolistrukturoitua haastattelua. He pyysivät haastateltavia tuomaan mukanaan käytöstä poistamansa pikamuotivaatteen keskustelun virittämisen apuvälineeksi. Collett ym. haastattelivat opiskelijoita aineiston analyysin jälkeen toistamiseen varmistaakseen, että heidän tekemänsä tulkinnat olivat opiskelijoiden mielestä paikkansapitäviä.²⁵⁴ Joy ym. puolestaan keräsivät aineistonsa fenomenologisella haastattelulla, jossa he käyttivät haastateltavien valitsemia kuvia apuvälineinä. Haastateltavina heillä oli 33 nuorta aikuista.²⁵⁵ Uusimäki haastatteli pro gradu -tutkielmaansa varten neljää nuorta aikuista hyödyntäen puolistrukturoitua

²⁵¹ Jyväskylän yliopisto 2021

²⁵² Tuomi & Sarajärvi 2009, 95

²⁵³ Collett ym. 2013, Evans & Cooper 2010, Joy ym. 2012, Uusimäki 2019, Valkola 2018

²⁵⁴ Collett ym. 2013, 63

²⁵⁵ Joy ym. 2012, 278

teemahaastattelua.²⁵⁶ Evans ja Cooper taas keräsivät aineistonsa kahdessa vaiheessa: ensin kyselyllä ja sitten haastattelulla. Sekä kysely että haastattelu olivat puolistrukturoituja. He lähettivät kyselyn 3000 sattumanvaraiseen kotitalouteen Sheffieldissä. Evans ja Cooper haastattelivat 18 kyselyyn vastannutta ja jatkotutkimuksiin suostunutta henkilöä.²⁵⁷ Niinimäki käytti väitöskirjassaan aineistonkeruumenetelmänä Internet-kyselyä. Hän keräsi aineistonsa kolmella kyselyllä, joista kahdessa jälkimmäisessä oli samat kysymykset. Niinimäki jakoi ensimmäisen kyselyn linkin Metropolia-ammattikorkeakoulun ja Lapin yliopiston opiskelijoille sekä Taideyliopiston henkilökunnalle. Lisäksi kyselylinkki oli useilla muoti- ja kierrätysaiheisilla nettisivuilla.²⁵⁸ Toisen kyselyn jaossa Niinimäki hyödynsi lumipallo-otantaa. Hän jakoi kyselylinkin noin 30 sattumanvaraiselle henkilölle ja pyysi jakamaan linkkiä eteenpäin. Kolmannessa kyselyssä oli suomalaisia edustava 500 henkilön satunnaisotanta.²⁵⁹

Tässä tutkimuksessa käytän aineistonkeruumenetelmänä kyselyä. Kyselyllä on mahdollista saada runsaasti vastauksia lyhyessä ajassa. Haastattelulla taas saadaan vähemmän, mutta syvällisempiä vastauksia. Molemmissa tavoitteena on selvittää, mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii tietyllä tavalla²⁶⁰. Kyselyn etuna haastatteluun nähden on se, että samalla esivalmistelujen määrällä saa enemmän vastauksia. Avovastauksiin perustuva kysely voi jossain määrin korvata haastattelua, sillä avovastausten avulla voidaan kerätä vastaavaa aineistoa.²⁶¹ Haastattelujen järjestäminen on kyselyn laatimista työläämpää, sillä siihen kuuluu enemmän työvaiheita. Jos olisin haastatellut ihmisiä, minun olisi täytynyt kysymysten laatimisen jälkeen valita haastateltavat, sopia heidän kanssaan missä ja milloin haastattelut tapahtuisivat, haastatella heitä ja mahdollisesti matkustaa haastattelujen takia sekä äänittää ja litteroida haastattelut. Vasta useamman työvaiheen jälkeen olisin päässyt käsiksi aineiston analyysiin. Sen sijaan laatimalla kyselytutkimuksen sain vastausajan päätyttyä aineiston

²⁵⁶ Uusimäki 2019, 24–25

²⁵⁷ Evans & Cooper 2010, 325–326

²⁵⁸ Niinimäki 2011, 67

²⁵⁹ Niinimäki 2011, 69

²⁶⁰ Tuomi & Sarajärvi 2009, 72

²⁶¹ Ronkainen ym. 2008, 22–23

valmiina käyttämältäni Webropol-kyselyalustalta. Haastatteluilla ei välttämättä voi myöskään saavuttaa yhtä suurta vastaajamäärää kuin kyselytutkimuksella. Haastatteluun voisi palkata haastattelijoina kysymään kysymykset ja nauhoittamaan haastattelut puolestani²⁶². Haastattelijoiden palkkaaminen gradua varten tuntui kuitenkin liialliselta.

Valkola analysoi aineistonsa mixed methods -menetelmällä, jossa hyödynnetään sekä laadullisia että määrällisiä menetelmiä. Hän toteutti aineiston määrällisen analyysin pääasiassa Excel-taulukkolaskentaohjelmalla ja laadullisen analyysin Atlas.ti-ohjelmalla. Analyysimenetelmänä Valkola käytti teorialähtöistä sisällönanalyysia eli hän luokitteli aineistoa suoraan teoreettisen taustan mukaisten käsitteiden alle.²⁶³ Evans ja Cooper kertoivat toteuttaneensa kyselyaineistosta määrällisen analyysin ja haastatteluaineistosta laadullisen analyysin eivätkä eritelleet tarkemmin, mitä määrällisiä menetelmiä käyttivät. Käyttämistään laadullisista menetelmistä he kuitenkin mainitsivat temaattisen tunnistamisen ja kartoittamisen.²⁶⁴ Collett ym. toteuttivat haastatteluaineistostaan iteratiivisen data-analyysin, jossa laaditaan lista keskeisistä teemoista, data kategorisoidaan ja lopuksi kategorioiden väliset suhteet tunnistetaan²⁶⁵. Uusimäki käytti analyysimenetelmänä teorialähtöistä sisällönanalyysia. Haastatteluaineiston litteroinnin jälkeen hän luokitteli aineiston teoriataustasta nousseiden teemojen perusteella. Uusimäki eteni aineiston yleiskuvasta pienempiin yksityiskohtiin sekä tulkitsi merkityksiä vertailemalla aineistosta löytyneitä eroavaisuuksia.²⁶⁶ Niinimäki yhdisti kyselyaineistonsa analyysissa määrällisiä ja laadullisia analyysimenetelmiä. Hän analysoi mielipiteitä Likertin asteikolla mittaavat kysymykset ristiintaulukoimalla ja avoimet kysymykset aineistolähtöisellä sisällönanalyysilla.²⁶⁷

Tähän tutkimukseen keräämäni kyselyaineiston analysoimisessa käytin aineistolähtöistä sisällönanalyysia, koska se sopii hyvin laajankin kyselytutkimusaineiston analysoimiseen. Teorialähtöiseen sisällönanalyysiin verrattuna aineistolähtöinen

²⁶² Kawamura 2011, 65

²⁶³ Valkola 2018, 31 & 35

²⁶⁴ Evans & Cooper 2010, 324–326

²⁶⁵ Collett ym. 2013, 64

²⁶⁶ Uusimäki 2019, 28–29

²⁶⁷ Niinimäki 2011, 72

sisällönanalyysi on avoimempi aineistosta peräisin olevalle odottamattomallekin sisällölle, mikä oli eduksi ottaen huomioon, että vaatteiden suunniteltua vanhenemista on tutkittu vain vähän. Tuomen ja Sarajärven mukaan teorialähtöinen analyysi tukeutuu johonkin tiettyyn teoriaan, malliin tai auktoriteetin esittämään ajatteluun. Tutkimuksessa esitellään valittu malli ja tutkittava ilmiö sekä tutkimuksessa kiinnostavat käsitteet määritellään sen kautta. Aineistolähtöisessä analyysissä taas pyritään luomaan teoreettinen kokonaisuus tutkimusaineistosta. Analyysiyksiköt valitaan aineistosta tutkimuksen tavoitteen mukaisesti. Ajatus on, että analyysiyksiköt ja käsitteet eivät ole ennakkoon sovittuja tai harkittuja.²⁶⁸ Aineistolähtöinen sisällönanalyysi voidaan jakaa karkeasti kolmeen vaiheeseen: aineiston redusointiin eli pelkistämiseen, aineiston klusterointiin eli ryhmittelyyn ja abstrahointiin eli teoreettisten käsitteiden luomiseen.²⁶⁹

4.1 Tutkimusaineiston keruu

Keräsin aineiston Internet-kyselyllä, jonka linkin jaoin Facebookissa omalla sivullani ja Roskalava Rovaniemi -ryhmässä. Laadin kyselyn, joka sisälsi paljon avoimia kysymyksiä, yhden järjestyskysymyksen, yhden kuvakysymyksen ja yhden monivalintakysymyksen mahdollistaakseni laajat haastattelumaiset vastaukset. Avointen kysymysten vastauskentissä vastaajat pystyivät kertomaan asioita, joita en tullut ajatelleeksi kysyä.

Olellainen osa kyselyn laatimista oli muotoilla kysymykset mahdollisimman yksiselitteisesti. Jäsensin kyselyn rakenteen viitekehyskuvion pohjalta (ks. Kuvio 1). Kyselylomake sisälsi yhteensä 3 osiota, joissa oli jokaisessa 4–7 kysymystä. Kyselyn osiot olivat: Konkreettinen käyttöikä; Laatu, käyttö ja vaatehuolto sekä Muodin kierto. Selitin jokaisen osion alussa otsikon käsitteiden merkityksen omassa tutkimuksessani. Konkreettisella käyttöiällä tarkoitin sitä, miten kauan vaate kestää käytössä ennen kuin se menee rikki. Laadulla tarkoitin vaateen kykyä suoriutua sille tarkoitetuista tehtävistä

²⁶⁸ Tuomi & Sarajärvi 2009, 95–97

²⁶⁹ Tuomi & Sarajärvi 2009, 108–113

koko käyttöiän ajan. Vaatehuollolla tarkoitin pesemistä, tuulettamista ja korjaamista. Muodilla tarkoitin vaateesta koskevaa sosiaalista ilmiötä, jonka luonteeseen kuuluu jatkuva muutos.

Ennen varsinaisia kysymyksiä kysyin taustatietoja vastaajista. Kysyin vastaajien ikää ja sukupuolta, koska oletin niistä olevan hyötyä tutkimuksen tulosten yleistettävyyden arvioinnissa sekä tietojen mahdollistavan eri ryhmien vertailun keskenään. Kysyin ikää avoimella vastauskentällä, sillä ennalta ei voinut tietää, millaisiin ikäryhmiin vastaajat jakautuisivat eikä liioin, minkä ikäiset vastaisivat kyselyyn. Sukupuoleen laitoin valmiit vastausvaihtoehdot. Vaihtoehdot olivat nainen, mies, muu ja en halua kertoa. Pyrin ottamaan vaihtoehdoissa huomioon kaikkien sukupuolten edustajat.

Kyselyn ensimmäisessä osiossa kysyin viiden kysymyksen avulla vaatteiden konkreettiseen käyttöikään liittyviä kysymyksiä. Kysyin ensin mikä on vastaajan pitkäikäisin vaate, sen käyttöikä sekä pitkäikäisyyden arveltu syy. Toiseksi kysyin mitkä ovat nopeimmin hajoavia vaatteita, niiden käyttöikä sekä hajoamisen arveltu syy. Kysymysten avulla pyrin selvittämään, millaisia kokemuksia vastaajilla oli vaatteiden absoluuttisesta käyttöiästä sekä miten he kuvailivat pitkäikäisiä ja nopeasti hajoavia vaatteita. Kolmannessa kysymyksessä pyysin vastaajia laittamaan seuraavat vaatekappaleet järjestykseen käyttöiltään pitkäikäisimmästä lyhytikäisimpään: alushousut, rintaliivit, trikoopaita, joustamaton paita (esim. kauluspaita), neule, huppari, farkut tai muut joustamattomat housut, college-housut tai muut joustavat housut, juhlavaatteet, arkihameet ja -mekot, pyjama, ulkotakki, ulkohousut, sukkahousut tai pitkät kalsarit, sukat, käsineet sekä päähineet. Ohjeistin vastaajia jättämään luettelossa viimeisiksi vaatekappaleet, joita he eivät omista tai käytä, sekä mainitsemaan kysymyksen lopussa avoimessa vastauskentässä, mitkä ne ovat. Kysymyksen tarkoitus oli tuottaa pitkäikäisistä ja lyhytikäisistä vaatteista selkeä listaus, jonka pohjalta olisi mahdollista arvioida, mitä yhteistä pitkäikäisillä vaatteilla on keskenään sekä mitä yhteistä lyhytikäisillä vaatteilla on keskenään. Neljännessä ja viidennessä kysymyksessä kysyin vastaajien lempivaatteisiin liittyviä kysymyksiä. Pyysin heitä kuvailemaan vaatteita, jotka olivat jo rikkiäisiä, mutta joita he eivät raaskineet heittää pois sekä

halutessaan liittämään kyselylomakkeeseen kuvan pisimpään kestäneestä lempivaatteestaan. Kahden viimeisen kysymyksen kautta pyrin ymmärtämään, mikä teki vaatteista käyttäjilleen tärkeitä.

Kyselyn toisessa osiossa oli neljä kysymystä, jotka liittyivät vaatteiden laatuun, käyttöön ja huoltoon. Ensiksi kysyin, miten vastaajat tunnistivat laadukkaan vaatteen kaupassa. Kysymyksellä halusin selvittää, miten hyvin vastaajat tiesivät, mistä voi päätellä vaatteen olevan hyvä- tai huonolaatuinen. Toiseksi pyrin selvittämään vaatteen laadukkuuden merkitystä vastaajille kysymällä, miten tärkeää laatu oli vastaajille ostoksia tehdessä sekä miten laatu näkyi vaatetta käyttäessä. Kolmanneksi kysyin, miten vastaajat huolsivat vaatteitaan pitääkseen huolen siitä, että ne kestävät käytössä mahdollisimman pitkään. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka sitoutuneita vastaajat olivat pitämään huolta vaatteistaan sekä varmistamaan, että ne pysyisivät laadukkaina ja hyväkuntoisina jatkossakin.

Kolmannessa osiossa oli seitsemän muodin kiertoon liittyvää kysymystä. Osa kysymyksistä (5–7) ei liittynyt suoraan muotiin, vaan vastaajien elämässä tapahtuneisiin pukeutumiseen vaikuttaneisiin muutoksiin. Kysyin vastaajilta osion alussa, seurasivatko he muotia. Kysymyksen tarkoituksena oli toimia taustatietokysymyksenä osion muille kysymyksille. Ajattelin muodin seuraamisella tai seuraamattomuudella olevan vaikutusta viimeisten kysymysten vastauksiin. Kysymyksissä 2–4 pyrin selvittämään vaatteiden käyttöiän päättymisen syitä kysymällä, mistä syistä vastaajat poistivat käytöstä ehjiä vaatteita (jos poistivat), johtiko vastaajilla uusien vaatteiden ostaminen vanhojen pois heittämiseen sekä vaikuttiko vastaajien sosiaalinen ympäristö uusien vaatteiden ostamiseen tai vanhojen pois heittämiseen. Kysymykset viisi ja kuusi liittyivät vastaajien elämässä tapahtuneisiin muutoksiin. Kysyin vastaajilta, miten heidän tyylinsä oli muuttunut ajan myötä sekä oliko heidän kehonsa muuttunut siten, että vanhat vaatteet eivät enää sopineet. Tarkoituksena oli selvittää vaatteiden käyttöiän päättymisen syitä, mutta myös ymmärtää vastaajien elämässä tapahtuneita pukeutumiseen vaikuttaneita muutoksia. Seitsemäntenä kysymyksenä kysyin, mitä vastaajat tekivät jatkaakseen vaatteidensa käyttöikää. Laitoin kysymykseen valmiit vastausvaihtoehdot:

”Vien ehjät vaatteet kirpputorille tai annan ne itse jollekulle toiselle”, ”Korjaan rikkinäiset vaatteet”, ”Vien rikkinäiset vaatteet ompelijalle korjattavaksi”, ”Pesen vaatteet pesuohjeiden mukaisesti”, ”Muokkaan tyyliini sopimattomat tai muutoin epämieluisat vaatteet mieleisiksi”, ”En mitään” sekä ”Muuta, mitä?” Ohjeistin vastaajia valitsemaan yhdestä kolmeen sopivinta vaihtoehtoa. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, mitkä olivat vastaajille tutuimmat tavat huolehtia vaatteiden käyttöiän jatkumisesta. Kysymyksen avulla pyrin toisaalta myös kartoittamaan, kuinka paljon vastaajat panostivat vaatteiden käyttöiän jatkamiseen.

Testasin kyselylomaketta jakamalla kyselyn ensin muutamille kurssikavereille sekä yliopiston ulkopuolisille kavereille ja pyysin heiltä palautetta kysymyksistä. Pyysin heitä lisäksi kiinnittämään huomiota siihen, kuinka kauan heillä kesti vastata kyselyyn. Koevastaajien aika-arvioiden ansiosta pystyin kertomaan kyselyn saatekirjeessä, kauanko vastaamiseen oli syytä varata aikaa. Tein koekyselyn pohjalta pieniä muutoksia kyselylomakkeeseen. Muotoilin joitakin kysymyksiä selkeämmiksi ja korjasin kirjoitusvirheitä.

Toteutin kyselyn Webropol-kyselyalustalla ja jaoin sen linkkinä omalla Facebook-sivullani sekä Roskalava Rovaniemi -Facebook-ryhmässä. Valitsin alustaksi Webropolin, koska siellä on valittavissa monenlaisia kysymystyyppejä ja sieltä saa valmiita visuaalisia koosteita määrällisten kysymysten vastauksista. Jaoin kyselyn Facebookissa, koska siellä on monenikäisiä käyttäjiä ja se toimii verkkoselaimessa toisin kuin jotkut muut sosiaalisen median alustat. Mietin mahdollisena jakoalustana myös Instagramia, sillä sielläkin on monenikäisiä käyttäjiä. Instagram kuitenkin toimii verkkoselaimessa vain rajoitetusti, joten kyselyn jakaminen siellä olisi ollut vaikeampaa kuin Facebookissa. Jakoalustan verkkoselaimessa toimiminen oli tärkeää, koska kyselyyn vastaaminen ja etenkin pitkien vastausten kirjoittaminen avoimiin kysymyksiin oli helpompaa tietokoneen näytöllä kuin mobiililaitteen näytöllä.

Facebookissa pystyin ryhmien kautta tavoittamaan paremmin myös itselleni tuntemattomia vastaajia. Juuri siksi jaoin kyselyn Roskalava Rovaniemi -ryhmässä. En

ole kuitenkaan varma, vastasiko yksikään ryhmän jäsenistä kyselyyn. Kukaan ryhmässä ei tykännyt julkaisustani, kommentoinut sitä tai jakanut sitä eteenpäin, vaikka rohkaisin julkaisun nähneitä jakamaan sen saadakseni enemmän ja monipuolisemmin erilaisia vastaajia. Kenties jokin toinen Facebook-ryhmä olisi sopinut kyselyn jakamiseen paremmin tai sen olisi voinut jakaa monessa eri ryhmässä. Olisin voinut saada enemmän vastaajia jakamalla julkaisun uudestaan tai muistuttamalla kyselyyn vastaamisesta kommentoimalla alkuperäiseen julkaisuun. Jaoin kyselylinkin Roskalava Rovaniemi -ryhmän lisäksi omassa Facebook-profiilissani, koska ajattelin tuttujen todennäköisemmin vastaavan kyselyyn sekä jakavan sitä eteenpäin. 13 ihmistä jakoi linkin omille Facebook-kavereilleen. Kaikki linkin jakaneet olivat omia Facebook-kavereitani. Lisäksi 20 Facebook-kaveriani tykkäsi julkaisusta. Tuttujen tutut vaikuttivat olleen lähes yhtä sitoutuneita vastaajia kuin omat tuttuni. Ainakin Facebook-kaverieni jaot saivat tykkäyksiä ja kommentteja. Kommenteissa tuttujen tutut muun muassa kertoivat vastanneensa kyselyyn. Sain kyselyyn 62 vastausta, joista 61 vastattiin kaikkiin kysymyksiin. Yksi vastaajista vastasi vain taustatietokysymyksiin.

Jaoin julkaisussa kyselylinkin lisäksi saatekirjeen, jossa kerroin kyselyn olevan graduaineistoni keräämistä varten sekä kuvailin kyselyn sisältöä lyhyesti:

Oletko sinäkin kyllästynyt kestäättömiin vaatteisiin? Hajoavatko housut heti ensimmäisellä käyttökerralla? Tai oletko kenties löytänyt itsellesi vuosikausia kestävän lempivaatteen? Mikäli aihe kiinnostaa sinua edes aavistuksen, vastaathan linkkaamaani kyselyyn. Kyselyä saa ja on toivottavaa jakaa eteenpäin.

Opiskelen vaatetus suunnittelua Lapin yliopistossa. Tutkin pro gradu -tutkielmassani vaatteiden käyttöikä ja kerään oheisen kyselyn avulla tutkimusaineistoni. Minua kiinnostaa tietää, millaisia kokemuksia ihmisillä on vaatteiden kestosta. Kyselyyn vastataan nimettömästi eikä vastauksia säilytetä pidempään kuin tutkimuksen kannalta on tarpeen. Vastausaikaa on 31.12.2019 saakka. Valmis tutkielma tulee Lauda-palveluun, mistä sen voit halutessasi käydä lukemassa.

Kyselyssä on kolme osiota, joissa on yhteensä 16 kysymystä. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia. Kyselyn voi jättää kesken ja palata siihen myöhemmin.

Saatekirjeen tarkoituksena oli herättää mahdollisten vastaajien mielenkiinto, kannustaa vastaamaan kyselyyn ja jakamaan kyselylinkkiä eteenpäin sekä kertoa kyselyllä kerättävän aineiston käyttötarkoituksesta. Kysely oli avoinna kaksi viikkoa 17.-31.12.2019 välisenä aikana.

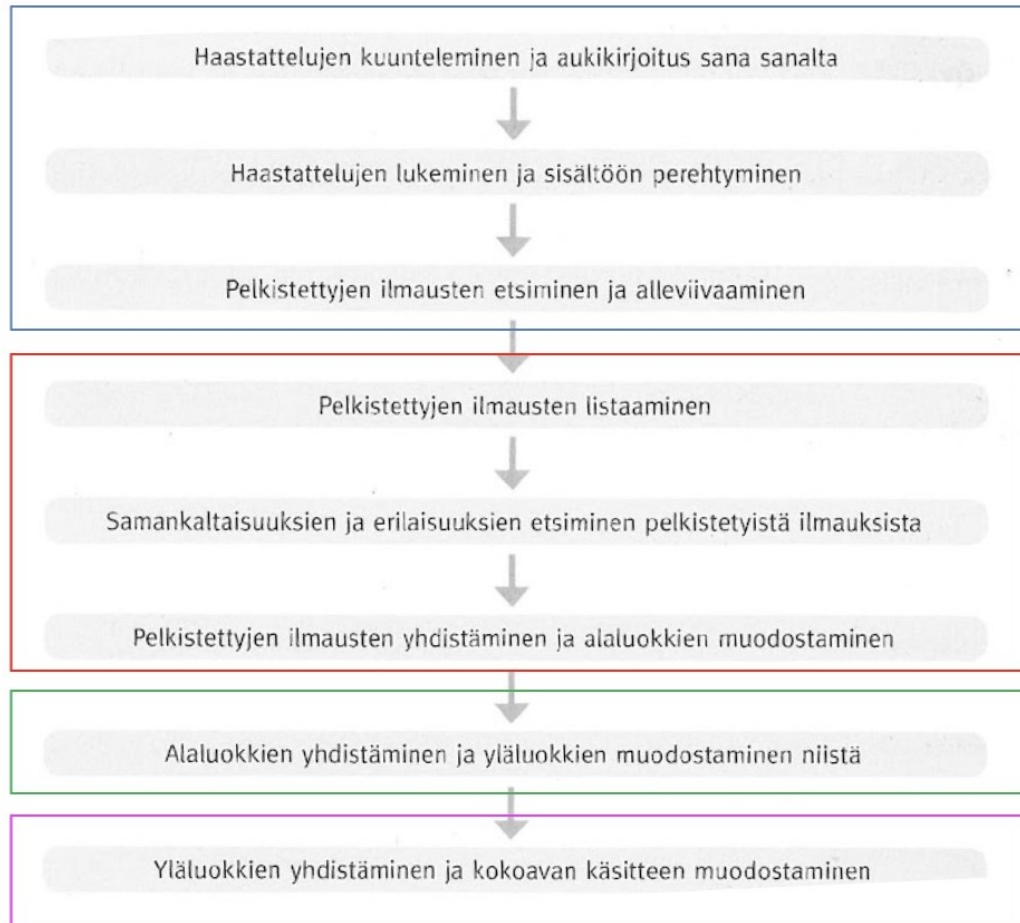
4.2 Tutkimusaineiston analyysi

Sovelsin analyysissa Tuomen ja Sarajärven kuviota aineistolähtöisen sisällönanalyysin etenemisestä²⁷⁰ (kuvio 2). Kyselyllä hankkimani aineisto oli jo valmiiksi kirjallisessa muodossa, joten minun ei tarvinnut kirjoittaa aineistoa auki, vaan siirryin suoraan aineiston lukemiseen. Analyysin ensimmäinen vaihe sisälsi seuraavat vaiheet. Pehdyin kyselyaineistoon lukemalla sen läpi kahdesti ennen kuin etsin ja alleviivasin tulostetusta aineistosta pelkistettyjä ilmauksia. Alleviivasin ilmauksia ensisijaisesti pitkistä ja kuvailevista vastauksista. Jätin pois yksisanaisia vastauksia ja vastauksia, joissa toistui aiempien vastausten sisältö täsmälleen samanlaisena. Alleviivasin pelkistetyt ilmaukset peruseräraportin jälkeen vastaajien sukupuolen ja iän mukaan jaotelluista raporteista.

Jätin analyysista pois kolmen kysymyksen vastaukset. Kahden kysymyksen asettelu oli epäonnistunut eivätkä vastaukset siksi olleet luotettavia. Kysymys, jossa pyysin numeroimaan vaatteet pitkäikäisimmistä lyhytikäisimpiin, oli huonosti laadittu vaatteiden ryhmittelyn osalta. Olin ryhmitellyt samaan kategoriaan mm. sukkahousut ja pitkät kalsarit, vaikka sukkahousut ovat yleensä pitkiä kalsareita lyhytikäisempiä. Lisäksi monien vaatteiden käyttöikä vaikutti vastauksissa todellista lyhyemmältä, koska olin pyytänyt jättämään numeroinnissa viimeisiksi vaatteet, joita vastaajat eivät käyttäneet. Toinen analysoimatta jättämäni kysymys oli monivalintakysymys, jossa vastaajat valitsivat vaihtoehdoista 1–3 tapaa, joilla he jatkavat vaatteidensa käyttöikä.

²⁷⁰ Tuomi & Sarajärvi 2009, 109

Jätin kysymyksen vastaukset analysoimatta, koska valintojen rajaaminen kolmeen väärästi tuloksia. Kolmantena jätin analysoimatta kysymyksen, jossa pyysin lähettämään kuvia pitkäikäisistä lempivaatteista. Syynä kysymyksen ja sen vastausten hylkäämiseen oli se, että aineisto oli tarpeeksi kattava ilman kuvia sekä se, että sain vastauksina vain viisi kuvaa.



Kuvio 2: Aineistolähtöisen sisällönanalyysin eteneminen (Mukaiillen Tuomi & Sarajärvi 2009, 109)

Analyysin seuraavat kolme vaihetta (pelkistettyjen ilmausten listaaminen, samankaltaisuuksien ja erilaisuuksien etsiminen pelkistetyistä ilmauksista ja pelkistettyjen ilmausten yhdistäminen ja alaluokkien muodostaminen) limittyivät analyysissäni. Listasin pelkistetyt ilmaukset Word-tiedostoon, josta on esimerkkinä

näyte liitteessä (Liite 2), ja johon olin luonut taulukon alaluokkien muodostamista varten (Taulukko 1). Etsin ilmauksista samankaltaisuuksia ja erilaisuuksia. Kirjoitin keskenään samankaltaiset ilmaukset samaan taulukon sarakkeeseen, jonka viereen kirjoitin alaluokalle antamani nimen. Osa ilmauksista kuului useampaan alaluokkaan ja osan ilmauksista jaoin kahteen tai useampaan osaan, sillä osat sopivat keskenään eri alaluokkiin. Luokittelin sukupuolen ja iän mukaan jaoteltujen raporttien pelkistetyt ilmaukset samoin kuin perusraportin ilmaukset.

Taulukko 1: Esimerkki 1: Alaluokat

<ul style="list-style-type: none"> - Tallikäytössä oleva takki 12 v - Geokätköilyä varten ostamani maastokengät - Sastan goretex-kuoritakki - Salomonin Vega-lenkkarit (kävelyyn/kevyeen vaellukseen) 	Ulkoilu- ja harrastusvaatteet pitkäikäisiä
---	--

Yhdistin alaluokat yläluokiksi samalla tavalla kuin pelkistetyt ilmaukset alaluokiksi eli kirjoitin ne Word-tiedostossa (Liite 3) olevaan taulukkoon. Jätin joitakin alaluokkia pois, koska ne eivät liittyneet tutkimuskysymyksiin. Nimesin keskenään samankaltaisista alaluokista muodostamani yläluokat taulukon oikeaan reunaan. Muodostettuani yläluokat perusraportin alaluokista muodostin yläluokat myös sukupuolen ja iän mukaan jaoteltujen raporttien alaluokista.

Taulukko 2: Esimerkki 2: Yläluokat

<ul style="list-style-type: none"> - Tyyli ei ole muuttunut merkittävästi - Oma tyyli tai maku löytynyt iän myötä - Ulkonäön merkitys vähentynyt ja mukavuuden merkitys kasvanut iän myötä - Tyyli on muuttunut aikuismaisemmaksi 	Oman tyylin löytyminen ja ulkonäön merkityksen väheneminen mahdollistavat pitkän käyttöiän
---	--

Yhdistin yläluokat pääluokiksi kirjoittamalla myös ne Word-tiedostossa (Liite 4) olevaan taulukkoon (Taulukko 3). Nimesin pääluokat taulukon oikeaan reunaan. Muodostin pääluokat vain perusraportista, sillä sukupuolen ja iän mukaan jaotelluissa raporteissa yläluokat olivat samat kuin siinä. Muodostin kokoavan käsitteen pääluokkien pohjalta (Taulukko 4).

Taulukko 3: Esimerkki 3: Pääluokat

<ul style="list-style-type: none"> - Muodin ja tyylin muuttumista kestävätkä vaatteet ovat usein pitkäikäisiä - Oman tyylin löytyminen ja ulkonäön merkityksen väheneminen mahdollistavat pitkän käyttöiän - Vaatteet, joilla on paljon tunnearvoa tai rahallista arvoa, ovat usein pitkäikäisiä - Monikäyttöisyys, käytännöllisyys ja käyttömukavuus mahdollistavat pitkän käyttöiän - Vartalon muutokseen mukautuminen mahdollistaa pitkän käyttöiän 	<p>Muutokseen mukautuminen</p>
---	--------------------------------

Taulukko 4: Yhdistävä luokka

<ul style="list-style-type: none"> - Valmistus - Muutokseen mukautuminen - Käyttö ja huolto - Käyttöiän arvioinnin vaikeus - Käyttöiän jatkaminen 	<p>Kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttöiästä</p>
--	--

5 Tulokset

Tutkin kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttöiästä, syitä vaatteiden pois heittämiseen sekä tapoja pidentää vaatteiden käyttöikä. Keräsin aineiston Internet-kyselyllä, jonka linkin jaoin Facebookissa omalla sivullani ja Roskalava Rovaniemi -ryhmässä. Kysely oli avoinna kaksi viikkoa 17.-31.12.2019 välisenä aikana. Kyselyyn vastasi 62 ihmistä, joista 61 vastasi kaikkiin kysymyksiin. Yksi vastaajista vastasi vain taustatietokysymyksiin. Vastaajien ikä vaihteli 18 ja 67 vuoden välillä. Jaoin ikäryhmät kymmenen vuoden välein. Eniten oli 18–27-vuotiaita ja 48–57-vuotiaita vastaajia. Vastaajista 74 % oli naisia ja 26 % miehiä. Vastausvaihtoehtoina oli lisäksi vaihtoehdot ”muu” ja ”en halua kertoa”, mutta yksikään vastaaja ei valinnut kyseisiä vaihtoehtoja. Kysyin ikää ja sukupuolta, koska halusin tietää liittyvätkö ne kuluttajien kokemuksiin vaatteiden käyttöiästä ja vaatteiden pois heittämisen syihin.

Analysoin aineiston aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä. Tein analyysin erikseen sukupuolen ja iän mukaan jaotelluille raporteille. Yhdistäessäni pelkistettyjä ilmauksia

alaluokiksi huomasin joitakin eroavaisuuksia ryhmien välillä, mutta yläluokissa eroavaisuuksia ei ollut.

Seuraavaksi kerron jokaisen tutkimuskysymyksen tuloksista erikseen. Tutkimuskysymyksetni ovat: 1. Millaisia kokemuksia kuluttajilla on vaatteiden käyttämisestä? 2. Mistä syistä kuluttajat heittävät vaatteita pois? 3. Miten vaatteiden käyttöä voisi pidentää?

5.1 Kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttämisestä

Kuluttajien kokemusten perusteella materiaali vaikuttaa ratkaisevasti vaateen käyttöön. Todella monessa vastauksessa mainittiin erilaisia materiaaleja syynä niin pitkään kuin lyhyeenkin käyttöön. Laadukkaina ja pitkäikäisinä materiaaleina vastaajat pitivät erityisesti villaa ja nahkaa sekä muita luonnonmateriaaleja. Huonolaatuisina ja lyhytikäisinä vastaajat taas pitivät viskoosia, akryyliä sekä yleisesti tekokuituja. Elastaania sisältävien vaatteiden, varsinkin joustavien farkkujen, nopea kuluminen nousi esiin etenkin naisten vastauksissa.

”Pidän laadukkaista luonnonmateriaaleista, Kashmir, angoravilla, silkki, laadukas puuvilla, pellava. Vältän mahdollisimman paljon tekokuituja, mutta esim. viskoosi on ok.”

Kokemus materiaalien laadusta on subjektiivista. Fleece, tekonahka ja viskoosi olivat osan mielestä laadukkaita ja osan mielestä taas ei. Lisäksi yksi vastaajista piti viskoosia huonolaatuisena, mutta niin mukavana, että sitä kannattaa käyttää huonosta laadusta huolimatta.

Laatu tarkoittaa vastaajille ennen kaikkea pitkäikäisyyttä ja kulutuksenkestoa. Vaatteiden käyttöä on kuitenkin vaikea arvioida ennalta. Vaatteiden laadusta ja pitkäikäisyydestä on joitakin vihjeitä, mutta ne eivät ole täysin luotettavia. Halvat

kaukana valmistetut vaatteet ovat todennäköisesti huonolaatuisia ja lyhytikäisiä, kalliit lähellä valmistetut vaatteet taas päinvastoin laadukkaita ja pitkäikäisiä. Lisäksi ompelujälki ja tuotemerkki toimivat vihjeenä vaateen käyttöiästä ostohetkellä.

”En (tunnista laadukkaita vaatteita) juuri mitenkään. Hinta ja merkki saattaa kertoa jotakin, mutta ei nekään oikein takaa mitään.”

Vaatteiden nopea kuluminen ja hajoaminen on pettymys etenkin naisille. Hyvältäkin vaikuttavat vaatteet saattavat mennä nopeasti huonoon kuntoon, mutta toisaalta halvat vaatteet saattavat kestää käytössä yllättävän kauan.

Erilaisiin muutoksiin mukautuminen mahdollistaa vaatteiden pitkäikäisyyden. Mm. vartalon, muodin, tyylin ja elämäntilanteen muutosten kesto auttaa vaatteita pysymään käytössä pitkään. Pitkän käyttöiän syinä vastaajat mainitsivat joustavan materiaalin tai väljän mallin, ajattoman tyylin sekä monikäyttöisyyden. Lisäksi käytännölliset ja mukavat helposti hoidettavat ja korjattavat vaatteet, joilla on paljon tunnearvoa tai rahallista arvoa, kestävät käytössä pitkään.

”Se on pitkähihainen, mutta koska se on väljä, sitä voi pitää myös lämpimällä säällä. Toisaalta se on kyllin lämmin, jotta se lämmittää, jos on viileää.”

5.2 Syyt vaatteiden pois heittämiseen

Kuluminen on yleinen syy vaatteiden pois heittämiseen. Vaatteet kuluvat käytössä ja pesussa. Runsaan pesun lisäksi väärin peseminen ja muu huolimaton vaatehuolto voi kuluttaa vaatteita. Huolimattoman vaatehuollon tai huonon materiaalin vuoksi epäsiisteiksi menneet vaatteet eivät välttämättä sovellu enää käytettäväksi, vaikka olisivat ehjiä.

”Jos vaate on kovin nuhrainen ja nyppyyntynyt, se ei enää jää käyttöön, vaikka olisi periaatteessa ehjä.”

Myös epämukavat tai epäkäytännölliset vaatteet heitetään usein pois, vaikka ne olisivat ehjiä. Tällaisia ovat erityisesti virheostokset ja lahjat. Niin omaksi kuin muillekin vaatteita hankkiessa olisi syytä miettiä, ovatko ne mieluisia ja käytännöllisiä sekä sopivatko ne yhteen muiden vaatteiden kanssa. Etenkin lahjaksi saatujen vaatteiden kohdalla ongelmana voi olla myös väärä koko, sillä varsinkin liian pienet vaatteet kuluvat nopeasti.

”Tyyli ei sovikaan, tai koko on väärä (esim. paita tai neule liian lyhyt)”

Muodin ja tyylin sekä vaatetarpeiden muuttumisen myötä vaatteita saatetaan heittää pois ja hankkia uusia tilalle. Erityisesti työpaikan vaihtuminen vaikuttaa tyylin ja vaatetarpeiden muuttumiseen. Monet vastaajista kertoivat, että uuden työpaikan vuoksi on tarvinnut muuttaa pukeutumista virallisempaan tai asiallisempaan suuntaan. Lisäksi yhden vastaajan uusi työpaikka päiväkodissa edellyttää lasten kanssa ulkoiluun sopivia vaatteita. Suurimmalla osalla vastaajista tyyli oli muuttunut tavalla tai toisella omien mieltymysten muuttumisen tai ikääntymisen myötä. Moni vastaajista kertoi oman tyylin löytyneen sekä ulkonäön merkityksen vähentyneen iän myötä. Oma tyyli ja mukavuuden priorisointi pukeutumisessa vähentävät muodin vaikutusta pukeutumiseen ja siten mahdollistavat vaatteiden pitkän käyttöiän.

”Olen rohkeentunut käyttämään erilaisia vaatteita, eikä tyylini ole enää niin riippuvainen kustakin meneillään olevasta ”muotivillityksestä”. Olen löytänyt lähemmäs omaa tyyliäni, joten tyyli ei ole muuttunut paljoa muutamaan vuoteen.”

Vaikka tyyli tai vaatetarpeet eivät muuttuisi, kehon muutokset saattavat tehdä ehjistä vaatteista omistajalleen käyttökeltottomia. Suurin osa vastaajista kertoi lihoneensa, minkä vuoksi erityisesti tyköistuvat vaatteet ovat jääneet pieniksi. Vastauksissa

vähemmän huomiota saanut, mutta varmasti vähintään yhtä yleinen vartalon muutos on kasvaminen ja ikääntyminen.

”Kyllä. Olen kasvanut ja kehittynyt esimerkiksi yläkouluajoilta, joten sieltä asti on ollut hankala säilyttää osaa vaatteista, vaikka olisivatkin olleet kestäviä.”

5.3 Vaatteiden käyttöiän pidentäminen

Yksi tapa pidentää vaatteiden käyttöikää on harkita vaatehankintoja huolella ja välttää virheostosten tekemistä. Kuitenkin vaikka vaatteiden hankintaa olisi harkittu pitkään ja ne olisivat hyviä käytössä, yleensä ennemmin tai myöhemmin vaatemaku ja kehon koko tai muoto muuttuvat siten, että vaate jää omistajalleen tarpeettomaksi. Ehjänä käytöstä poistuvien vaatteiden käyttöikää voi jatkaa lahjoittamalla ne tutuille tai kirpputoreille tai myymällä ne itse eteenpäin. Käytettyjen vaatteiden lahjoittamisen ja myymisen lisäksi vaatteiden hankinta käytettynä antaa käytöstä poistuneille vaatteille pidemmän käyttöiän.

”Sellaisia, joita en käytä lahjoitan, vien kirpparille ja myyn second hand -kauppaan.”

Huolellinen vaatehuolto sekä korjaus pidentävät vaatteiden absoluuttista käyttöikää. Helppohoitoiset ja korjattavissa olevat vaatteet kestävätkin käytössä pitkään. Vaatehuoltotoimenpiteistä vastaajat kertoivat eniten vaatteiden pesusta. Useat vastaajat kertoivat pesevänsä vaatteet ohjeiden mukaan sekä pesevänsä ne vain tarvittaessa, jotta ne eivät menisi pilalle tai turhaan kuluisi pesussa. Usein pesun sijaan tuuletus tai paikallinen tahranpoisto riittää.

”Vältän pesemästä arkoja tekstiilejä, vaan pesemisen sijaan tuuletan niitä, jos ne eivät ole tahraisia. Vältän myös turhia pesukertoja, vaan pesen vaatteet vain silloin, kun ne aidosti pesua kaipaavat.”

Lisäksi osa vastaajista kertoi kiinnittävänsä huomiota vaatteiden säilytykseen sekä korjaavansa vaatteita tarvittaessa. Muusta vaatehuollosta nousi yksittäisissä vastauksissa esiin nypynpoisto ja nahan käsittely nahanhoitoaineella. Huolellinen säilytys ilmavasti viikattuna tai henkarissa vähentää vaatteiden kulumista ja likaantumista. Jos kuitenkin korjattavaa tulee, usein korjaustoimenpiteet on helppo tehdä itse tai vaihtoehtoisesti viedä vaate ammattilaisen korjattavaksi, jos omat taidot eivät riitä tai ei omista tarvittavia työvälineitä.

”Käytössä on myös ompelukone ja korjausompelu sujuu vaivattomasti. Kuten mainitsin leggingsien hajoamisen, niin mm. ompelen tarvittaessa uudet lahkeen saumat reikiintyneen vanhan viereen, jolla saan pidennettyä käyttöikä.”

Epäsiistien ja rikkinäisten vaatteiden käyttöikä on mahdollista pidentää käyttämällä niitä epäsiisteydestä ja rikkinäisyydestä huolimatta. Suuri osa vastaajista käyttää kuluneita ja rikkinäisiä vaatteita etenkin kotivaatteina, yövaatteina, urheillessa ja likaisissa ulkotöissä. Muutama vastaaja kertoi kuluneiden vaatteiden olevan niin mukavia, että niistä ei haluta luopua. Kuluneiden vaatteiden loppuun käytön mahdollistamisen lisäksi kotivaatteiden käyttö vähentää arkivaatteiden kulumista ja pidentää siten niiden käyttöikä.

”Villapaitaa parsin ja paikkaan niin kauan kuin jotenkin pysyy kasassa; on nykyisin lähinnä kotikäytössä. Hieman rikkinäiset asusteet siirrän ”remonttikäyttöön” eli likaisempiin hommiin.”

Osa vastaajista kertoi myös käyttävänsä vaatteita jossakin muussa muodossa, kun niiden käyttöikä on päättynyt rikkoutumiseen. Yksi vastaaja käyttää vanhoja vaatteita uusien materiaalina ja ompelee niistä esimerkiksi lastenvaatteita ja alushousuja. Muutama vastaaja kertoi käyttävänsä rikkoutuneita vaatteita rätteinä.

”Rikkinäiset sukat, pikkupöksyt ja t-paidat hyödynnän esim. pyörien putsauksessa.”

5.4 Johtopäätökset

Tutkimustehtävänäni oli selvittää, millaisia kokemuksia kuluttajilla on vaatteiden käyttämisestä. Ymmärtääkseni kuluttajien kokemuksia paremmin etsin vastauksia myös siihen, mistä syistä kuluttajat heittävät vaatteita pois ja siihen, miten vaatteiden käyttöikää voisi pidentää. Toteuttamallani Internet-kyselyllä sain hyvin vastauksia kysymyksiini, vaikka en kysynyt niitä kyselyssä suoraan.

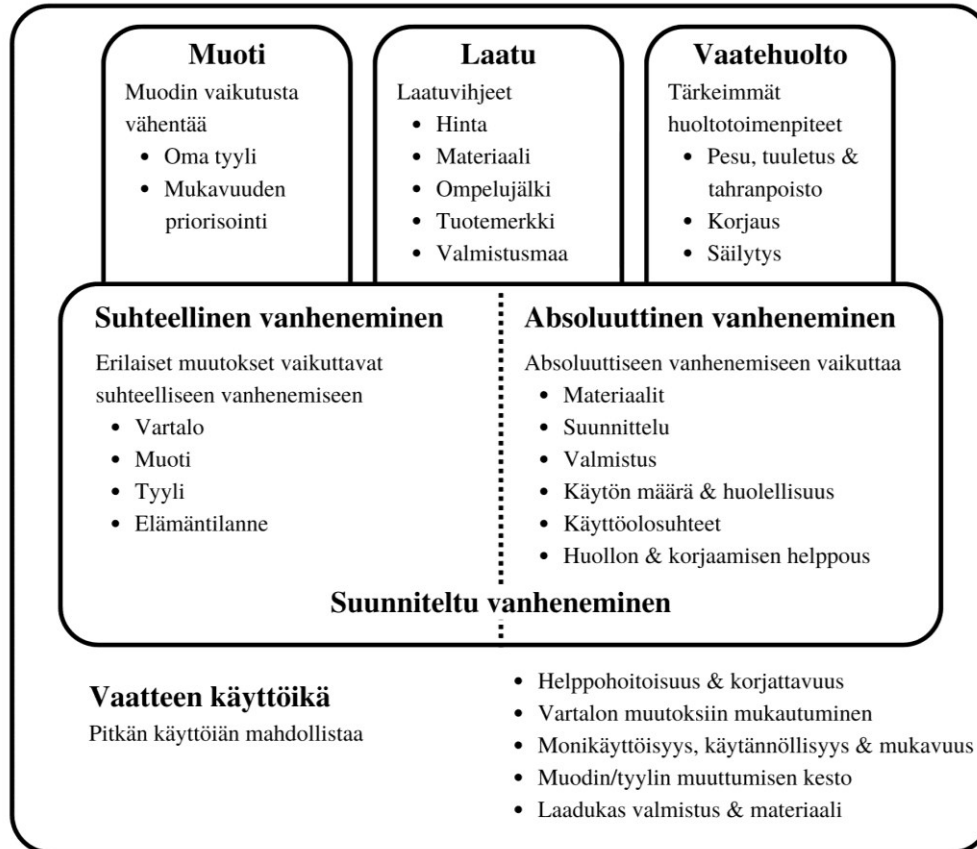
Kuluttajien kokemusten perusteella materiaali vaikuttaa ratkaisevasti vaatteiden käyttöikään. Tiedetyt materiaalit, kuten villa, nahka ja muut luonnonmateriaalit, ovat vastaajien kokemusten perusteella pitkäikäisiä. Materiaalien pitkäikäisyys ei kuitenkaan ole yksiselitteistä. Joitakin materiaaleja, kuten fleecettä, tekonahkaa ja viskoosia, osa kuluttajista pitää pitkäikäisinä ja osa lyhytikäisinä. Yksiselitteisesti lyhytikäisiä materiaaleja ovat akryyli ja elastaani.

Materiaalin lisäksi vaatehuolto vaikuttaa vaatteiden käyttöikään merkittävästi. Huolellinen vaatehuolto pidentää käyttöikää, kun taas huolimaton vaatehuolto voi lyhentää käyttöikää. Erityisesti ohjeiden mukaan ja sopivan harvoin peseminen mahdollistaa pitkän käyttöiän, sillä vaatteet kuluvat käytön lisäksi pesussa. Kuluminen ohella vaatteet voivat mennä pesussa täysin pilalle, esimerkiksi kutistua, jos ne pestään väärässä lämpötilassa tai väärällä pesuaineella. Huolimattoman vaatehuollon, runsaan käytön ja/tai huonon materiaalin vuoksi kuluminen voi tehdä vaatteista käyttökelvottomia, vaikka ne olisivat vielä ehjiä.

Erilaisiin muutoksiin mukautuminen mahdollistaa ehjänä ja siistinä pysyneiden vaatteiden pitkän käyttöiän. Ihmiset ja heidän elämäntilanteensa muuttuvat eivätkä vaatteet aina pysy muutoksissa mukana. Vartalon muutokset ovat yleinen syy vaatteista

luopumiseen. Erityisesti kasvaminen tai ikääntyminen sekä lihominen tekevät samojen vaatteiden pitkään käyttämisestä mahdotonta, vaikka vaatteet olisivat ehjiä ja hyväkuntoisia. Myös elämäntilanteen muuttuminen, esimerkiksi työpaikan vaihto, tarkoittaa usein muutosta vaatekaappiin ja vaatetarpeisiin. Tyyli tai vaatemaku voi muuttua siinä missä vartalo ja elämäntilannekin. Muodin muuttuminen voi vaikuttaa tyyliin ja vaatemakuun, mutta vaikutus on vähäinen tai ainakaan kuluttajat eivät usein tiedosta muodin vaikutusta. Oman tyylin löytyminen ja iän myötä ulkonäön merkityksen väheneminen mahdollistavat vaatteiden pitkän käyttöiän, sillä ne tekevät tyylistä ja mausta vähemmän alttiita muutoksille.

Kuluttajien kokemusten perusteella vaatteiden käyttöikä vaihtelee paljon. Osa vaatteista, erityisesti ohuet trikoovaatteet kuten sukkahousut, hajoavat todella nopeasti, jopa ensimmäisellä käyttökerralla. Sen sijaan vanhat ja vähällä käytöllä olevat vaatteet saattavat kestää jopa vuosikymmeniä. Käyttöikään vaikuttaa eniten materiaalit ja valmistus, käyttö ja vaatehuolto sekä kehon, elämäntilanteen, tyylin ja vaatemaun muuttuminen. Absoluuttiselta käyttöiältään pitkäikäiset vaatteet pysyvät todennäköisesti pitkään käytössä, jos ne sopeutuvat kuluttajan ja hänen elämäntilanteensa muutoksiin.



Kuvio 3: Vaatteiden käyttöikä ja suunniteltu vanheneminen

Olen koennut kuvioon 3 vaatteiden käyttöikään ja suunniteltuun vanhenemiseen vaikuttavia asioita. Tämän tutkimuksen tulosten perusteella seuraavat tekijät mahdollistavat vaatteiden pitkän käyttöiän: helppohoitoisuus ja korjattavuus, vartalon muutoksiin mukautuminen, monikäyttöisyys, käytännöllisyys ja mukavuus, muodin/tyylin muuttumisen kesto sekä laadukas valmistus ja materiaali. Niinimäen ja Koskisen mukaan vaatteiden pitkäikäisyyden mahdollistavat ominaisuudet ovat laatu, käytännöllisyys ja esteettisyys. Kuluttajille laatu tarkoittaa kestäviä materiaaleja, käytön ja kulutuksen kestoja, pyykkäyksen kestoja sekä laadukasta valmistusta. Käytännöllisyys tarkoittaa vaateen huoltamisen helppoutta, käyttöön sopivuutta sekä miellyttävää käyttökokemusta. Esteettisyys taas tarkoittaa kauneutta, tyyliä, väriä, istuvuutta ja miellyttävien tuntuisten materiaaleja.²⁷¹ Tämä tutkimus on siis samoilla linjoilla Niinimäen ja Koskisen tutkimuksen kanssa. Cooperin mukaan taas huolellinen käyttö,

²⁷¹ Niinimäki & Koskinen 2011, 254–255

säännöllinen huolto, korjaus ja toimivien tuotteiden uudelleenkäyttö edesauttavat tuotteen pitkäikäisyyttä.²⁷² Cooper korostaa kuluttajien roolia tuotteiden pitkäikäisyyden varmistamisessa, kun taas tässä tutkimuksessa sekä Niinimäen ja Koskisen tutkimuksessa korostuu tuotteiden ominaisuudet pitkäikäisyyden mahdollistajina. Kuluttajalähtöinen ja tuotelähtöinen näkökulma eivät kuitenkaan sulje toisiaan pois, vaan parhaimmillaan ne täydentävät toisiaan. Mahdollisimman pitkän käyttöiän takaamiseksi tarvitaan sekä hyvin suunniteltuja ja valmistettuja tuotteita että kuluttajien huolellisuutta ja aktiivisuutta tuotteiden käytössä ja huollossa.

Pitkän käyttöiän esteenä on suunniteltu vanheneminen, jonka olen tässä tutkimuksessa jakanut suhteelliseen vanhenemiseen ja absoluuttiseen vanhenemiseen Cooperin jakoon perustuen. Absoluuttinen vanheneminen tarkoittaa rikkoutuneen tuotteen käytöstä poistamista ja suhteellinen vanheneminen toimivan tuotteen käytöstä poistamista.²⁷³ Tämän tutkimuksen tulosten perusteella suhteellinen vanheneminen ei aina ole suunniteltua, vaan siihen vaikuttaa ennen kaikkea enemmän tai vähemmän väistämättömät muutokset, kuten vartalon, tyylin ja elämäntilanteen muuttuminen. Ainoastaan muodin muuttumista voi pitää yksiselitteisen suunnitelmallisena. Chapmanin mukaan emme luo kestäväää suhdetta useimpien tuotteiden kanssa muuttuvien tarpeidemme vuoksi. Vaikka tuotteet pysyvät samoina, käyttäjän tarpeet ja identiteetti muuttuvat ajan myötä.²⁷⁴ Sama on havaittavissa tämän tutkimuksen tuloksissa. Vastauksissa nousi esiin erityisesti vartalon ja elämäntilanteen muutokset, jotka heijastuvat vaatetarpeisiin, identiteettiin ja tyyliin.

Muoti liittyy erityisesti vaatteiden suhteelliseen vanhenemiseen. Muodin yhteys suunniteltuun vanhenemiseen korostuu tutkimuskirjallisuudessa, mutta tässä tutkimuksessa yhteys ei ole ilmeinen. Suurin osa vastaajista kertoi, että ei seuraa muotia. Osa kuitenkin oli muuttanut ajan kuluessa mieltään jonkin vaateen kauneuden tai rumuuden suhteen. Luultavasti muoti vaikuttaa kuluttajiin tiedostamatta kuten Niinimäki havaitsi tutkimuksessaan. Niinimäen toteuttamassa kyselyssä vain 19,5 % vastaajista

²⁷² Cooper 2010b, 8

²⁷³ Cooper 2010b, 16–17

²⁷⁴ Chapman 2009, viitattu lähteessä Niinimäki 2011, 41

kertoi muodin vaikuttavan ostopäätöksiin. Vastaajilla saattoi olla keskimääräistä vahvemmat eettiset arvot, mutta todennäköisesti he eivät ymmärtäneet seuraavansa trendejä tai muotia.²⁷⁵ Tämän tutkimuksen tulosten perusteella oma tyyli ja mukavuuden priorisointi auttavat vähentämään muodin vaikutusta oli se sitten tietoista tai tiedostamatonta. Tyylin suhteen Luke on samoilla linjoilla tämän tutkimuksen tulosten kanssa. Hänen mukaansa tyyli voi muodin muuttumisen myötä olla jatkuvassa muutoksessa, mutta toisaalta henkilökohtainen tyyli voi myös kestää aikaa. Muodista tai trendeistä poiketen tyyli on usein syvästi henkilökohtainen.²⁷⁶

Tuotteen rikkoutumisesta johtuvaan absoluuttiseen vanhenemiseen vaikuttaa sekä tämän tutkimuksen tulosten perusteella että Cooperin mukaan käytön määrä ja huolellisuus, käyttöolosuhteet, huollon ja korjaamisen helppous, valmistus, suunnittelu sekä materiaalit.²⁷⁷ Käytön määrä ja huolellisuus sekä käyttöolosuhteet kytkeytyvät tiiviisti yhteen. Niiden vaikutus absoluuttiseen vanhenemiseen näkyy selvimmin paljon käytettävien ja usein pestävien vaatteiden, kuten sukkien ja alusvaatteiden, kohdalla. Huollon ja korjaamisen helppous on tärkeää vaatteiden käyttöiän kannalta, sillä oikein huolto pidentää vaatteiden käyttöikää, mutta väärin huolto voi lyhentää sitä. Tämän tutkimuksen tuloksissa korostuu valmistuksen, suunnittelun ja etenkin materiaalien vaikutus vaatteiden käyttöikään ja vanhenemiseen. Huonosti suunnitellut ja huonoista materiaaleista huonosti valmistetut vaatteet hajoavat nopeasti ja niiden lyhyt käyttöikä on usein kuluttajille pettymys.

Laatu liittyy niin suhteelliseen kuin absoluuttiseenkin vanhenemiseen, mutta tämän tutkimuksen tulosten perusteella kuluttajat liittävät laadun vahvemmin absoluuttiseen vanhenemiseen. Tähän tutkimukseen osallistuneille kuluttajille laatu tarkoittaa ennen kaikkea pitkäikäisyyttä ja kulutuksenkestoa. Niinimäki erittelee laadun osatekijät tarkemmin. Hänen tutkimuksessaan laatu tarkoittaa kuluttajille kestäviä materiaaleja, käytön ja kulutuksen kestoa, pyykkäyksen kestoa sekä laadukasta valmistusta.²⁷⁸ Laadun

²⁷⁵ Niinimäki 2009, 134

²⁷⁶ Luke 2008, 88

²⁷⁷ Cooper 2010b, 16–17

²⁷⁸ Niinimäki 2011, 83; Niinimäki 2012, 224

tunnistamisen vaikeus nousi esiin tämän tutkimuksen tuloksissa. Kuluttajat hyödyntävät laatuvihjeitä yrittäessään päätellä, onko vaate laadukas. Laatuvihjeitä ovat hinta, materiaali, ompelujälki, tuotemerkki ja valmistusmaa. Vihjeet eivät kuitenkaan ole täysin luotettavia. Cooper ja Christer ovat tutkimuksessaan samoilla linjoilla. Heidän mukaansa edellä mainittujen lisäksi pakkaus voi toimia vihjeenä tuotteen laadusta. Kuten muiden laatuvihjeiden ja laadun välinen suhde, myös pakkauksen ja laadun välinen suhde on epävarma.²⁷⁹ Tämän tutkimuksen tulosten perusteella kuluttajat yhdistävät edellä mainituista laatuvihjeistä materiaalin vahvimmin laatuun. Moni vastaajista koki, että materiaali vaikutti vaateen käyttöikään enemmän kuin muut ominaisuudet. Niin tässä tutkimuksessa kuin Niinimäen tutkimuksessakin kuluttajat pitivät laadukkaina materiaaleina luonnonmateriaaleja ja huonolaatuisina tekokuituja.²⁸⁰

Huoltamalla vaatteitaan hyvin kuluttajat voivat hidastaa vaatteiden absoluuttista vanhenemista ja pidentää niiden käyttöikää. Tämän tutkimuksen tulosten perusteella tärkeimmät huoltotoimenpiteet ovat pesu, tuuletus, tahranpoisto, korjaus ja säilytys. Gwiltin mukaan vaatteiden huoltamiseen kuuluu pesu, kuivaus, silytys, tuuletus, tahranpoisto, säilytys ja korjaus. Oikein huollettuna vaatteet kestävät kauemmin käytössä, mutta huoltovirheet saattavat tehdä vaatteista käyttökelvottomia.²⁸¹ Gwilt kertoo, että kuluttajat määrittävät vaatteiden likaisuuden keskenään eri tavoin ja osa kuluttajista saattaa pestä vaatteitaan liiankin usein.²⁸² Tässä tutkimuksessa moni kuluttaja kertoi tuulettavansa vaatteita tai poistavansa tahroja pesun sijaan, jotta vaatteet eivät kuluisi pesussa.

6 Pohdinta

Hehkulamppuhuijaus-dokumentti antoi suunnitellusta vanhenemisesta todellisuutta yksipuolisemman kuvan. Dokumentin sisällöstä poiketen tuotteiden ennenaikainen

²⁷⁹ Cooper & Christer 2010, 279–280

²⁸⁰ Niinimäki 2012, 227

²⁸¹ Gwilt 2014, 120

²⁸² Gwilt 2014, 118–119

vanheneminen ei ole pelkästään yritysten ja teollisuuden vika, vaan myös kuluttajien. Yritykset mainostavat tuotteitaan kuluttajille ja yrittävät saada kuluttajat vaihtamaan omistamansa tuotteet uusiin, mutta lopullinen päätös on kuluttajien. Siis, jos kysymys on ehjän ja toimivan tuotteen korvaamisesta uudella. Kuluttajat voivat myös vaikuttaa vaatteiden ja muiden tuotteiden absoluuttiseen käyttöikään huoltamalla niitä hyvin tai jättämällä huoltotarpeen huomiotta. Sitä, miten kuluttajia voitaisiin motivoida käyttämään vaatteitaan pitkään ja pitämään niistä hyvää huolta, en osaa tämän tutkimuksen pohjalta sanoa.

Tutkimukseni tavoitteena oli kartoittaa kuluttajien kokemuksia vaatteiden kestosta sekä selvittää, millaisia kokemuksia kuluttajilla on vaatteiden käyttämisestä. Lisäksi pohdin mahdollisia keinoja vaatteiden käyttöiän pidentämiseen sekä sitä, voisiko pikamuodissa olla kyse suunnitellusta vanhenemisesta. Sain tulokseksi, että kuluttajien kokemukset vaatteiden käyttämisestä ovat moninaisia. Vaatteiden käyttöikä vaihtelee paljon ja siihen vaikuttaa paitsi vaatteen materiaali ja valmistustapa, myös kuluttajan vartalon ja elämäntilanteen muutokset sekä vaatehuoltotottumukset.

Kuluttajien suhtautuminen vanhoihin, pitkään käytössä kestäneisiin vaatteisiin on kaksijakoista. Usein ne ovat rakkaita lempivaatteita, joista ollaan valmiita pitämään hyvää huolta ja joita käytetään edelleen, vaikka ne olisivat jo rikki. Toisinaan kuluttajat kuitenkin kyllästyvät vanhoihin vaatteisiin ja vaihtavat ne uusiin, vaikka ne olisivat yhä ehjiä. Nopeasti puhki kuluvien vaatteiden lyhyt käyttöikä on useimmiten pettymys. Erityisesti vuoden sisällä tai jopa ensimmäisen käyttökerran tai pesun aikana hajoaminen harmittaa kuluttajia, vaikka vaate olisi ollut halpa. Toisaalta osalle kuluttajista halvat ja mahdollisesti lyhytikäiset vaatteet kelpaavat hyvin vähäisempään käyttöön, kuten vaikkapa juhliin tai muuhun yksittäiseen tilaisuuteen. Kyselyyn saamieni vastausten perusteella vaikuttaa siltä, että pikamuotia ei ole suunniteltu tarkoituksella lyhytikäiseksi, vaan mahdollisimman halvaksi, minkä seurauksena se on useimmiten myös lyhytikäistä. Sen sijaan, että kuluttajat ostavat yksittäisiä tilaisuuksia varten halpoja vaatteita ja heittävät ne käytön jälkeen pois, he voisivat kenties hyödyntää erilaisia lainaus- ja vuokrauspalveluita tai ainakin ostaa kyseiset vaatteet käytettyinä

jatkaakseen niiden käyttöikä. Arkivaatteiden ja muiden runsaammalla käytöllä olevien vaatteiden käyttöikä taas voi pidentää huoltamalla niitä hyvin sekä ostamalla niitä käytettyinä ja lahjoittamalla tai myymällä itselle tarpeettomat vaatteet eteenpäin.

Tutkimukseni kulku eteni aineistonkeruussa seuraavassa järjestyksessä. Laadin Webropol-ohjelmalla kyselyn, joka sisälsi paljon avoimia kysymyksiä mahdollistaakseni laajat haastattelumaiset vastaukset. Kyselylomake sisälsi yhteensä 3 osiota, joissa jokaisessa oli 4–7 kysymystä. Jaoin kyselyn linkin Facebookissa omalla sivullani ja Roskalava Rovaniemi -ryhmässä. Kyselyn avulla pyrin selvittämään kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttäistä, pitkäikäisyyden mahdollistavia ominaisuuksia, kuluttajien vaatehuoltotottumuksia sekä käyttöiän päättymisen syitä ja pukeutumiseen vaikuttavia elämänmuutoksia. Analysoin kyselyaineiston aineistolähtöisellä sisällönanalyysillä. Perehdyin aineistoon lukemalla sen moneen kertaan, etsin ja alleviivasin pelkistettyjä ilmauksia, listasin pelkistetyt ilmaukset, etsin pelkistetyistä ilmauksista samankaltaisuuksia ja erilaisuuksia, yhdistin pelkistetyt ilmaukset alaluokiksi, yhdistin alaluokat yläluokiksi ja muodostin kokoavan käsitteen yhdistämällä yläluokat.

Valitsemani tutkimusmenetelmät toimivat hyvin. Sain melko paljon vastauksia lyhyessä ajassa. Kysely tavoitti tuntemattomiakin ihmisiä ja sain vastaajiksi myös miehiä. Tutkimus mittaa, mitä sen kuuluukin mitata. Haastattelu tai määrällinen kyselytutkimus olisi varmasti ollut myös hyvä valinta, mutta tulokset olisivat kenties olleet hieman erilaisia. Haastattelemalla olisin saanut vähemmän, mutta laajempia vastauksia. Määrällisellä kyselytutkimuksella taas enemmän, mutta suppeampia. Aineistolähtöinen sisällönanalyysi toimi analyysimenetelmänä hyvin. Sen avulla pystyin perehtymään vastausten sisältöön huolellisesti ja systemaattisesti sekä löytämään aineistosta vastauksia tutkimuskysymyksiini. Olen kirjoittanut menetelmät auki siten, että tutkimus ja tutkimuksen tulokset on toistettavissa.

Sain vastauksia kaikkiin tutkimuskysymyksiini, vaikka kyselyssä olisi ollut parantamisen varaa. Odotin kyselyn kysymyksiin laajempia vastauksia ja siksi useimmat

kysymykset olivat avoimia. Suurin osa vastaajista vastasi kuitenkin kysymyksiin vain muutamalla sanalla. Kyselyssä puutteelliseksi jäi ainakin vaatehuoltoon perehtyminen, sillä en tajunnut kysyä siihen liittyviä kysymyksiä tarpeeksi yksityiskohtaisesti. Vaatehuollosta voisi kuitenkin tehdä tätä tutkimusta täydentävän jatkotutkimuksen. Kokemattomuuteni tutkijana ja vähäinen lukeneisuuteni on vaikuttanut tutkimuksen tulosten tarkkuuteen. Olisin voinut laatia ja muotoilla kyselyn kysymykset paremmin ja yksiselitteisemmin. Kyselyä laatiessa minulle ei ollut tarpeeksi selvää, mitä oikeastaan halusin tutkia ja kysyä. Enempi kirjallisuuden lukeminen ennen kyselyn tekemistä olisi luultavasti ollut hyödyksi. Kyselyn avulla sain kuitenkin koottua vaatteiden käyttöiästä tietoa, josta koostettu käsitekokonaisuus selkeni ilmiön ympärillä. Onnistuin kartoittamaan vaatteiden käyttöikään ja suunniteltuun vanhenemiseen vaikuttavia asioita sekä hahmottamaan niiden välisiä yhteyksiä (kts. Kuvio 3).

Verrattuna haastatteluun kyselyn tuottaman suuremman aineiston analysointi saattoi olla työläämpää – etenkin, kun kyselyssä oli paljon avokysymyksiä. Lisäksi kyselyssä oli olemassa riski, että vastaajat ymmärsivät kysymykset väärin. Haastattelussa väärinymmärrykset olisi ollut mahdollista korjata, sillä haastattelutilanteessa haastattelija ja haastateltava pääsevät käymään vuoropuhelua. Minun olisi ollut myös mahdollista kysyä haastateltavilta tarkentavia lisäkysymyksiä. Kyselyssä vastaajien määrää oli vaikea ennakoida. Osa vastaajista saattoi jättää kyselyn kesken, jos heillä oli kiire, heillä oli vaikeuksia jonkun kysymyksen kanssa tai kysely oli esimerkiksi liian pitkä. Myös vastaamistilanne vaikuttaa usein vastauksiin niin haastatteluissa kuin kyselyissäkin. Vastaajat saattavat pyrkiä tietoisesti vaikuttamaan tutkimuksen tuloksiin tai antamaan itsestään mahdollisimman hyvän kuvan. Vastaustilanteen vaikutus vastauksiin on pienempi kyselyssä kuin se olisi ollut haastattelussa, sillä vastaajat saivat täyttää kyselyn kaikessa rauhassa enkä itse ollut tilanteessa läsnä. Lisäksi kyselyyn oli mahdollista vastata täysin anonymisti, kun taas haastattelussa aineiston anonymisointi olisi tapahtunut vasta aineiston keräämisen jälkeen.

Käytin kyselyaineiston analysoimisessa aineistolähtöistä sisällönanalyysia. Analyysimenetelmä toimi hyvin, vaikka kokemattomuuteni vuoksi analyysi eteni

haparoiden. Kokeneempi tutkija ei olisi luultavasti harhautunut analysoimaan tutkimuskysymyksiin liittymättömiä asioita, minkä ansiosta analyysi olisi edennyt juohevammin. Aineistolähtöisellä sisällönanalyysilla kuitenkin pystyin perehtymään aineistoon huolellisesti ja saamaan vastauksia tutkimuskysymyksiini. Sen avulla sain tutkimuksen laajuuteen nähden kattavia tutkimustuloksia, millä perusteella menetelmävalintaa voi sanoa onnistuneeksi.

Tämä tutkimus avaa vaatteiden käyttöikä ja suunniteltua vanhenemista sekä niihin liittyviä käsitteitä. Tutkimus ei ehkä niinkään tuottanut uutta tietoa, vaan vahvasti ja täydensi aiempia tutkimustuloksia. Tutkimuksen tulokset eivät sellaisenaan liene yleistettävissä koskemaan laajempaa kuluttajaryhmää tai sovellettavissa käytäntöön. Tuloksina saatu tieto on kuitenkin merkityksellistä samasta aiheesta tutkimusta tekeville. Tutkimuksesta saatu tieto hyödyttää tulevia vaatteiden käyttöikää koskevia tutkimuksia, koska siinä on onnistuttu kartoittamaan vaatteiden käyttöikä ja suunniteltuun vanhenemiseen vaikuttavia tekijöitä. Tulevista tutkimuksista voi puolestaan olla käytännön hyötyä vaatetusalan tieteelle ja toiminnalle. Esimerkiksi laajempi ja huolellisemmin toteutettu kyselytutkimus vaatteiden käyttöiästä voisi tuottaa sellaista tietoa, joka olisi yleistettävissä väestötasolla ja josta voisi olla hyötyä vaatetusalan muuttamisessa kestävä kehityksen mukaiseksi. Lisäksi kuluttajien vaatehuoltotottumuksiin tai kestävä kehityksen mukaisiin vaatetusalan yritysmalleihin keskittyvä tutkimus voisi tarjota enemmän ja tarkempia vastauksia siihen, kuinka vaatteiden käyttöikä voitaisiin pidentää. Vaatteiden käyttöiän pidentäminen on tärkeää erityisesti vaatetusalan ympäristövaikutusten vähentämisen kannalta. Tutkimuksista saadun tiedon avulla vaatetusalaa olisi mahdollista kehittää siten, että se palvelisi kuluttajia yhtä hyvin (ellei jopa paremmin) kuin nykyään, mutta vahingoittaisi ympäristöä mahdollisimman vähän.

Lähteet

Barrat, P., Úbeda, J. (tuottajat) & Dannoritzer, C. (ohjaaja). (2010). *The Light Bulb Conspiracy* [elokuva]. Espanja: ARTE, Article Z, Media 3.14, Televisió de Catalunya (TV3), Televisión Española (TVE).

Burns, B. (2010). Re-evaluating Obsolescence and Planning for It. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 39–60). Farnham: Gower.

Chapman, J. (2010). Subject/Object Relationships and Emotionally Durable Design. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 61–76). Farnham: Gower.

Collet, M., Cluver, B. & Chen, H. (2013). Consumer Perceptions the Limited Life-span of Fast Fashion Apparel. *Research Journal of Textile and Apparel*, 17(2). 61–68. <https://doi.org/10.1108/RJTA-17-02-2013-B009>

Cooper, T. (2010a). Policies for Longevity. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 215–240). Farnham: Gower.

Cooper, T. (2010b). The Significance of Product Longevity. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 3–36). Farnham: Gower.

Cooper, T. & Christer, K. (2010). Marketing Durability. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 273–296). Farnham: Gower.

Evans, S. & Cooper, T. (2010). Consumer Influences on Product Life-Spans. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 319–350). Farnham: Gower.

Gill, P. (2008). Economy of Scale: A Global Context. Teoksessa Hethorn, J. & Ulasewicz, C. (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 165–183). New York: Fairchild Books.

Gwilt, A. (2014). *A Practical Guide to Sustainable Fashion*. London: Fairchild Books.

Hawley, J. (2008). Economic Impact of Textile and Clothing Recycling. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 207–232). New York: Fairchild Books.

Hethorn, J. & Ulasewicz, C. (toim.). (2008). *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. New York: Fairchild Books.

Joy, A., Sherry Jr, J.F., Venkatesh A., Wang J. & Chan R. (2012). Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands. *Fashion Theory*, 16(3). 273–296. <https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707123>

Jyväskylän yliopisto (2021). Laadullinen tutkimus. Haettu 8.2.2023 osoitteesta <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/laadullinen-tutkimus>.

Kaiser, S. (2008). Mixing Metaphors in the Fiber, Textile, and Apparel Complex: Moving Toward a More Sustainable Fashion System. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 139–164). New York: Fairchild Books.

Kawamura, Y. (2011). *Doing Research in Fashion and Dress – An Introduction to Qualitative Methods*. Oxford: Berg.

Körkkö, H. (2019). Tripla-huumassa suomalaiset shoppailivat pikamuodin avajaisennäytksen – Professori: Muodin sijaan kyse on riistosta. Haettu 7.5.2020 osoitteesta <https://www.hs.fi/nyt/art-2000006289082.html>.

Lewis, V. D. (2008). Developing Strategies for a Typology of Sustainable Fashion Design. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 233–263). New York: Fairchild Books.

Loker, S. (2008). A Technology-Enabled Sustainable Fashion System: Fashion's Future. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 95–126). New York: Fairchild Books.

Luke, R. (2008). Popular Culture, Marketing, and the Ethical Consumer. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 77–94). New York: Fairchild Books.

Mackenzie, D., Cooper, T. & Garnett, K. (2010). Can Durability Provide a Strong Marketing Platform? Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 297–315). Farnham: Gower.

Miller, D. (2012). *Consumption and its Consequences*. Cambridge: Polity.

Moilala, O. (2013). *Tappajafarkut ja muita vastuuttomia vaatteita*. Helsinki: Into Kustannus Oy.

Niinimäki, K. (2009). Consumer Values and Eco-Fashion in the Future. Teoksessa K. Niinimäki, *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. (s. 129–146). Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Niinimäki, K. (2010a). Eco-clothing, Consumer Identity and Ideology. Teoksessa K. Niinimäki, *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. (s. 148–170). Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Niinimäki, K. (2010b). Forming Sustainable Attachment to Clothes. Teoksessa K. Niinimäki, *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. (s. 195–213). Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Niinimäki, K. (2011). *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Niinimäki, K. (2012). Sustainable Consumer Satisfaction in the Context of Clothing. Teoksessa K. Niinimäki, *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. (s. 215–245). Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Niinimäki, K. & Hassi, L. (2011). Emerging Design Strategies in Sustainable Production and Consumption of Textiles and Clothing. Teoksessa K. Niinimäki, *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. (s. 271–294). Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Niinimäki, K. & Koskinen, I. (2011). I Love This Dress, It Makes Me Feel Beautiful!. Teoksessa K. Niinimäki, *From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing*. (s. 247–269). Helsinki: Aalto University. School of Art and Design. Väitöskirja.

Norokorpi, V. (2019). Suomalaiset tekivät Triplan uusissa pikamuotiketjuissa kansainvälisen myyntiennätyksen. Haettu 7.5.2020 osoitteesta <https://www.is.fi/mystyle/art-2000006280520.html>.

Orzada, B. & Moore, M. A. (2008). Environmental Impact of Textile Production. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 299–325). New York: Fairchild Books.

Philip, R., Anian, A., & Raja M, A. (2020). Planned Fashion Obsolescence in the Light of Supply Chain Uncertainty. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(1), 1–17. https://www.researchgate.net/publication/343712257_PLANNED_FASHION_OBSOLESCENCE_IN_THE_LIGHT_OF_SUPPLY_CHAIN_UNCERTAINTY

Quinn, S. (2008). Environmental Stewardship and Sustainable Sourcing. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 358–384). New York: Fairchild Books.

Rissanen, T. (2008). Creating Fashion without the Creation of Fabric Waste. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 184–206). New York: Fairchild Books.

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

Schwartz, J. & Laky, G. (2008). Exploration of Materials and Concepts: An Inspirational Overview. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 275–298). New York: Fairchild Books.

Scott, W. (2008). Recycle and Reuse as Design Potential. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 385–411). New York: Fairchild Books.

Stahel, W. (2010). Durability, Function and Performance. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 157–177). Farnham: Gower.

Tuomi, J. & Sarajärvi A. (2009). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Vantaa: Tammi.

Tuominen, J. (2021). Planned Obsolescence in the Age of Sustainability – Alternatives to Disposable Technology. Aalto-yliopisto. Tieto- ja palvelujohtamisen laitos. Kandidaatintyö.

Uusimäki, K. (2019). Kulutuspäätöksiin vaikuttavia tekijöitä muodin kulutuksessa – neljän 19-36-vuotiaan kuluttajan näkemyksiä. Helsingin yliopisto. Kasvatustieteellinen tiedekunta. Pro gradu.

Valkola, J. (2018). Puhe vaatekaapista – Tutkimus käsityötieteen opiskelijoiden vaatemäärästä, vaatteiden kulutustottumuksista sekä vaatemääriin vaikuttavista trendeistä. Helsinki. Kasvatustieteellinen tiedekunta. Pro gradu.

Van Nes, N. (2010). Understanding Replacement Behaviour and Exploring Design Solutions. Teoksessa T. Cooper (toim.), *Longer Lasting Products. Alternatives to the Throwaway Society*. (s. 107–131). Farnham: Gower.

Welters, L. (2008). The Fashion of Sustainability. Teoksessa J. Hethorn & C. Ulasewicz (toim.), *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices, and possibilities*. (s. 7–29). New York: Fairchild Books.

Liitteet

Liite 1: Kysely vaatteiden käyttäjästä

Saatekirje

Oletko sinäkin kyllästynyt kestävämpiin vaatteisiin? Hajoavatko housut heti ensimmäisellä käyttökerralla? Tai oletko kenties löytänyt itsellesi vuosikausia kestävästä lempivaatteesta? Mikäli aihe kiinnostaa sinua edes aavistuksen, vastaathan linkkaamaani kyselyyn. Kyselyä saa ja on toivottavaa jakaa eteenpäin.

Opiskelen vaatetussuunnittelua Lapin yliopistossa. Tutkin pro gradu -tutkielmassani vaatteiden käyttökäyttäjä ja kerään oheisen kyselyn avulla tutkimusaineistoni. Minua kiinnostaa tietää, millaisia kokemuksia ihmisillä on vaatteiden kestävästä. Kyselyyn vastataan nimettömästi eikä vastauksia säilytetä pidempään kuin tutkimuksen kannalta on tarpeen. Vastausaika on 31.12.2019 saakka. Valmis tutkielma tulee Lauda-palveluun, mistä sen voit halutessasi käydä lukemassa.

Terveisin Elina Hiltunen

Kyselyssä on kolme osiota, joissa on yhteensä 16 kysymystä. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 15 minuuttia. Kyselyn voi jättää kesken ja palata siihen myöhemmin.

Vastaajan tiedot

Ikä: _____

Sukupuoli:

- nainen

- mies

- muu
- en halua kertoa

Osio 1/3 – Konkreettinen käyttöikä

Konkreettisella käyttöiällä tarkoitan sitä, miten kauan vaate kestää käytössä ennen kuin se menee rikki.

1. Mikä on pitkäikäisin vaatteesi? Voit myös mainita useamman

a) Kuinka kauan sinulla on ollut se?

b) Osaatko sanoa mistä syistä vaate on kestänyt käytössä pitkään?

2. Mitkä vaatteesi hajoavat nopeimmin?

a) Kuinka nopeasti ne hajoavat?

b) Kerro/Kuvaile miksi ne hajoavat nopeasti

3. Laita seuraavat vaatekappaleet järjestykseen käyttöiältään pitkäikäisimmästä lyhytikäisimpään. Mikäli luettelossa on vaatekappaleita, joita et omista tai käytä, jätä ne luettelossa viimeisiksi. Mainitse lopussa, mitkä ne ovat.

- Alushousut

- Rintaliivit

- Trikoopaita

- Joustamaton paita (esim. kauluspaita)

- Neule

- Huppari

- Farkut tai muut joustamattomat housut

- College-housut tai muut joustavat housut

- Juhlavaatteet

- Arkihameet ja -mekot

- Pyjama

- Ulkotakki
- Ulkohousut
- Sukkahousut tai pitkät kalsarit
- Sukat
- Käsineet
- Päähineet

Listaa alle luettelossa mainitut vaatteet, joita et omista tai käytä

4. Kuvaile vaatteitasi, jotka ovat jo rikkiäisiä, mutta et raaski heittää niitä pois

5. Liitä halutessasi tähän kuva pisimpään kestäneestä lempivaatteestasi (tiedoston koko korkeintaan x)

Osio 2/3 – Laatu, käyttö ja huolto

Laadulla tarkoitan vaateen kykyä suoriutua sille tarkoitetuista tehtävistä koko käyttöiän ajan, käytöllä yksinkertaisesti vaatteeseen pukeutumista ja huollolla esimerkiksi pesemistä, tuulettamista ja korjaamista.

1. Miten tunnistat kaupassa laadukkaan vaateen?
2. Miten tärkeää laatu on sinulle ostoksia tehdessäsi?
3. Miten laatu näkyy vaatetta käyttäessäsi?
4. Miten huollat vaatteitasi pitääksesi huolen siitä, että ne kestävät käytössä mahdollisimman pitkään?

Osio 3/3 – Muodin kierto

Muodilla tarkoitan vaateesta koskevaa sosiaalista ilmiötä, jonka luonteeseen kuuluu jatkuva muutos.

1. Seuraatko muotia?
2. Poistatko käytöstä ehjiä vaatteita? Jos poistat, mistä syistä teet niin?
3. Johtaako uusien vaatteiden ostaminen vanhojen pois heittämiseen?
4. Vaikuttaako sosiaalinen ympäristösi uusien vaatteiden ostamiseen tai vanhojen vaatteiden pois heittämiseen?
5. Kuvaile miten tyylisi on muuttanut ajan myötä
6. Onko kehosi muuttunut siten, että vanhat vaatteesi eivät enää sovi sinulle? Jos on, miten?
7. Mitä teet jatkaaksesi vaatteiden käyttökä? Valitse 1-3 sopivinta vaihtoehtoa
 - Vien ehjät vaatteet kirpputorille tai annan ne itse jollekulle toiselle
 - Korjaan rikkinäiset vaatteet
 - Vien rikkinäiset vaatteet ompelijalle korjattavaksi
 - Pesen vaatteet pesuohjeiden mukaisesti
 - Muokkaan tyyliini sopimattomat tai muutoin epämieluisat vaatteet mieleisiksi
 - En mitenkään
 - Muuta, mitä? _____

Kiitos vastaamisesta!

Liite 2: Alaluokat perusraportti näyte

Pelkistetyt ilmaukset	Alaluokat
<ul style="list-style-type: none"> - Itse neulottuja villapaitoja noin 45 vuoden takaa - Itse tehty farkkutakki 70-luvun lopusta - On useita villatakkeja ja paitoja, joita olen itse tehnyt tai äitini on tehnyt ja jotka ovat yhä käyttökelpoisia - Itse tehdyt villasukat - Itse tehty poolopusero - Mummin neuloma suuri, pinkki villapaita - Itse ommeltu - Isoäidin tekemä alusta loppuun - Lapsena pitämäni lapaset, jotka äitini on neulonut minulle (rikki) - Mummon kutomat käsineet (rikki) - Mummin neulomat villasukat (pidin parsintatalkoot pari viikkoa sitten) - Äitin tekemä villahame (rikki) 	Itse tehdyt vaatteet pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Hard Rock Cafe t-paita - Gantin kauluspaita - Gaastra pikepaita - Anne Linnoinmaan ponchot - Marita Huurinaisen musta Minna-mekko puuvillakreppiä - Ivana Helsingin neule - R-collectionin anorakki 	Merkkivaatteet pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Joitain t-paitoja tullut käytettyä pitkään - Varmaan joku t-paita tai huppari - Gutzin alusvaatteet - Muutaman vuoden vanha nahkatakki? - Minulla on edelleen käytössä paljon toppeja, paitoja, hameita ja mekkoja lukioajoilta - Muutama pusero ja takki, jotka ovat yli 20 v 	Perusvaatteet pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Paita, joka on siirtynyt äitini kaapista omaani - Isäni vanha Led Zeppelin -collegepaita - Isoäidin vanha villapaita - Hyvin vähällä käytöllä olevia perintövaatteita, jotka ovat lähinnä säilössä jälkipolville - Äidiltä saatu kelsiturkki - Käytän paljon perintövaatteita. Vanhin juhlamekko (aktiivisessa käytössä) on 40-luvulta ja vanhimmat farkut (arkikäytössä) ovat 70-luvulta - Perintökalleus 	Perintövaatteet pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Tallikäytössä oleva takki 12 v - Geokätköilyä varten ostamani maastokengät - Sastan goretex-kuoritakki 	Ulkoilu- ja harrastusvaatteet pitkäikäisiä

<ul style="list-style-type: none"> - Salomonin Vega-lenkkarit (kävelyyn/kevyeen vaellukseen) 	
<ul style="list-style-type: none"> - Englantilainen vahakangastakki - Villasta tehdyt vaatteet - Islantilainen villatakki (päällystakki) - Villapaidat ja -takit - Villapusero - Lampaannahkaiset rukkaset - New Rockin nahkamaiharit - Pari villapaitaa yläasteelta - Ei villapaita kulu - Laadukas villakangas, hyvä malli - Vahva materiaali - Aitoa villaa - Se on villaa ja kutoen tehty. - Fleece on muovia ja siksi kestävä - Itse värjätty vahva villa varmaan yksi syy - Nahkarukkaset ovat kuluneet hyvin hitaasti - Se on napakkaa, ehkä vähän kovankin tuntuista puuvillatrikoota. On kestänyt sadat pesukerrat ongelmitta, enkä ole saanut siihen tahrojakaan. - Kangas on hyvälaatuinen, vaikka takki onkin tekonahkaa - Nahan ominaisuudet - Pidän laadukkaista luonnonmateriaaleista, Kashmir, angoravilla, silkki, laadukas puuvilla, pellava. Vältän mahdollisimman paljon keinokuituja, mutta esim. viskoosi on ok. 	<p>Laadukkaat materiaalit tekevät vaatteista pitkäikäisiä</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Varmaan H&M-merkkiset t-paidat ja puserot - 13 vuotta sitten ostettu Vero Modan hame sekä 10 vuotta sitten Gina Tricotin trikoomekko - Lindexin alushousuja - H&M trikoopaita - Gina Tricotin trikoomekon trikoo on ihmeellisen laadukasta, mekko maksoi aikanaan alekorissa 5 € 	<p>Halpojen merkkien vaatteet ovat joskus yllättävän pitkäikäisiä</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Kirpputorilta ostettu pitkähihainen paita - Käytettynä ostettuja vaatteita, joiden iästä en osaa sanoa - Iso osa vaatteistani on kirpparilta, joten niiden ikään voi olla mitä vain - Nykyään en enää osta niitä (strech-farkkuja) uutena, satunnaisesti FB-kirppiksiltä vähän käytettynä. - Ostan vaatteet käytettynä, jolloin niillä on jo ikää 	<p>Käytettynä ostetut vaatteet ovat välillä pitkäikäisiä ja välillä lyhytikäisiä</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Harvoin käytettävät juhlavaatteet - ”Hautajaishame”, jota käytetty hyvin harvoin - Juhlavaatteet, kengät mukaan lukien, joita harvemmin käyttää - En ole käyttänyt sitä paljon - Käytän harvoin, mutta on sadetiiviinä käyttökelpoinen 	<p>Vähällä käytöllä olevat vaatteet pitkäikäisiä</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Yksi syy lienee se, etten ole käyttänyt sitä säännöllisesti - Toisaalta käytän sitä vain silloin tällöin... - Vähäinen käyttö - Se on itse asiassa vähäisellä käytöllä - Käytetty vain talvisin kovimmilla pakkasilla - Villapaita on nykyisin harvoin käytössä - Käyttö ollut rajoitettua - Käytetään harvoin - Käytetty harvemmin - Myös harvoin käytössä - Käyttö on ollut melko vähäistä (neule on todella lämmin) - Se on käytössä vain talvisaikaan - Käytössä vain talvisaikaan - Vain juhlakäyttö - Muiden kuin talvitakin käyttöä nykyään vähänlaisesti - Molemmat ovat olleet ennen tätä vähällä käytöllä. - En käytä kotioloissa vaatteita, joita käytän kodin ulkopuolella, vaan käytän oloasuja 	
<ul style="list-style-type: none"> - Ompelu ”kaavat” mahdollisimman yksinkertaisia, muttei kestävä - Huono materiaali ja työ - Kangas ei kestä vaan hiutuu haaroista - Huono laatu, niin kangas kuin ommel 	<p>Huonosti tehdyt vaatteet lyhytikäisiä</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Venyvät ajan mukana - Se on väljä, joten se sopii aina päälle. - Joustava eli sallii pienen lihomisen - Tarpeeksi suuri. - Vaate on riittävän isokokoinen (keho on muuttunut paljon vuosien aikana) - en käytä kovin vartalonmukaisia vaatteita, joten pienen painon vaihtelu ei haittaa - Monet vaatteistani ovat kuitenkin joustavia niin ne toimivat paremmin muuttuvan kehon kanssa. 	<p>Vartalon muutoksiin mukautuminen tekee vaatteista pitkäikäisiä</p>

Liite 3: Yläluokat perusraportti

<ul style="list-style-type: none"> - Laadukkaat materiaalit tekevät vaatteista pitkäikäisiä - Materiaali vihjeenä vaateen laadusta (ja pitkäikäisyydestä) ostohetkellä - Kankaan tuntu vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä - Pesuohje vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä 	Jotkin materiaalit tekevät vaatteista pitkäikäisiä ja laadukkaita
<ul style="list-style-type: none"> - Elastaania sisältävät vaatteet eivät kestä käytössä pitkään - Ohuet materiaalit hajoavat ja kuluvat nopeasti - Sukkahousut kuluvat nopeasti - Jotkin materiaalit kestävät kulutusta huonosti 	Jotkin materiaalit tekevät vaatteista lyhytikäisiä, mutta joskus myös mukavia
<ul style="list-style-type: none"> - Ompelujälki vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä - Laatu näkyy työn jäljessä - Huonosti tehdyt vaatteet lyhytikäisiä 	Hyvin valmistetut vaatteet ovat todennäköisesti pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Vaatteet olivat ennen kestävämpiä kuin nykyään - Halvat vaatteet eivät kestä käytössä pitkään - Hinta vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä - Merkki vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä - Valmistusmaa vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä 	Halvat kaukana valmistetut vaatteet ovat todennäköisesti huonolaatuisia ja lyhytikäisiä, kalliit lähellä valmistetut päinvastoin laadukkaita ja pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Perusvaatteet pitkäikäisiä - Ulkoilu- ja harrastusvaatteet pitkäikäisiä - Muodin muuttumista kestävätkä vaatteet pitkäikäisiä - Laatu näkyy tyylin ajattomuutena - Vaatteiden muodistaminen pidentää käyttöikä - Muoti mahdollisesti osasyynä vaatteiden käytöstä poistamiseen - Muoti ei vaikuta kaikkiin kuluttajiin (ainakaan tietoisesti) - Vaatemaun tai tyylin muuttuminen syynä vaatteiden pois heittämiseen - Muodin muuttuminen syynä vaatteiden pois heittämiseen - Värimielitymykset ovat muuttuneet - Tyyli on muuttunut muulla tavoin 	Muodin ja tyylin muuttumista kestävätkä vaatteet ovat usein pitkäikäisiä
<ul style="list-style-type: none"> - Tyyli ei ole muuttunut merkittävästi - Oma tyyli tai maku löytynyt iän myötä - Ulkonäön merkitys vähentynyt ja mukavuuden merkitys kasvanut iän myötä - Tyyli on muuttunut aikuismaisemmaksi 	Oman tyylin löytyminen ja ulkonäön merkityksen väheneminen mahdollistavat pitkän käyttöiän
<ul style="list-style-type: none"> - Itse tehdyt vaatteet pitkäikäisiä - Merkkivaatteet pitkäikäisiä - Perintövaatteet pitkäikäisiä - Tunnearvo pidentää käyttöikä 	Vaatteet, joilla on paljon tunnearvoa tai rahallista arvoa, ovat usein pitkäikäisiä

- Kalliisiin vaatteisiin ollaan valmiita sitoutumaan	
- Monikäyttöisyys mahdollistaa pitkän käyttöiän - Käyttömukavuus edesauttaa vaateen pitkäikäisyyttä - Laatu näkyy käyttömukavuutena - Laatu näkyy käyttötarkoitukseen soveltumisena - Epämukavuus tai epäkäytännöllisyys syynä vaatteiden pois heittämiseen - Vääränkokoiset (varsinkin liian pienet) vaatteet kuluvat nopeasti - Istuvuus/ryhdikkyys vihjeenä vaateen laadusta ostohetkellä	Monikäyttöisyys, käytännöllisyys ja käyttömukavuus mahdollistavat pitkän käyttöiän
- Vartalon muutoksiin mukautuminen tekee vaatteista pitkäikäisiä - Vartalon koon muuttuminen syynä vaatteiden pois heittämiseen - Lihominen syynä vanhojen vaatteiden sopimattomuuteen - Painon edestakainen vaihtelu syynä vanhojen vaatteiden sopimattomuuteen - Lihasmassan kasvu syynä vanhojen vaatteiden sopimattomuuteen - Kasvaminen tai ikääntyminen syynä vanhojen vaatteiden sopimattomuuteen - Kehon muuttuminen raskauden myötä syynä vanhojen vaatteiden sopimattomuuteen - Sukupuoli-identiteetin muuttuminen syynä vanhojen vaatteiden sopimattomuuteen	Vartalon muutoksiin mukautuminen mahdollistaa pitkän käyttöiän
- Vähällä käytöllä olevat vaatteet pitkäikäisiä - Kovassa käytössä olevat vaatteet kuluvat nopeasti - Usein pestävät vaatteet kuluvat nopeasti - Vähäinen ja hellävarainen pesu vähentää vaateen kulumista - Usein pestävät vaatteet kuluvat nopeasti	Käyttö ja (runsas) pesu kuluttavat vaatteita
- Kankaan (pinnan) kulumisen tekee vaatteesta epäsiistin ja siksi käyttökeltottoman - Epäsiisteys syynä vaatteiden pois heittämiseen	Epäsiisteys voi tehdä ehjistä vaatteista käyttökeltottomia
- Kotona ja/tai likaisissa töissä käyttö pidentää vaatteiden käyttöikä - Huomaamaton tai esteettinen kulumisen edesauttaa vaateen pitkäikäisyyttä - Rikkinäiset/kuluneet vaatteet saattavat olla yhä käytössä, jos rikkinäisyys/kuluneisuus ei (vielä) haittaa - Kuluneet vaatteet ovat usein niin mukavia, että niistä ei haluta luopua	Kuluneet vaatteet saattavat olla edelleen käyttökelpoisia varsinkin arkikäytössä ja kotivaatteina
- Vaatteiden korjaus pidentää käyttöikä - Vaatteiden huolto pidentää käyttöikä	Vaatteiden oikein huoltaminen pidentää

<ul style="list-style-type: none"> - Vaatteiden oikein pesu pidentää käyttöikää - Vaatteiden huolellinen säilytys pidentää käyttöikää - Vaatteiden väärin peseminen kuluttaa niitä - Huolimaton vaatehuolto voi edesauttaa vaatteiden kulumista - Pesussa kutistuminen syynä vaatteiden pois heittämiseen 	<p>käyttöikää, kun taas väärin huoltaminen voi lyhentää käyttöikää</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Laatu näkyy helppohoitoisuutena - Laatu näkyy korjausmahdollisuutena - Helppohoitoisuus edesauttaa vaateen pitkäikäisyyttä 	<p>Helppohoitoisuus ja korjattavuus mahdollistavat pitkän käyttöiän</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Värien haalistuminen on pettymys - Vaatteiden nopea hajoaminen on pettymys 	<p>Vaatteiden nopea kuluminen ja hajoaminen on pettymys</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Halpojen merkkien vaatteet ovat joskus yllättävän pitkäikäisiä - Käytettynä ostetut vaatteet välillä pitkäikäisiä ja välillä lyhytikäisiä - Vaateen pitkäikäisyys on tullut yllätyksenä - Ei tietoa, miksi vaatteet hajoavat nopeasti - Laadukkaan ja pitkäikäisen vaateen tunnistaminen ostohetkellä on vaikeaa 	<p>Vaateen käyttöikää on vaikea arvioida ennalta</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Hyvä laatu tekee vaatteista pitkäikäisiä - Laatu näkyy kulutuksenkestona 	<p>Laatu tarkoittaa kuluttajille ennen kaikkea pitkäikäisyyttä ja kulutuksenkestoa</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Vaatteiden hankinta pitkäikäisyyttä ajatellen - Laatu tärkeää vaateostoksia tehdessä 	<p>Osalle kuluttajista vaatteiden laadukkuus ja pitkäikäisyys on tärkeää</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Laatu ja hinta tärkeitä vaateostoksia tehdessä - Laadun tärkeys riippuu vaatteesta tai sen käyttötarkoituksesta 	<p>Osa kuluttajista pitää laatua tärkeänä, mutta valitsee välillä vähemmän laadukkaita vaatteita esim. vähäiseen käyttöön tai alhaisen hinnan vuoksi</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Vaatteiden hankinta hinta edellä - Laatu ei tärkeää vaateostoksia tehdessä 	<p>Osalle kuluttajista vaatteiden laadukkuus ja pitkäikäisyys ei ole tärkeää</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Vaatelahjojen epämieluisuus syynä vaatteiden pois heittämiseen - Virheostokset syynä vaatteiden pois heittämiseen 	<p>Virheostokset syynä lyhyeen käyttöikään</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Vaatetarpeiden muuttuminen syynä vaatteiden pois heittämiseen - Työpaikan takia tarve hankkia uusia vaatteita tai muuttaa tyyliä 	<p>Vaatetarpeiden muuttuminen syynä vaatteiden pois heittämiseen</p>

<ul style="list-style-type: none">- Vanhojen ja/tai rikkiäisten vaatteiden jatkokäyttö muussa muodossa- Vaatteiden jatkokäyttö lahjoittamalla tutuille- Vaatteiden jatkokäyttö lahjoittamalla kirpputoreille	Vaateen käyttöä voi jatkaa käyttämällä vaatetta jossakin muussa muodossa tai lahjoittamalla sen eteenpäin
--	---

Liite 4: Pääluokat ja kokoavan käsitteen muodostaminen

<ul style="list-style-type: none"> - Jotkin materiaalit tekevät vaatteista pitkäikäisiä ja laadukkaita - Jotkin materiaalit tekevät vaatteista lyhytikäisiä, mutta joskus myös mukavia - Hyvin valmistetut vaatteet ovat todennäköisesti pitkäikäisiä - Halvat kaukana valmistetut vaatteet ovat todennäköisesti huonolaatuisia ja lyhytikäisiä, kalliit lähellä valmistetut päinvastoin laadukkaita ja pitkäikäisiä 	Valmistus
<ul style="list-style-type: none"> - Muodin ja tyylin muuttumista kestävätkä vaatteet ovat usein pitkäikäisiä - Oman tyylin löytyminen ja ulkonäön merkityksen väheneminen mahdollistavat pitkän käyttöiän - Vaatteet, joilla on paljon tunnearvoa tai rahallista arvoa, ovat usein pitkäikäisiä - Monikäyttöisyys, käytännöllisyys ja käyttömukavuus mahdollistavat pitkän käyttöiän - Vartalon muutoksiin mukautuminen mahdollistaa pitkän käyttöiän 	Muutoksiin mukautuminen
<ul style="list-style-type: none"> - Käyttö ja (runsas) pesu kuluttavat vaatteita - Epäsiisteys voi tehdä vaatteista käyttökelvottomia - Kuluneet vaatteet saattavat olla edelleen käyttökelpoisia varsinkin arkikäytössä ja kotivaatteina - Vaatteiden oikein huoltaminen pidentää käyttöikä, kun taas väärin huoltaminen voi lyhentää käyttöikä - Helppohoitoisuus ja korjattavuus mahdollistavat pitkän käyttöiän 	Käyttö ja huolto
<ul style="list-style-type: none"> - Vaatteiden nopea kulumisen ja hajoaminen on pettymys - Vaatteen käyttöikä on vaikea arvioida ennalta - Laatu tarkoittaa kuluttajille ennen kaikkea pitkäikäisyyttä ja kulutuksenkestoa - Osalle kuluttajista vaatteiden laadukkuus ja pitkäikäisyys on tärkeää - Osa kuluttajista pitää laatua tärkeänä, mutta valitsee välillä vähemmän laadukkaita vaatteita esim. vähäiseen käyttöön tai alhaisen hinnan vuoksi - Osalle kuluttajista vaatteiden laadukkuus ja pitkäikäisyys ei ole tärkeää 	Käyttöiän arvioinnin vaikeus
<ul style="list-style-type: none"> - Virheostokset syynä lyhyeen käyttöikä - Vaatetarpeiden muuttuminen syynä vaatteiden poistamiseen - Vaatteen käyttöikä voi jatkaa käyttämällä vaatetta jossakin muussa muodossa tai lahjoittamalla sen eteenpäin 	Käyttöiän jatkaminen

Kokoavan käsitteen muodostaminen

<ul style="list-style-type: none">- Valmistus- Muutoksiin mukautuminen- Käyttö ja huolto- Käyttöön arvioinnin vaikeus- Käyttöön jatkaminen	Kuluttajien kokemuksia vaatteiden käyttäjästä
--	--