
**SUKUPUOLINEUTRAALIN KUOSI- JA
PRINTTIMALLISTON SUUNNITTELU 2–5-VUOTIAILLE
LAPSILLE**



Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö
Muotoilun koulutusohjelma/Wetterhoff
Visamäki, Hämeenlinna, 16.5.2011

Mira Vanttaja



Muotoilun koulutusohjelma
Hämeenlinna

Työn nimi Sukupuolineutraalin kuosi- ja printtimalliston suunnittelu
2–5-vuotiaille lapsille

Tekijä Mira Vanttaja

Ohjaava opettaja Juha Laurikainen

Hyväksytty _____ . _____ . 20 _____

Hyväksyjä

VISAMÄKI

Muotoilun koulutusohjelma

Muotoilun suuntautumisvaihtoehto

Tekijä	Mira Vanttaja	Vuosi 2011
Työn nimi	Sukupuolineutraalin kuosi- ja printtimalliston suunnittelu 2–5-vuotiaille lapsille	

TIIVISTELMÄ

Opinnäytetyön aiheena oli suunnitella sukupuolineutraali kuosi- ja printtimallisto 2–5-vuotiaille lapsille. Opinnäytetyössä selvitettiin millaisia kuoseja ja printtejä pidetään sukupuolineutraaleina ja millaisia ne voisivat olla väreiltään ja kuvioiltaan. Opinnäytetyössä selvitettiin lisäksi sekä tytöille että pojille sopivien lastenvaatteiden kysyntää ja tarjontaa. Työn tavoitteena myös oli herättää keskustelua lastenvaatteiden sukupuolittuneisuudesta ja tarjota vaihtoehtoja lastenvaatteiden valikoimiin.

Malliston suunnittelun taustaksi työssä selvitettiin värien ja painokankaiden historiaa koskevia tutkimuksia sekä erilaisia aihepiiriin liittyviä artikkeleita ja kirjoituksia. Lisäksi laadittiin internetkysely, jossa tiedusteltiin ihmisten mielipiteitä sukupuolineutraaleista lastenvaateista. Sukupuolineutraalien lastenvaatteiden nykyisen tarjonnan selvittämiseksi tehtiin myös havainnointia lastenvaateliikkeissä ja – osastoilla.

Kyselyn tuloksena selvisi, että kysyntää sukupuolineutraaleille vaatteille olisi paljon, mutta tarjonta on tällä hetkellä erittäin suppeaa. Peräti 92 prosenttia kyselyyn vastanneista olisi valmis ostamaan sukupuolineutraaleja vaatteita omalle lapselleen. Vastaajat pitivät lähes kaikkia värejä ja kuoseja molemmille sukupuolille sopivina. Vain punaisen ja sinisen sävyjä sekä violettia pidettiin vain toiselle sukupuolelle sopivana. Kuvioaiheista vain kukat, urheilu ja kulkuneuvot jakoivat mielipiteet selkeästi.

Lopullisella mallistolla ilmennettiin se, millaisia kuoseja ja printtejä pidetään sukupuolineutraaleina. Mallisto jaettiin kuuteen teemaan ja siihen valittiin 26 tytöille ja pojille sopivaa kuosia ja printtiä. Malliston teemat ovat avaruus, eläimet, hedelmät, tavarat, luonto ja abstraktit kuviot.

Avainsanat Kuosinsuunnittelu, kuosi, printti, sukupuolineutraalius, lapset

Sivut 46 s. + liitteet 3 s.

VISAMÄKI
Degree Programme in Design
Design Option

Author	Mira Vanttaja	Year 2011
Subject of Bachelor's thesis	Designing Gender-Neutral Pattern and Print Collection for Children Aged Two to Five	

ABSTRACT

The purpose of the thesis was to design gender-neutral patterns and prints for 2-to-5- year old children. The main focus was to find out what kind of patterns and prints are considered gender-neutral and what would be suitable colors and figures. Also the supply and demand of gender-neutral children's wear was explored. The aim was to encourage discussion on divided children's wear and to provide alternatives for children's clothing selections.

Background information was collected from magazines, books and research related to the history of colors and prints. Another research method was a questionnaire where people's opinions about gender-neutral children's clothes were enquired. Some observation was also done in children's clothes stores to find out what the supply in stores is today.

The result of the questionnaire was that there would be a lot of demand for gender-neutral clothes but the selections are very limited. As many as 92 percent of the respondents would buy gender-neutral clothes for their own child. The respondents considered almost every color and pattern suitable for both boys and girls. Only red and blue tones and purple were considered suitable for only either sex. Flowers, sports and vehicles divided opinions when patterns were concerned.

The final collection shows what kind of patterns and prints are considered gender-neutral. The collection was divided to six themes, and 26 patterns and prints were chosen, suitable for both boys and girls. The themes of the collection are space, animals, fruits, objects, nature and abstract patterns.

Keywords Pattern design, pattern, print, gender-neutrality, children

Pages 46 p + appendices 3 p.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
1.1	Aiheen valinta ja rajaus.....	2
1.2	Tavoitteet.....	2
1.3	Kysymyksen asettelu.....	3
1.4	Viitekehys.....	3
2	SOSIAALINEN SUKUPUOLI.....	5
3	LASTENVAATTEIDEN HISTORIAA.....	6
3.1	Painokankaan historiaa.....	6
3.2	Värien historiaa.....	7
3.3	Lastenvaatteiden sukupuolittuneisuuden ilmiöitä.....	8
4	MIELIPIDEKYSELY LASTENVAATTEISTA.....	13
4.1	Lastenvaatteiden ostoon liittyvien kysymysten vastaukset.....	14
4.2	Lastenvaatteiden ulkonäköön liittyvien kysymysten vastaukset.....	18
4.3	Avoimien mielipidekysymysten tulokset.....	19
5	LASTENVAATELIIKKEIDEN VALIKOIMAN KARTOITUS.....	22
6	MALLISTO JA SEN SUUNNITTELU.....	24
6.1	Mallisto.....	25
6.1.1	Avaruus.....	25
6.1.2	Eläimet.....	28
6.1.3	Hedelmät.....	31
6.1.4	Tavarat.....	33
6.1.5	Luonto.....	36
6.1.6	Abstraktit.....	39
7	YHTEENVETO JA POHDINTA.....	43
	LÄHTEET.....	45

Liite 1 Webropol-kysely



1 JOHDANTO

*Mistä on pienet tytöt tehty, mistä on pienet tytöt tehty?
Sokerista, kukkasista, inkivääristä, kanelista.
Niistä on pienet tytöt tehty!*

*Mistä on pienet pojat tehty, mistä on pienet pojat tehty?
Etanoista, sammakoista, koiranhännän tupsukoista.
Niistä on pienet pojat tehty!*

Tanskalainen kansanloru, suom. Kirsi Kunnas

Vai ovatko sittenkään? Lapset jaetaan sukupuolen mukaan yhä suuremmassa määrin selkeästi tyttöihin ja poikiin. Jakoa tehdään niin leikkien, lelujen, vaatteiden kuin käyttäytymisenkin mukaan. Kaikki lapset eivät ole synnynnäisiä prinssejä tai prinsessoja, mutta valinnanvaraa muuhun ei juuri ole. Kaupat on jaettu vaaleanpunaisiin ja vaaleansinisiin osastoihin, joista ei ole vaikeaa päätellä, kummalle osastolle tytön tai pojan on suunnattava.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on käsitellä vaatteiden sukupuolittuneisuutta, sen historiaa ja ilmiötä. Työssä selvitettiin, millaisia kuoseja ja printtejä pidetään sukupuolineutraaleina ja millaisia ne voisivat olla väreiltään ja kuvioiltaan. Tarkoituksena on myös selvittää sekä tytöille että pojille sopivien lastenvaatteiden kysyntää ja tarjontaa. Opinnäytetyön päätehtävä on suunnitella sukupuolineutraali kuosi- ja printtimallisto 2-5-vuotiaille lapsille. Suunnittelutyön pohjana käytetään tätä opinnäytetyötä varten laaditun mielipidekyselyn sekä aikaisempien tutkimusten tuloksia.

Opinnäytetyön alussa kerrotaan aiheen valinnasta ja lähtökohdista sekä sen tavoitteista. Luvuissa kaksi lukijalle alustetaan, mitä sosiaalinen sukupuoli tarkoittaa ja kuinka siihen liittyvät esimerkiksi sukupuoliroolit ja –stereotypiat. Luvussa kolme käsitellään niin painokankaan kuin värien historiaa, ja tarkastellaan ilmiötä, joita lastenvaatteiden sukupuolittuneisuuden on viime vuosina liittynyt.

Malliston suunnittelun perustaksi on tehty mielipidekysely, jonka vastaukset on käsitelty luvussa viisi. Mallistoon suunnitteluun on vaikuttanut myös vaateliikkeissä tehty havainnointi ja sen tuomat tulokset. Kaikkien näiden pohjalta sekä omaa ideointia hyödyntäen on suunniteltu sukupuolineutraali kuosi- ja printtimallisto lapsille.

1.1 Aiheen valinta ja rajaus

Tavoitteenani on valmistumisen jälkeen työskennellä suunnittelijana jossain suuressa yrityksessä. Mikäli mahdollista, haluaisin keskittyä nimenomaan kuosien ja printtien suunnitteluun. Tästä syystä halusin tehdä opinnäytetyönäni kuosimalliston. Opinnäytetyöstäni saan lisää varmuutta ja rutiinia kuosinsuunnitteluun ja tietysti materiaalia portfoliooni.

Minulle oli alusta asti selvää, että opinnäytetyössäni teen jotain konkreettista, en pelkkää tutkimustyötä. Aikani aiheita pohdittuani päädyin lopulta valitsemaan aiheekseni kuosisuunnittelun, sillä piirtäminen ja sen ohella kuosit ja printit ovat olleet vahvuuteni koko opiskelujeni ajan. Valintaani vahvisti Seppälällä suoritettu kolmen kuukauden harjoittelu, jossa suunnitelin paljon kuoseja niin lapsille, nuorille kuin aikuisille naisillekin. Sain hyvää palautetta etenkin lastenvaatteiden kuoseista ja piirtämistyylini sopiikin erityisesti juuri lastenvaatteisiin.

Aiheeksi rajautuivat ensin lastenvaatteiden kuosit. Aihe oli kuitenkin vielä laaja eikä sitä ollut vielä rajattu tarpeeksi, joten pohdin, halusinko tehdä kuoseja tytöille vai pojille. Etsin tietoa lastenvaatteista internetin keskustelupalstoilta ja nopeasti kävikin ilmi puute, joka monessa lastenvaateliikkeessä oli ja on edelleen: vaatteita ei löydy kaikille lapsille, vaan tyttöjen ja poikien osastot on selvästi eroteltu niin värien kuin kuosiensa puolesta. Keskustelijoita ärsytti selvä jako tyttöjen ja poikien välillä sekä vaatteiden kertakäyttöisyys, jos perheessä on eri sukupuolta olevia lapsia.

Keskustelupalstoilta kävi ilmi, että puutetta sekä tytöille että pojille sopivista vaatteista oli nimenomaan melko pienten lasten vaatteissa, muttei kuitenkaan vauvaikäisten vaatteissa, sillä niissä valikoimaa oli jo valmiiksi melko hyvin. Tästä lähti idea sukupuolineutraalin kuosimalliston suunnitteluun 2–5-vuotiaille lapsille.

En halunnut tehdä työtä suoraan yritykselle, sillä halusin täysin vapaat kädet malliston suunnittelulle. Yhteistyö jonkin yrityksen kanssa olisi varmasti ohjannut suunnittelutyötä ja halusin opinnäytetyössäni vapauden toteuttaa omia ideoitani, kuitenkin kaupallista ajattelua silmällä pitäen. Toinen syy oli se, että ideaa sukupuolineutraalista kuosimallistosta olisi ollut erittäin vaikeaa markkinoida yrityksille etukäteen, sillä en ollut vielä selvittänyt, onko mallistolle kysyntää.

1.2 Tavoitteet

Työn tavoitteena on suunnitella onnistunut kuosimallisto lapsille. Tarkoituksena ei ole suhtautua lapsiin sukupuolettomina olentoina, vaan sen sijaan tuoda lisää mielenkiintoisia, hauskoja ja lapsille soveltuvia kuoseja heidän vaatteisiinsa. Tarkoituksena on myös herättää keskustelua ja saada aikaan mahdollisia muutoksia vaatteiden valikoimissa. Lisätavoitteena olisi saada mallisto myytyä johonkin yritykseen tai ainakin saada töitä sen avulla.

1.3 Kysymyksen asettelu

Halusin selvittää, mistä tulevat sukupuolittuneet roolit ja stereotypiat ja kuinka ne heijastuvat lastenkin pukeutumiseen. Taustatutkimuksessa oli tarkoituksena monipuolisesti kartoittaa jo olemassa olevia mallistoja lastenvaatteita tarjoavista eri vaateliikkeistä. Tarkoituksena oli myös saada selvyys siihen, millaisia vaatteita ihmiset haluavat lapsille ostaa ja onko sukupuolineutraalisuus toivottava asia. Halusin myös selvittää, millaisia elementtejä ihmiset pitävät sukupuolineutraaleina.

Pääkysymykseni on:

- Millainen on lasten kuosi- ja printtimallisto, jota voidaan pitää sukupuolineutraalina?

Alakysymyksiä ovat:

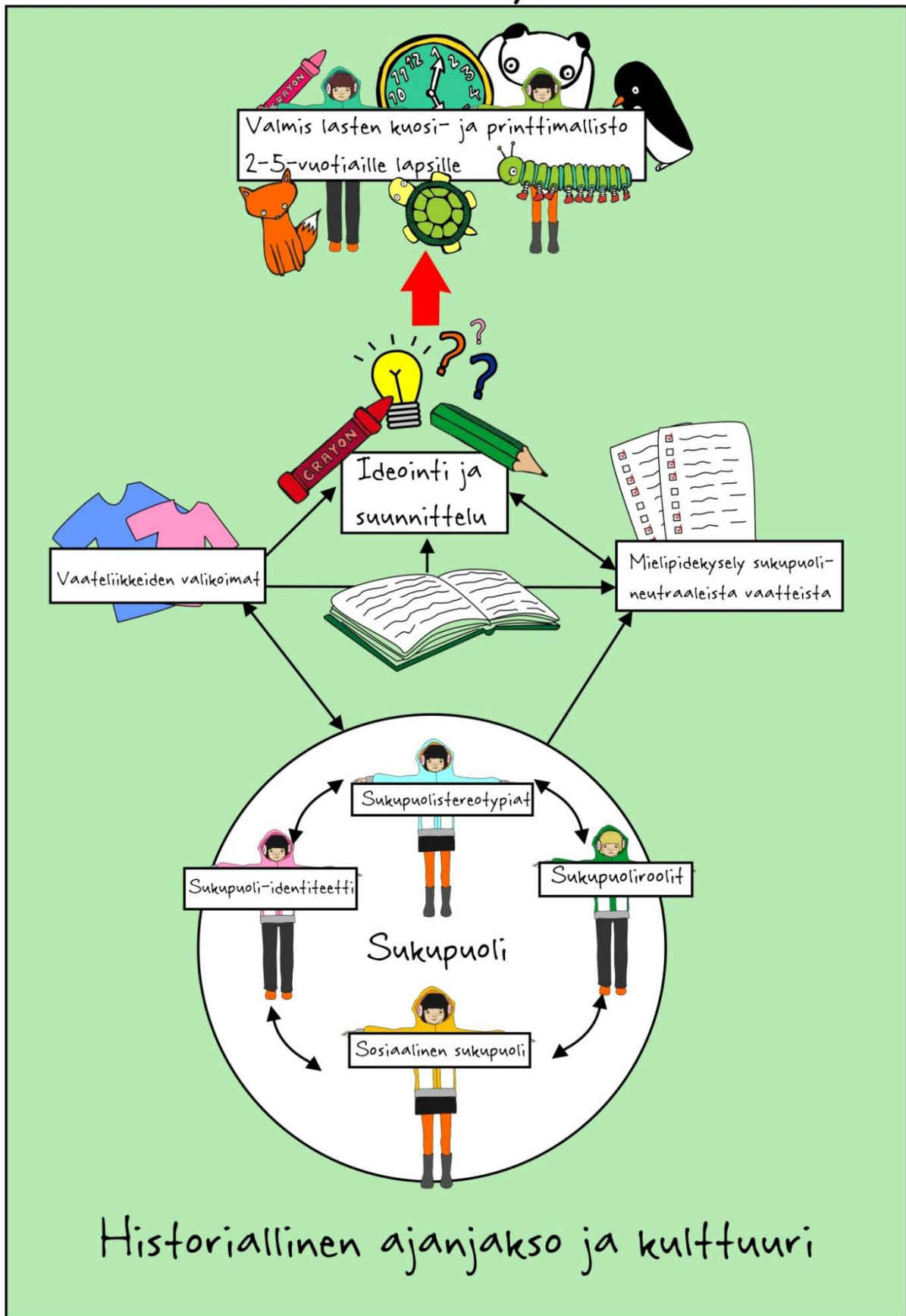
- Millaisia kuoseja ja printtejä pidetään sukupuolineutraaleina?
- Mitä värejä ja kuvioita pidetään sekä tytöille että pojille sopivina?
- Millainen lastenvaatteiden tarjonta on nykyään?
- Onko sukupuolineutraaleille lastenvaatteille kysyntää?

Tutkimuksen päätehtävä on suunnitella sukupuolineutraali kuosi- ja printtimallisto 2–5-vuotiaille lapsille käyttäen suunnittelutyön pohjana tätä tutkimusta varten laaditun kyselyn sekä aikaisempien tutkimusten tuloksia.

1.4 Viitekehys

Sivulla 4 oleva viitekehys kuvaa tutkimuksen kannalta keskeisimmät asiat. Kulttuuri ja senhetkinen ajanjakso muovaavat ihmisten käsityksiä ja mielipiteitä siitä, kuinka sukupuolet erotellaan. Sukupuoleen liittyy läheisesti niin sosiaalinen sukupuoli kuin erilaiset sukupuoliroolit ja – stereotypiat. Nämä taas muovaavat ihmisen käsitystä omasta sukupuoli-identiteetistä. Kaikki nämä muodostavat tietynlaisen kehän ja vaikuttavat näin toinen toisiinsa. Kaikki kehän osat vaikuttavat vahvasti vaateliikkeiden valikoimiin, joissa osastot on yleensä jaettu selkeästi kahtia tyttöjen ja poikien osastoiksi. Tutkimusta varten tehtiin mielipidekysely, jonka laatimiseen vaikuttivat niin kauppojen valikoimat kuin internetistä ja kirjoista luettu tieto. Kulttuuri ja tämänhetkinen aika on vaikuttanut taustalla jokaiseen tehtyyn päätökseen. Kaikki nämä edellä mainitut asiat ovat vaikuttaneet suunnitteluun ja ideointiin, jonka tuloksena on lopulta suunniteltu valmis kuosi- ja printtimallisto 2–5-vuotiaille lapsille.

Viitekehys



Kuva 1 Viitekehys kuvaa tutkimuksen kannalta keskeisimmät asiat

2 SOSIAALINEN SUKUPUOLI

Suomen kielessä käytössä olevalla sanalla *sukupuoli* on kaksi merkitystä; biologinen ja sosiaalinen. Englannin kielessä sukupuolelle on kaksi sanaa, *gender* ja *sex*. Ensimmäistä käytetään, kun tarkoitetaan kulttuurin muokkaamaa sosiaalista sukupuolta, ja jälkimmäistä, kun tarkoitetaan biologista tai fyysistä sukupuolta. Biologisia vaihtoehtoja on usein vain kaksi, tyttö ja poika, mutta sosiaalisia vaihtoehtoja jo huomattavasti useampia, esimerkiksi maskuliinisuus, feminiinisyys, androgyynisyys tai sukupuolineutraalisuus. (Keskinen & Lehtonen 1998, 72–73.)

Sosiaaliseen sukupuoleen liittyy läheisesti niin sukupuoli-identiteetti kuin sukupuoliroolikäyttäytyminenkin. Sukupuoli-identiteetti tarkoittaa tietoisuutta omasta sukupuolesta ja sen kautta ihminen kokee kuuluvansa johonkin ryhmään. Sukupuoliroolit taas tarkoittavat niitä asenteita, normeja, velvollisuuksia, pakotteita ja odotuksia siitä, miten meidän tulisi tietyn sukupuolen edustajana toimia. Nämä asenteet taas ovat peräisin sukupuolistereotypioista. Sukupuolistereotypiat ovat yksinkertaistettuja ja vanha-kantaisia ajatuksia siitä, kuinka meidän tulisi miehenä tai naisena käyttäytyä. (Keskinen & Lehtonen 1998, 72–73.) Tällaisia ovat esimerkiksi väitteet, että naiset ovat tunteellisempia, miehet ovat loogisempia tai että naisilla on luonnostaan hoivavietti.

Sukupuoli-identiteettiä lähdetään rakentamaan jo ensimmäisten elinvuosi-en aikana, ja ympäröivät ihmiset sekä kulttuuri muokkaavat sitä. Myös sukupuoliroolit muodostuvat jo pienestä pitäen ja mallit niihin tulevat aikuisilta. Esimerkiksi pojan vilkkaus, aggressiivisuus tai häiriökäyttäytyminen saatetaan kuitata sanomalla ”Pojat on poikia”, mutta jos tyttö käyttäytyy samalla tavalla, saatetaan epäillä helpommin esimerkiksi keskittymishäiriötä tai ADHD:tä. Myös lasta kehuttaessa saatetaan käyttää ilmaisuja, jotka luovat lapselle heti tietyn roolin; reipas poika, kiltti tyttö, rohkea poika tai nätti tyttö. Länsimaisessa kulttuurissa näyttää olevan arvokkaampaa olla maskuliininen kuin feminiininen. (Uro 2010; Rautio & Saastamoinen 2006, 94–96.)

Usein näkyvin asia, josta pienen lapsen tunnistaa tytöksi tai pojaksi, ovat vaatteet. Vaatteiden avulla ilmaistaan jo kaukaa yksilön sukupuoli, ja jo vuosikymmenet on ollut voimassa yleinen normi, että poikavauvat puetaan vaaleansiniseen tai sinisen eri sävyihin ja tyttövauvat vaaleanpunaiseen tai punaisen eri sävyihin. Vaatteet luovat automaattisesti sukupuoliroolin, jonka mukaan lasta kohdellaan. Sukupuolineutraalit vaatteet saattavat luoda hämmennystä, kun tuntematon ihminen ei enää tiedäkään, kuinka lasta ”tulisi” kohdella. Sukupuolineutraaleilla vaatteilla saataisiin häivytettyä hieman sitä rajaa, joka tyttöjen ja poikien väliin usein luodaan; lasta kohdeltaisiin tasa-arvoisesti lapsena, ei niinkään tyttöinä tai poikana.

Enjalan artikkelissa ”Muotivaatteita pojillekin” Minityyli-blogia pitävä Laura Andersson on kokenut nimenomaan poikien vaatteiden ostamisen hankalaksi. Tarjolla on synkkiä värejä ja hirviöiden kuvia. Pirteitä vaatteita on lähinnä vain tytöille. Myös Gaudete Kids -lastenvaateliikettä pitävä Anna Eroma kokee asian ongelmaksi. Pojille on tarjolla vain neljäsosa

vaatteista, sillä tyttöjen vaatteissa on enemmän vaihtoehtoja mekkojen, hameiden ja tunikoiden muodossa. Useiden vaatekauppojen mukaan myös poikien vaatteiden kysyntä ja myynti on noussut, mutta ostajat ovat olleet myös tyytymättömiä sukupuolittuneeseen valikoimaan. (Enjala 2009.)

3 LASTENVAATTEIDEN HISTORIAA

3.1 Painokankaan historiaa

Teollinen painokangastuotanto syntyi 1700–1800-lukujen vaihteessa Englannissa. Siihen aikaan kankaita painettiin pyörivällä painotelalla, joka keksittiin vuonna 1783, ja se nopeutti tuotantoa merkittävästi. Myös värit kehittyivät, ja luonnonvärien rinnalle tuli synteettisiä värejä. Suomessa teollinen painokangastuotanto syntyi vuonna 1861. Ensimmäinen paino oli Forssan kangaspaino, jonka perusti ruotsalainen Axel Wilhelm Wahren. Wahren oli edelläkävijä myös markkinoinnin suhteen, sillä hänellä oli maanlaajuinen myyntiverkosto edustajineen. Aluksi painokankaat jäljittelevät kudottuja kankaita, joiden taso oli korkealaatuista ja kankaan erottikin lähinnä halpa hinta. Kangasmalleja hankittiin ulkomailta ja samoja malleja painettiin vuosikymmenten ajan. Painokangassuunnittelu modernisoitui 1930-luvulla, jolloin myös ensimmäiset suomalaiset painokangassuunnittelijat aloittivat Helsingin Taidevärjäamo Oy:ssä. Heistä ensimmäinen oli tekstiilitaiteilija Eva Taimi. (Niinimäki & Saloniemi 2008, 17–23, 43–48.)

Lastenpainokankaat tulivat vasta 1940-luvulla sota- ja pula-ajan jälkeen, jolloin kysyntä kasvoi hyvinvoinnin myötä. Tätä ennen lapsille ja aikuisille oli samat painokankaat - usein vain raidallista pojille ja kukallista tytöille. Kaj Franck työskenteli Helsingin Taidevärjäamo Oy:ssä ja suunnitteli yhden Suomen ensimmäisistä lastenkuoseista. 1960- ja 1970-luvuilla lastenkuosien kysyntä ja tarjonta kasvoivat, kun lapset saivat omia huoneita käyttöönsä. (Pollari 2009, 5-6.)

1960-lukua voidaan pitää painokankaiden kulta-aikana. Kuoseja oli tarjolla niin murretuista slaavilaisista kuoseista aina värikkäisiin hippikankaisiin. Uusia tehtaita perustettiin, ja painokangastuotanto oli huipussaan. Annika Rimala suunnitteli vuonna 1968 Tasaraita-trikoon, joka aloitti uuden vaiheen vaatetuskankaiden suunnittelussa. (Niinimäki & Saloniemi 2008, 97–98.) 1970-luku oli säästäväisyyden aikaa ja ihmiset ompelivat paljon itse, vaikka tehdasvalmisteiset tuotteet yleistyivät. Säästäväisyys näkyi myös siinä, että koko perheellä saattoi olla samanlaiset vaatteet – usein juuri Marimekon Tasaraitaa. Unisex-käsite – naisilla ja miehillä samanlaiset vaatteet – alkoi siirtyä myös lastenvaatteisiin. (Hänninen, Nummelin, Teerijoki 2008, 72–73.)

Yksi tärkeimmistä lasten painokankaiden suunnittelijoista Suomessa on Aini Vaari. Kankaiden parissa hän on työskennellyt 1950-luvun alusta aina 2000-luvulle asti. Hänet muistetaan muun muassa lasten nenäliinoista, jotka oli kuvioitu pirteillä ja iloisilla kuvilla, ja joita oli erikseen tytöille ja pojille. 1960-luvulla, kun lastenhuoneiden määrä yleistyi ja loi tarpeen uu-

sille tuotteille, Vaari suunnitteli Nukku-Matti -lastenlakanan. Myöhemmin hän suunnitteli lastenkuoseja muun muassa Mattitrikoolle, Suomen Trikoolelle, Finpilelle ja ruotsalaisille valmistajille. (Niinimäki & Saloniemi 2008, 111–113.)

Toinen tunnettu lastenkuosien suunnittelija on Kioton taideteollisuuskoulusta valmistunut Katsuji Wakisaka, joka suunnitteli Marimekolle muun muassa Bo Boo -kuosin vuonna 1975 (Kuva 2). Kuosia myydään edelleen Marimekolla ja sitä löytyy kankaiden ja vuodevaatteiden lisäksi myös esimerkiksi tuttipulloista. Myös muut tehtaat huomasivat lastenkuosien menestyksen ja Tampella Oy ja Barker Oy valmistivat vuonna 1975 jopa lasten itsensä suunnittelemia kankaita. (Niinimäki & Saloniemi 2008, 131.)



Kuva 2 Katsuji Wakisakan suunnittelema Bo Boo-kuosi vuodelta 1975. (Marimekko)

3.2 Värien historiaa

Vaaleanpunainen ei ole aina ollut tyttöjen väri eikä sininen poikien väri. 1800-luvun Euroopassa lapset käyttivät valkoisia vaatteita mekoista takkeihin kaikkine brodeerauksineen ja pitseineen. Siitä, milloin ja miksi vaaleanpunainen ja sininen tulivat muotiin, on kiistelty paljon, mutta kaikki viittaa Pikku Naisia -romaaniiin, joka julkaistiin vuonna 1868. Romaanissa Amy sitoo vaaleanpunaisen ja sinisen rusetin kaksosille Daisylle ja Demille, jotta ihmiset erottavat kumpi on tyttö ja kumpi poika. Kirjassa tämä on tehty ”ranskalaiseen tapaan”, joten on mahdollista, että tuolloin Ranskassa on jo ollut tapana käyttää värejä tyttöjen ja poikien erottelussa. (Frassanito & Pettorini 2007.)

Aikoinaan joissakin maissa vaaleanpunaista pidettiin nimenomaan poikien värinä. Katsottiin, että se oli ”laimeampi versio” dramaattisesta, rohkeasta ja voimakkaasta punaisesta. Sinistä – etenkin tummansinistä – pidettiin tyttöjen värinä, sillä se juonsi juurensa Neitsyt Mariasta, jolla oli kristillisessä Euroopassa ja etenkin katolilaisessa kirkossa keskeinen asema. 1910-luvulla sekä amerikkalainen sanomalehti *The Sunday Sentinel* että *Ladies Home Journal* kehottivat äitejä pukemaan pojilleen vaaleanpunaista, sillä se oli värinä vahvempi kuin tytöille puettava hienostunut ja siro sininen. (Frassanito & Pettorini 2007.)

Vasta 1950-luvulla vaaleanpunaisen katsottiin olevan feminiininen ja sinisen maskuliininen väri. Toisen maailmansodan aikana natsit käyttivät keskitysleirivangeilla tunnuksia, jotta he tunnistivat, mihin kastiin kukin vankei kuului. Vaaleanpunaista kolmiota käytettiin alimmalla kastilla, jotka olivat homoseksuaaleja. 1940-luvulta eteenpäin vaaleanpunainen yhdistettiin tyttöihin ja ”Think pink” oli yksi markkinointisloganeista, jolla haluttiin naisten ylistävän feminiinisyyttään. Toisen maailmansodan jälkeen myös sininen väri yleistyi miesten uniformuissa, jonka takia se yhdistettiin maskuliinisuuteen. (Frassanito & Pettorini 2007; Paoletti 2009.)

1960-luvulla naisten vapautusliikkeen aikaansaamana vaaleanpunaista pidettiin värinä, jota ei haluttu pukea tytöille. Kaikki feministiset viittaukset poistettiin pukeutumisesta, jotta jokainen lapsi olisi saanut kasvaa sellaiseksi kuin haluaa. Ironisesti tästä syntyikin vastaliike 1970-luvun lopussa, jolloin vaaleanpunaisesta tuli pysyvästi feminiininen väri. (Paoletti 2009.)

3.3 Lastenvaatteiden sukupuolittuneisuuden ilmiötä

Sukupuolineutraalius ja sukupuolineutraalit vaatteet ovat viime vuosien aikana olleet melko paljon mediassa, ja ihmisiä se on niin ihastuttanut kuin vihastuttanutkin. Usein hämmennystä on aiheuttanut se, että sukupuolineutraalius sekoitetaan sukupuolettomuuteen. Itse haluan mallistoni kautta herättää sekä keskustelua että lisätä vaihtoehtoja. En koe, että lastenvaatteiden tulisi olla täysin sukupuolineutraaleja, mutta nykyinen selkeä jako tyttöjen ja poikien vaatteisiin on hyvin kapeakatseinen, sillä kaikki tytöt eivät ole hyvin feminiinisiä tai kaikki pojat maskuliinisia. Siksi valinnanvaraa saisi olla enemmän ja jokainen voisi toteuttaa itseään – myös vaatteiden kautta.

Nuoret brittiläiset äidit Emma ja Abi Moore ärsyntyivät tyttöihin kohdistuvaan markkinointiin siinä määrin, että perustivat nettikampanjan *Pink Stinks*. Kampanja keskittyy antamaan tytöille positiivisia roolimalleja median antamien roolimallien sijaan. He kampanjoivat median antamia roolimalleja vastaan, sillä niissä naisiin ja tyttöihin kohdistetaan suuria ulkonäköpaineita. He ovat kiinnittäneet huomiota niin mainoksissa käytettyyn kieleen kuin itse tuotteisiinkin. Sivuille on kerätty markkinoiden suurimmat ylilyönnit lapsille tarkoitetuista tuotteista (Kuvat 3 ja 4). (*Pink Stinks* 2011.)



Kuva 3 Jo alle 6-kuukautisille lapsille on tarjolla korkokenkiä. (Heelarious)



Kuva 4 Vaateketju Zaran ”Do you want candy?”- ja ”I am sweeter than ice cream” -paidat lapsille. Meikatut lapset ja epäkorrekrit tekstit ovat herättäneet useissa äideissä ärsytystä. (Pink Stinks)

Kuvataiteilija Heidi Lunabba on valokuvasarjassaan käsitellyt sitä, kuinka aikuiset määrittelevät lapsen sukupuolen vaatteilla (Kuvat 5 ja 6). Lähtökohtana ovat olleet lasten muotikuvat ja Lunabba haluaakin kuvillaan herättää keskustelua muotikuvista, sillä niissä usein korostetaan lapsen sukupuolta ja tehdään heistä pieniä aikuisia. Hän myös kyseenalaistaa sen, onko lapsia syytä sukupuoliroolittaa niin nuorena. Lunabban mukaan näyttelyn tarkoituksena on rohkaista lapsia kokeilemaan kaikenlaisia leikkejä – niin että jokainen voisi kokea molemmista sukupuolirooleista positiiviset asiat. (Uro 2010.)



Kuva 5 Kuvissa sama henkilö esittää sekä tyttöä että poikaa. Kuvat on jälkikäteen yhdistetty digitaalisesti. (Valokuvaaja: Heidi Lunabba)



Kuva 6 Tyttö vai poika? Vai onko sillä merkitystä? (Valokuvaaja: Heidi Lunabba)

JeongMee Yoon on eteläkorealainen valokuvaaja, joka on lopputyönään vuodesta 2005 tehnyt valokuvasarjaa The Pink & Blue Project. Kuvissaan hän on kuvannut eri maalaisia lapsia, jotka ovat keskellä heidän vaaleanpunaisia tai sinisiä tavaroita (Kuvat 7 ja 8). Idea kuvasarjaan tuli hänen 5-vuotiaalta tyttäreltään, joka rakastaa vaaleanpunaista; hän haluaisi pukeutua pelkästään vaaleanpunaiseen ja leikkiä vain vaaleanpunaisilla leluilla.



Kuva 7 SeoWoo ja hänen vaaleanpunaiset tavaransa. (Valokuvaaja: JeongMee Yoon)



Kuva 1 Terry ja hänen siniset tavaransa. (Valokuvaaja: JeongMee Yoon)

Kuvien avulla hän tutkii eroja ja mieltymyksiä eri kulttuurien, sukupuolten ja etnisten ryhmien välillä. Kuvat nostavat myös esiin nykyisen kulutusyhteiskunnan ja sen, kuinka kuluttajille mainostetaan tavaroita. Värien lisäksi tyttöjä ja poikia erottavat myös itse tavarat, jotka ohjaavat heidän käytöstään ja ajattelutapaansa. Tyttöjen tavaroissa on paljon hoivaamiseen ja ulkonäköön liittyviä asioita, kun taas pojilla tavarat liittyvät esimerkiksi luontoon, robotteihin, teollisuuteen ja dinosauruksiin. (Yoon 2005.)

Asiaa on tutkittu paljon myös Yhdysvalloissa: Jo B. Paoletti on amerikkalainen tekstiilialan professori, joka on tutkinut laajasti lasten pukeutumista ja sen sukupuolittuneisuutta sekä lasten sukupuolieroja. Hän on kirjoittanut useita aiheeseen liittyviä tutkimuksia ja artikkeleita ja tänä vuonna häneltä ilmestyy aiheetä käsittelevä kirja.

4 MIELIPIDEKYSELY LASTENVAATTEISTA

Sukupuolineutraaleja lastenvaatteita koskeva kysely (Liite 1) tehtiin Webropol-ohjelmalla. Mikäli olisi tehty perinteisempi postikysely, olisi ongelmaksi tullut otoksen määrittäminen, jotta olisi saatu kattava tutkimustulos. Väestörekisterikeskuksen maksulliseen otantaan ei ollut resursseja, joten Webropolilla laadittu kysely oli parhain mahdollinen vaihtoehto saada runsaasti vastauksia. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, onko sukupuolineutraaleille vaatteille kysyntää ja millaisia kyseiset vaatteet voisivat olla. Kysely on pääasiassa kvantitatiivinen ja siinä on hyvin spesifisiä kysymyksiä, mutta lopussa on kolme kvalitatiivista avointa kysymystä, joiden avulla selvitettiin vastaajan mietteitä lastenvaatteista.

Webropol-ohjelman etuna on se, että kysely voidaan helposti liittää sopiville internetsivuille. Näin kysely saadaan laajaan levitykseen ja myös kyselyyn osallistuminen on vaivattomampaa kuin esimerkiksi perinteisessä postikyselyssä. Internetkyselyn ongelmana on se, että tutkimuksen kohdeyhmää on vaikea rajata etukäteen. Kyselyä levitettiin Facebook-sivujen kautta, josta useat henkilöt levittivät sitä eteenpäin. Kysely laitettiin useille äiteyttää ja lapsia koskeville keskustelupalstoille. Näitä olivat muun muassa Kaksplus.fi, Vauva.fi, Helistin ja Vauvat.net. Tämän lisäksi kysely lähetettiin koko muotoilun koulutusohjelmalle sähköpostin avulla.

Kyselylomakkeen analysoinnissa on otettava huomioon, että vastaajat saattavat muistaa asioita huonosti, he eivät halua kertoa oikeita tietoja tai he eivät tunne kysyttyä asiaa. (Anttila 1996, 251–252.) Pyrin tekemään kysymyksistä mahdollisimman selkeitä, lyhyitä ja spesifisiä sekä välttämään johdattelevia kysymyksiä. Lisäksi tein kyselylomakkeesta melko lyhyen (3 sivua), koska liian monien kysymysten esittäminen olisi saattanut vähentää ihmisten halukkuutta osallistua tutkimukseen.

Kyselylomakkeen suppeudesta huolimatta sain mielestäni koottua riittävästi tietoa kuosimalliston suunnittelua varten. Kyselyyn tuli yhteensä 334 vastausta, joista 87 % oli naisia ja 13 % miehiä. Vastausten runsas määrä yllätti, mutta naisten ja miesten osuudet olivat odotettavissa, sillä keskustelupalstoilla, joihin kysely laitettiin, on suurin osa keskustelijoista naisia.

4.1 Lastenvaatteiden ostoon liittyvien kysymysten vastaukset

Vastaajien ikäjakauma on 18–55-vuotta. Vastaajista noin 40 prosenttia on 21–25-vuotiaita ja noin kolmannes 26–30-vuotiaita. Suurin osa asuu joko Pirkanmaalla, Uudellamaalla tai Varsinais-Suomessa ja vastaajista yli puolet asuu yli 100 000 asukkaan kaupungissa joko keskustassa tai lähiössä. Koulutukseltaan suurin osa heistä on ylioppilaita, ammattikorke- tai yliopistotutkinnon suorittaneita. Vastaajista 55 prosentilla on lapsia ja heistä 48 prosentilla on 0–5-vuotiaita lapsia, johon mallistoni kohderyhmänikin kuuluu. 45 prosentilla vastaajista ei ole lainkaan lapsia.

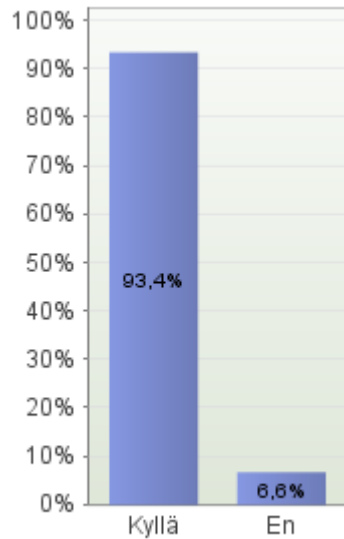
Kyselyn avulla halusin selvittää, ketkä vaikuttavat lasten vaatteiden ostoon (Taulukko 1). 93 % vastaajista oli sitä mieltä, että äiti vaikuttaa lasten vaatteiden ostoon paljon ja puolet vastaajista sitä mieltä, että isä vaikuttaa ostoon jonkin verran. Toisaalta kolmannes vastaajista sanoi isän vaikutuksen olevan vain vähäinen. Noin puolet vastaajista kertoi lapsen vaikuttavan ostoon jonkin verran, neljänneksen mielestä vain vähän. Vähiten ostoon vaikuttavat isovanhemmat, kummit ja ystävät. Kaikki prosenttiosuudet on pyöristetty lähimpään tasalukuun, jotta taulukot ovat mahdollisimman selkeitä.

Taulukko 1 Lastenvaatteiden ostoon vaikuttavat henkilöt

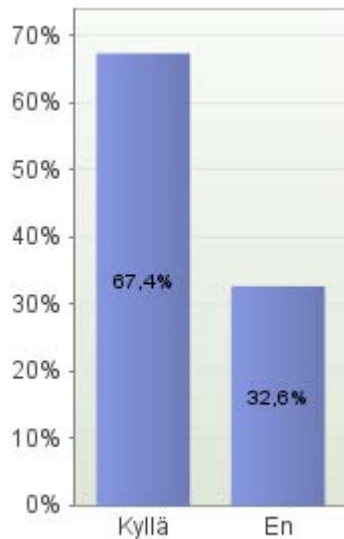
	Paljon	Jonkin verran	En osaa sanoa	Vähän	Ei ollenkaan	Yhteensä
Äiti	93 %	3 %	3 %	0 %	0 %	100 %
Isä	8 %	50 %	7 %	30 %	4 %	100 %
Lapsi itse	4 %	48 %	9 %	25 %	14 %	100 %
Isovanhemmat	4 %	26 %	10 %	41 %	18 %	100 %
Kummit	1 %	17 %	9 %	38 %	35 %	100 %
Ystävät	1 %	20 %	10 %	40 %	30 %	100 %

Vaatteiden ostoon liittyen halusin myös selvittää, voisivatko he ostaa tytölle vaatteita poikien osastolta ja pojalle vaatteita tyttöjen osastolta (Taulukko 2). Noin 94 % vastaajista sanoi voivansa ostaa tytölle vaatteita poikien osastolta, mutta kun kysymys käännettiin toisinpäin, oli enää noin 68 prosenttia sitä mieltä, että voisi ostaa vaatteita pojalle tyttöjen osastolta (Taulukko 3).

Taulukko 2 Voisitko ostaa tytölle vaatteita poikien osastolta?



Taulukko 3 Voisitko ostaa pojalle vaatteita tyttöjen osastolta?



Selvitin myös, mitkä asiat ovat vastaajille tärkeimpiä lastenvaatteiden ostossa (Taulukko 4). Tärkeimmäksi asiaksi nousi tuotteen laatu, jonka noin 65 prosenttia on määritellyt erittäin tärkeäksi ja noin 33 prosenttia jonkin verran tärkeäksi asiaksi. Myös tuotteen hinta ja materiaali ovat tärkeässä roolissa, sillä vastaajista noin 95 prosenttia sanoo niiden olevan joko erittäin tärkeitä tai jonkin verran tärkeitä asioita. Itseäni vastauksissa kiinnosti nimenomaan värien ja kuosien tärkeys, sillä niihin asioihin suunnitteluniikin pohjautuu. Kumpikin asia oli noin 94 prosentin mielestä joko tärkeää tai erittäin tärkeää. Eniten hajontaa aiheuttivat vaatteen tuotemerkkiä ja ekologisuutta koskevat kysymykset. Vaatteen tuotemerkkiä erittäin tärkeänä piti vain noin 3 prosenttia, jonkin verran tärkeänä 34 prosenttia. Noin 41 % vastaajista ei pitänyt vaatteen tuotemerkkiä kovinkaan tärkeänä. Puolet vastaajista piti ekologisuutta jonkin verran tärkeänä, viidenneksen mielestä ekologisuus ei ole kovinkaan tärkeää lastenvaatetta ostettaessa.

Taulukko 4 Lastenvaatteiden ostoon liittyvien asioiden tärkeys

	Erittäin tärkeä	Jonkin verran tärkeä	En osaa sanoa	Ei kovin tärkeä	Ei ollenkaan tärkeä	Yhteensä
Väri	54 %	41 %	2 %	3 %	1 %	100 %
Kuosi (= kuviot, kuvat)	52 %	41 %	2 %	4 %	1 %	100 %
Vaatteen tuotemerkki	3 %	34 %	8 %	41 %	13 %	100 %
Hinta	41 %	54 %	1 %	3 %	0 %	100 %
Laatu	65 %	33 %	1 %	1 %	0 %	100 %
Materiaali	59 %	36 %	2 %	2 %	0 %	100 %
Ekologisuus	17 %	50 %	12 %	20 %	1 %	100 %

Kyselyssä selvitettiin myös, olisivatko vastaajat valmiita ostamaan sukupuolineutraaleita vaatteita ja ovatko he jo niitä ostaneet (Taulukko 5). Tarkoituksena oli myös selvittää, tulisiko tarjontaa lisätä vai onko sitä jo riittävästi. Vastaajista 92 % voisi ostaa sukupuolineutraaleja vaatteita omalle lapselleen. Vain 1 % vastaajista ei ostaisi kummallekin sukupuolelle tarkoitettuja lastenvaatteita. Tarjontaa pitäisi lisätä nykyisestä, vaikkakin yli puolet oli jo ostanut lastenvaatteita, jotka sopivat sekä tytöille että pojille. Vain 27 prosentille oli tärkeää tai jonkin verran tärkeää, että lapsen sukupuoli käy ilmi hänen vaatteistaan.

Taulukko 5 Sukupuolineutraalien vaatteiden tarjontaan ja vaatteiden sukupuolittuneisuuden liittyvät väittämät

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä	Yhteensä
Ostaisin sukupuolineutraaleja vaatteita omalle lapselleni.	70 %	22 %	4 %	3 %	1 %	100 %
Nykyisin on tarjolla paljon lastenvaatteita, jotka sopivat sekä tytöille että pojille.	12 %	35 %	21 %	25 %	7 %	100 %
Sukupuolineutraaleja lastenvaatteita pitäisi olla enemmän tarjolla.	60 %	23 %	12 %	3 %	1 %	100 %
Olen ostanut lastenvaatteita, jotka sopivat sekä tytöille että pojille.	52 %	16 %	21 %	3 %	9 %	100 %
On tärkeää, että lapsen sukupuoli käy ilmi hänen vaatteistaan.	4 %	23 %	12 %	33 %	28 %	100 %

4.2 Lastenvaatteiden ulkonäköön liittyvien kysymysten vastaukset

Omaa kuosimallistoani ajatellen halusin selvittää, mitä värejä vastaajat pitävät kummallekin sukupuolelle sopivina (Taulukko 6). Halusin myös tietää, sopivatko tietyt kuosit vain toiselle sukupuolelle ja millaiset kuosit ovat sukupuolineutraaleja (Taulukko 7).

Värejä kysyttäessä suurin osa väreistä sopi valtaosan mielestä kummallekin sukupuolelle yhtä hyvin. Joissain väreissä tuli kuitenkin hajontaa: 16 % mielestä punainen sopii paremmin tytöille, kun taas 26 % mielestä sininen sopii paremmin pojille. Noin 37 % vastaajista sanoi violetin sopivan paremmin tytöille ja 78 % vastaajista sanoi vaaleanpunaisen sopivan myös paremmin tytöille, kun taas vaaleansininen sopii 32 % mielestä paremmin pojille. Noin 12 % vastaajista katsoi, ettei musta väri sovi kummallekaan sukupuolelle.

Taulukko 6 Värien sopivuus kummallekin sukupuolelle

	Sopii paremmin tytöille	Sopii sekä tytöille että pojille	Sopii paremmin pojille	Ei sovi kummallekaan	Yhteensä
Punainen	16 %	83 %	1 %	0 %	100 %
Sininen	0 %	73 %	26 %	1 %	100 %
Keltainen	10 %	87 %	1 %	3 %	100 %
Vihreä	0 %	90 %	9 %	1 %	100 %
Oranssi	7 %	86 %	2 %	4 %	100 %
Violetti	37 %	59 %	0 %	3 %	100 %
Musta	0 %	81 %	8 %	12 %	100 %
Valkoinen	2 %	94 %	0 %	4 %	100 %
Ruskea	0 %	94 %	3 %	3 %	100 %
Beige	3 %	85 %	3 %	9 %	100 %
Harmaa	1 %	88 %	6 %	5 %	100 %
Vaaleanpunainen	78 %	17 %	0 %	5 %	100 %
Vaaleansininen	3 %	61 %	32 %	4 %	100 %

Myös kuoseista kysyttäessä suurin osa vaihtoehtoista sopi vastaajien mielestä kummallekin sukupuolelle. Suurin ero oli kukkakuosia koskeva kysymys, jossa noin 85 prosentin mielestä kukat sopivat paremmin tytöille. Myös urheilua ja kulkuneuvoja koskevat kysymykset tuottivat hajontaa: noin 55 prosentin mielestä kulkuneuvot sopivat paremmin pojille ja noin 42 prosentin mielestä kummallekin sukupuolelle. Urheilukuosit taas sopivat noin 43 prosentin mielestä paremmin pojille ja noin 49 prosentin mielestä kummallekin sukupuolelle. Muita kuoseja koskevien kysymysten tulokset olivat melko tasaisia.

Taulukko 7 Eri kuvioden ja aiheiden sopivuus kummallekin sukupuolelle

	Sopii paremmin tytöille	Sopii sekä tytöille että pojille	Sopii paremmin pojille	Ei sovi kummallekaan	Yhteensä
Pallot	10 %	89 %	1 %	0 %	100 %
Raidat	0 %	97 %	3 %	0 %	100 %
Ruudut	0 %	92 %	7 %	1 %	100 %
Kukat	85 %	13 %	0 %	2 %	100 %
Luonto (kasvit, puut, kivet yms.)	3 %	95 %	0 %	2 %	100 %
Eläimet	1 %	98 %	0 %	1 %	100 %
Kulkuneuvot	1 %	42 %	55 %	3 %	100 %
Urheilu	0 %	49 %	43 %	8 %	100 %
Lelut	0 %	92 %	3 %	5 %	100 %
Numerot	0 %	91 %	5 %	4 %	100 %
Tekstit	0 %	89 %	2 %	10 %	100 %

4.3 Avoimien mielipidekysymysten tulokset

Avoimien kysymysten avulla selvitettiin, mitä mieltä vastaajat ovat sukupuolineutraaleista lastenvaatteista, mitä muita kuoseja tai värejä kuin edellä mainittuja he pitävät sekä tytöille että pojille sopivina, sekä se, mitä asioita he eivät halua nähdä lastenvaatteissa ollenkaan.

Usein toistuvia värejä tai teemoja, jotka sopivat vastaajien mielestä sekä tytöille että pojille, olivat muun muassa taivaankappaleet, musiikki, abstraktit kuviot, ruokaan liittyvät asiat sekä väreistä selkeästi eniten mainittu oli turkoosi. Useissa vastauksissa oli myös sanottu, etteivät he pidä mitään väriä tai kuviota sukupuoleen sidottuna.

Selkeästi yleisin vastaus, jota vastaajat eivät halunneet nähdä lastenvaateissa ollenkaan, oli pääkallo. Myös muut kuolemaan, suruun, väkivaltaan tai pahuuteen liittyvät elementit eivät olleet toivottavia. Myöskään uskontoon, politiikkaan tai seksuaalisuuteen viittaavia kuvia ei pidetty lapsille sopivana. Yleisesti ottaen liian aikuismaiset teemat eivät miellyttäneet vastaajia. Suurimpana yllätyksenä ei-toivottujen listalla olivat tunnetut piirros- tai animaatiohahmot, joista yleisimmin mainittuja olivat esimerkiksi Hello Kitty, Spiderman, Barbie ja ”Autot”-animaation hahmot. Yllättävän tästä teki huomio, että vaatekauppojen havainnoinnin perusteella, näitä kuoseja on paljon tarjolla markkinoilla olevissa lastenvaateissa. (Taulukko 6, s. 23) Vastaajat olivat myös kyllästyneet etenkin poikien vaateissa oleviin hirviöhahmoihin ja tyttöjen vaatteiden liialliseen tyttömäisyyteen.

Tässä muutamia tyypillisiä vastauksia:

”Vauvanpinkki ja liika hörsellys on ylikäytettyä tyttöjen vaateissa, poikien vaatteet ovat liian synkkiä ja tylsiä. Kummallekaan sukupuolelle eivät sovi seksuaaliset viittaukset ja ulkonäköön viittaavat tekstit ja kuvat kuten ”CuteGirl” tai ”BigBoy”. Kirkkaampia värejä ja iloisia kuvioita, mutta myös yksivärisiä vaatteita yhdisteltäviksi olisi kivempi nähdä kuin yksioikoista sukupuolittunutta värimaailmaa mustaa pojille, pinkkiä tytöille.”

”Selkeät, vahvat brändit, kuten Barbie. Myös autoteemat ovat mielestäni tylsiä, vaikka varmasti monen lapsen mieleen. Kaipaisin ylipäättään vaihtelua lastenvaatteiden värivalikoimiin. Kirkuvan pinkki haalarimeri saa minut voimaan pahoin vaatekaupassa. Pojille löytyy muitakin kuin sinisiä vaatteita hieman helpommin kuin tytöille.”

”Useimmat tv-hahmot (esim. disney) eivät yleensä miellytä, ellei tyylillä ja hyvällä maulla tehty. Prinsessat, keijut, batmanit (ym. teräs- ja supermiehet), hirviöt ja pääkallot, liekit jne. kuvat ei houkuttele, sillä nämä vaatteet yleensä alleviivaavat sukupuolta myös värien ja mallin kautta.”

Sukupuolineutraaleina vaateina vastaajat pitivät etenkin kirkkaan värisiä ja pirteitä vaatteita, jotka ovat malliltaan yksinkertaisia, eikä niitä ole leikkausten tai yksityiskohtien avulla eritelty vain toiselle sukupuolelle sopivaksi. Osa vastaajista oli myös maininnut yrityksiä, jotka heidän mielestään valmistavat sukupuolineutraaleja vaatteita. Tällaisia olivat muun muassa tanskalaiset Småfolk, Ej sikke Lej sekä ruotsalaiset Duns ja Polarn O Pyret.

Seuraava vastaus kiteytti useiden vastauksien pääpiirteet:

”Niissä ei ole vaaleanpunaista tai korostetun ”tyttömäisellä”/hempeällä tavalla kuvattuja kukkia tai perhosia... Eikä myöskään autoja tai pyssyjä - Nämä molemmat tyylit vahvasti sukupuolitettuja kulttuurissamme. Sen sijaan pirteät värit ja vaikka hauskat tai söpöt eläinhahmot sekä retrokuviot ovat sukupuolineutraaleja. Hyvä kysymys on, millaisia olisivat pojille suunnatut / sukupuolineutraalit vaatteet, jotka ilmaisisivat ja kannustaisivat ”katu-uskottavalla” tavalla lempeyttä, läheisyyttä, välittämistä ja ystävyyttä? Nythän poikien vaatteet ovat usein synkän (musta, ruskea, sini-

nen) värisiä ja sisältävät epäinhimillisiä hirviöitä, ”actionia” tai teknisiä vempaimia tai koneita / kulkuneuvoja. Voi poikapoloja!”

Valtaosa vastaajista piti sukupuolineutraaleja vaatteita hyvänä asiana ja he toivoivat enemmän tarjontaa lastenvaateliikkeisiin. Vastauksista tuli ilmi myös niitä asioita, joihin olin itsekin törmännyt pohtiessani sukupuolittuneisuutta ja tulevaa mallistoani:

”Erittäin kannatettavaa. Se poistaa ahdistavaa jaottelua lapsen sukupuolen mukaan. Sillä saattaisi olla myös laajempia vaikutuksia aikuisikään asti. Kokemukseni mukaan jotkut pienet pojat haluaisivat pukeutua ”tyttöjen väreihin” mutta ymmärtävät jo pienenä, ettei se ole sopivaa. Mikäli pyritään kokonaan murtamaan käytäntö jaottelusta tyttöjen ja poikien väreihin ja kuvioihin, edellyttää se näiden vaatteiden suurta tarjontaa, käyttäjäkuntaa ja ihmisten yleistä ajattelun muutosta. Kun poika puetaan ”tyttöjen väreihin”, lapsi saattaa joutua kovinkin helposti ympäristön leimaamaksi (lasten ohella myös suppean ajattelun omaavat aikuiset voivat syyllistyä siihen). Perheen sisäinen kierrätys helpottuu, mikä on tärkeä taloudellinen seikka, sillä vaihtoehtoisesti kirpputoreilla myymällä käytetyistä vaatteista ei saa juuri mitään.”

Muutamassa vastauksessa oli tuotu myös esiin näkökulma, jota on hyvä pohtia, jos mallistoa halutaan myydä eteenpäin:

”On hyvä, että valinnanvaraa löytyy enemmän niille, jotka kierrättävät vaatteita perheessä/suvun kesken. Lisäksi voisi ajatella, että nykyään, kun on trendinä kierrättäminen ja ekologisuus ylipäänsä, niin sukupuolineutraaleille vaatteille voisi olla enemmän kysyntää kuin aiemmin. Tietysti voisi ajatella, että kauppaketjut itse suosisivat mieluiten ei-sukupuolineutraaleja vaatteita, koska silloin ihmiset joutuisivat ostamaan enemmän vaatteita, eivätkä voisi kierrättää niitä niin hyvin. Mutta kuluttaja varmaan riemastuisi sukupuolineutraalien vaatteiden lisääntymisestä. Tai jos tulisi joku sellainen tuotemerkki, joka keskittyisi sukupuolineutraaleihin vaatteisiin. Silloin myös isojen kauppaketjujen olisi vastattava tähän ”haasteeseen”.”

Vain kahdeksassa vastauksessa kävi selkeästi ilmi, ettei vastaaja pidä sukupuolineutraaleista lastenvaateista. Tässä yksi esimerkeistä:

”Itse en pidä sukupuolineutraaleista vaatteista. Haluan pukea poikani omasta mielestäni poikamaisiin vaatteisiin ja tyttöni omasta mielestäni tyttömäisiin vaatteisiin. Haluan kokea, että puen lapseni samalla ajatuksella kun puen itseni. Ja mielestäni ei ole sukupuolineutraalia mekkoa ja hametta, ainakaan suomalaisessa pukeutumisessa. Jossain vaatteissa pyrin ostamaan sukupuolineutraalia vaatetta jotta voisin käyttää poikani vaatteita myös nuoremmalla tytöllä, mutta onnistun tässä hyvin huonosti. Käytän niitä sukupuolineutraaleja vaatteita ensisijaisesti (jos käytän) kotipihassa kun kukaan ei näe, vaatteiden alla tai ne ovat kenkiä.”

5 LASTENVAATELIIKKEIDEN VALIKOIMAN KARTOITUS

Yhtenä aineistonkeruumenetelmänä käytin havainnointia lastenvaateliikkeissä ja lastenvaateosastoilla. Käytin strukturoitua havainnointia, sillä tein etukäteen taulukon, jonka avulla selvitin ja merkitsin tiettyjä asioita jokaisesta liikkeestä (Taulukko 6). Liikkeiksi valitsin Seppälän, Anttilan, Vapaa Valinnan, H & M:n, Lindexin ja Polarn o Pyretin. Vaateliikkeissä havainnoin, erottuvatko poikien ja tyttöjen osastot toisistaan, mitkä ovat kauden värit, mitä printti- tai kuosiaiheita löytyy, onko tarjolla sukupuolineutraaleja vaatteita ja vaikuttavatko kauden trendit myös lastenvaatteissa. Tekemässäni kyselyssä huomattavan suuri osa ei halunnut nähdä lastenvaatteissa pääkalloja. Tein siis myös havaintoja siitä, näkyikö valitsemieni liikkeiden lastenvaatteissa niitä. Tekemäni havainnot olivat hyvin pitkälle odotuksieni mukaiset, sillä olen asioinut liikkeissä ennenkin, mutta lastenvaateosastot ovat jääneet vähemmälle huomiolle. Valitettavasti liikkeissä ei saanut kuvata, joten keskityin muistiinpanojen tekemiseen.

Ainoastaan Polarn o Pyret oli selkeästi melko sukupuolineutraali vaateketju. Liikkeessä ei ollut jaoteltu tyttöjen ja poikien osastoa erikseen, vaan ne olivat vain kokojen mukaan lajiteltu. Väreinä vaatteissa ja kuoseissa oli käytetty puhtaita perusvärejä; punaista, sinistä, vihreää, keltaista, harmaata jne. Vaatteissa oli myös vaaleanpunaista ja vaaleansinistä, mutta niiden rinnalle oli otettu kirkkaampia värejä. Kuoseissa oli paljon palloja, raitoja ja muita abstrakteja ja retroja kuvioita, mutta myös taloja, autoja, musiikkiin ja elektroniikkaan liittyviä kuoseja. Pääkalloja tai kauden trendejä ei kuoseissa tai printeissä näkynyt ollenkaan. Polarn o Pyretin hintataso on muita liikkeitä jonkin verran korkeampi.

Sekä Seppälällä, Anttilalla, Vapaa Valinnalla, H & M:llä että Lindexillä oli valikoimissaan melko samankaltaisia tuotteita. Kaikissa näissä tyttöjen ja poikien osastot erottuivat selkeästi toisistaan etenkin värien osalta. Poikien osastot olivat myös yleisilmeeltään huomattavasti tummempia.

Poikien osastoilla värit olivat pääasiassa sinisen ja vihreän eri sävyjä, oranssia, mustaa ja valkoista. Lindexillä yksi pääväreistä oli edellisten lisäksi myös punainen. Seppälällä oli enemmän mustaa kuin muualla, mutta myös pinkkiä, jota ei muista liikkeistä poikien osastolta juurikaan löytynyt. Myös kuoseissa ja printeissä oli paljon samankaltaisuuksia; autoja, dinosauruksia, hassuja eläimiä ja musiikkiin liittyviä kuoseja. Myös pääkalloja näkyi Anttilaa lukuun ottamatta jokaisessa liikkeessä. Lindexillä, Anttilalla, H & M:llä ja Vapaa Valinnalla oli valikoimis- saan sekä tyttöjen että poikien osastoilla myös suuria brändejä ja televisiosta tuttuja hahmoja kuten Bamsea, Disney-hahmoja, Hello Kittyä, Barbababoja, Spidermania ja Star Warsia. Anttilassa ja Vapaa-Valinnassa myytiin niiden omien merkien lisäksi myös paljon muita merkkejä. Anttilassa suosiossa oli edellisten lisäksi myös erilaiset teksti- ja numeropaidat. Varsinaisia trendejä ei poikien vaatteissa juurikaan näkynyt, tosin Lindexillä oli muutamia seilorihenkisiä vaatteita, jotka ovat keväisin suosiossa myös aikuisten osastoilla.












Tyttöjen osastojen ilme oli Polarn o Pyretiä lukuun ottamatta hyvin vaalea ja hemeä. Väreinä oli paljon vaaleanpunaista, vaaleanviolettia, vaaleansinistä, turkoosia, pinkkiä ja valkoista. Kuoseissa erittäin suosittuja olivat erilaiset kukat, jotka ovat trendikkäitä myös aikuisten osastolla. Muita yleisiä kuva-aiheita olivat perhoset, söpöt eläimet sekä eläinkuosit, kuten seepparaita tai leopardikuosi. Poi-

kien ohella myös tyttöjen osastoilla suosiossa olivat suuret brändit, kuten jo aiemmin mainitut Disney ja Bamse.

Sukupuolineutraaleja vaatteita liikkeistä löytyi Polarn o Pyretiä lukuun ottamatta erittäin vähän. Lindexillä oli yksivärisiä ja raidallisia paitoja jonkin verran 2–5-vuotiaille. Vauvojen osastolla taas neutraaleja vaatteita oli suurin osa ja niissä kuoseihin oli kiinnitetty erityisesti huomiota. Itseäni ihmetytti, miksi iloisia ja pirteitä kuosiaiheita ei ollut viety leikki-ikäisten vaatteisiin juuri ollenkaan. Myös Anttilassa oli vauvaikäisille paljon mielenkiintoisia ja hauskoja kuoseja, mutta leikki-ikäisten vaatteet olivat pääasiassa melko tylsiä. Yllätyin, kuinka vähän liikkeissä oli molemmille sukupuolille sopivia vaatteita, sillä oletin, että niistä löytyisi edes yksivärisiä tai yksinkertaisilla kuoseilla somistettuja vaatteita. Tarjonta oli kuitenkin keskittynyt vain selkeästi tytöille tai pojille osoitettuihin vaatteisiin. Usein raidallisetkin paidat olivat leikkauksiltaan, yksityiskohdiltaan tai väriyhdistelmiltään sellaisia, että ne olivat selvästi tarkoitettu vain toiselle sukupuolelle.

On ymmärrettävää, että vaateliikkeet erottelevat tyttöjen ja poikien vaatteet omiin osastoihinsa. Yksi syy lienee se, että myynti on suurempaa, kun sekä tytöille että pojille on omat vaatteensa ja näin kierrätys saman perheen sisällä on hieman vaikeampaa. Toisena syynä voi olla se, että tytöt ja pojat on perinteisesti haluttu erottaa toisistaan vaatteiden perusteella. Yhtä hyvin leikki-ikäisillä tytöillä ja pojilla voisi kuitenkin olla myös samanlaisia vaatteita. Silloin vaatteiden käyttöikä pitenisi ja sukupuolten erojen liiallinen korostaminen saattaisi vähentyä.

Taulukko 8 Lastenvaateosastojen ja –kauppojen havainnointi

Lastenvaateosastojen ja –kauppojen havainnointi 8.4.2011							
<i>T= Tytöt, P= Pojat</i>							
	H & M	Lindex	Polarn Pyret	O	Anttila	Seppälä	Vapaa Valinta
Erottuivatko tyttöjen ja poikien osastot selkeästi toisistaan?	Kyllä	Kyllä	Ei		Kyllä	Kyllä	Kyllä
Mitkä olivat malliston päävärit?	T:  P: 	T:  P: 	T & P: 		T:  P: 	T:  P: 	T:  P: 
Mitä printti- ja kuosiaiheita näkyi vaatteissa?	T: söpöt eläimet, kukat, eläinkuosit P: autot, dinosaurukset, Spiderman, Barbababa yms.	T: Kukat, eläimet, Disney P: Autot, seilori-teema, Bamse	T & P: talot, raidat, pallot, tv, musiikki, autot		T: Disney yms., eläimet, kukat P: Autot, tekstit, numerot	T: Kukat, perhoset, söpöt eläimet P: Musiikki, autot, hassut eläimet, hirviöt	T: Söpöt eläimet, kukat P: Autot, hirviöt, dinosaurukset
Oliko vaatteissa pääkalloja?	T: Ei P: Kyllä	T: Ei P: Kyllä	T&P: Ei		T&P: Ei	T: Ei P: Kyllä	T: Ei P: Kyllä
Oliko liikkeissä sukupuolineutraaleja vaatteita?	Ei	Vähän, peruspaitoja	Kyllä, lähes kaikki		Ei	Ei	Ei
Mitä kauden trendejä vaatteissa näkyi?	Tytöillä kukat, pojilla ei varsinaisia trendejä.	Tytöillä kukat, pojilla seilori-vaatteet	Ei varsinaisia trendejä.		Ei varsinaisia trendejä.	Tyttöjen vaatteissa kukat ja "hippityyli"	Ei varsinaisia trendejä.

6 MALLISTO JA SEN SUUNNITTELU

Malliston kohderyhmänä ovat 2–5-vuotiaat tytöt ja pojat. Malliston suunnittelu lähti liikkeelle luonnosten piirtämisestä paperille. Piirsin lähinnä asioita ja esineitä, joita halusin mallistossani olevan. Pidin koko ajan mielessäni, etten piirtäisi liikaa selvästi toiselle sukupuolelle stereotyyppisiä asioita. Oma tapani luonnostella on hieman erilainen kuin millaiseksi luonnostelu yleensä mielletään. En piirrä juuri koskaan lyijykynällä, vaan piirrän usein jo heti luonnosteluvaiheessa tusseilla ja kuivamustekynillä. Luonnosteluvaiheessa piirrän lähinnä yksittäisiä elementtejä, ja sommitte- lun sekä värityksen teen tietokoneella.

Suunnittelun lähtökohdiksi otin myös kyselyn tulokset. Kiinnitin erityistä huomiota avoimien vastauksien tuloksiin, joista kävi ilmi, millaisia kuvioita ihmiset pitävät neutraaleina ja mitä he eivät halua nähdä ollenkaan vaatteissa. Kuvioita, joita ei haluttu nähdä vaatteissa, olivat muun muassa pääkallot, väkivalta ja kuolema, uskontoon liittyvät kuvat, liian aikuismaiset kuosit ja tekstit sekä kaupalliset hahmot kuten Disneyn hahmot tai Hello Kitty. Näistä kaikki aiheet olivat muutenkin sellaisia, joita en itsekään halunnut mallistooni tuoda.

Neutraaleina aiheina vastaajat pitivät esimerkiksi avaruuden ja taivaan- kappaleiden kuvia, abstrakteja ja graafisia kuvioita, ruokiin ja ruuanlait- toon liittyviä asioita sekä musiikkiin liittyviä asioita. Näiden lisäksi kyse- lyssäni kävi ilmi, että esimerkiksi luonto, eläimet, lelut ja numerot ovat hyviä aiheita kummallekin sukupuolelle. Näiden tietojen pohjalta piirsin aluksi sattumanvaraisia kuvia – lähinnä piirsin, mitä mieleeni tuli. Tämän jälkeen skannasin piirroksia, ja vektoroin kuvat Corel Draw -ohjelmalla. Tein erilaisia sommitelmia ja värikokeiluja. Luonnosteluvaiheessa jaoin kuosit eri teemoihin: Teemoiksi valikoituivat avaruus, abstraktit kuosit, eläimet, luonto, hedelmät ja tavarat.

Kyselylomakkeesta kävi ilmi, että sukupuolistereotyyppiat ovat edelleen osa suomalaista kulttuuria. Vaaleanpunaista väriä pidettiin selvästi enemmän tyttöjen värinä ja vaaleansinistä ja sinistä väriä melko paljon enemmän poikien värinä. Myös kukkia pidettiin selvästi tytöille soveltuvana aiheena. Urheilu ja kulkuneuvot taas olivat kyselyn vastausten mukaan poikien jut- tu. Sukupuolistereotyyppioihin liittyen mielenkiintoinen seikka oli myös se, että selvästi useampi voisi ostaa tytölle poikien vaatteita kuin päinvastoin. Voi olla, että maskuliinisuus on kulttuurissamme hyväksyttävämpi ja jopa tavoiteltavampi asia kuin feminiinisyys. Tämä on sikäli mielenkiintoinen, ehkä jopa ristiriitainen havainto, sillä kyselyn perusteella nimenomaan äiti on se henkilö, joka vaikuttaa eniten lastenvaatteiden ostoon.

Halusin kuitenkin tuoda myös nämä värit mallistoon mukaan ja rikkoa näin vallitsevia sukupuolistereotyyppioita. Ainoana ohjenuorana pidin lähinnä sitä, etten tee mallistosta liian synkkää, mutten käytä liian hailakoita- kaan värejä. En halunnut valita mallistooni vain muutamaa väriä, sillä nyt minulla oli kerrankin mahdollisuus käyttää värejä rajoituksetta.

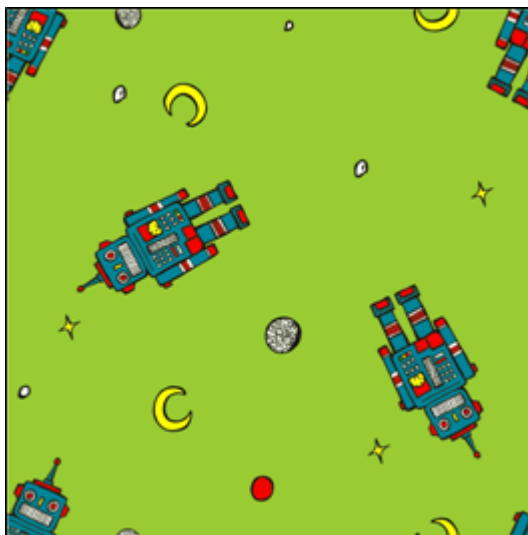
6.1 Mallisto

Päätin esittää malliston kahdella tavalla; raporttina ja ihmisen päällä. Muokkasin kuosit ja printit ihmisen päälle Adobe Photoshop -ohjelmaa hyödyntäen, jotta katsoja saisi jonkinlaisen käsityksen siitä, miten ne toimivat ihmisen päällä. Lasten kuvat on otettu morgueFile -sivustolta, josta voi ladata kuvia ilman tekijänoikeutta. Raportista katsoja näkee yksityiskohtaisemmin kuosit ja printit. Raportilla tarkoitetaan painetussa kankaassa toistuvaa kuvioalaa. Opinnäytetyössäni esitettävään mallistoon valitsin 26 kuosia ja printtiä.

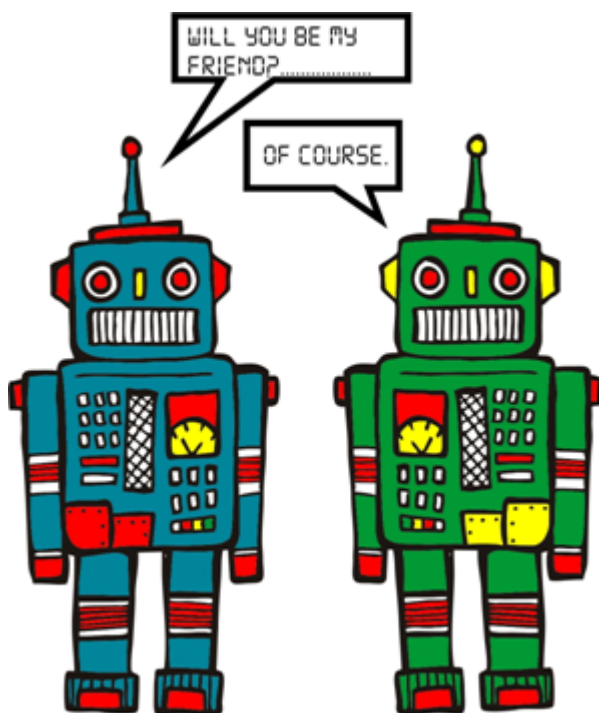
6.1.1 Avaruus



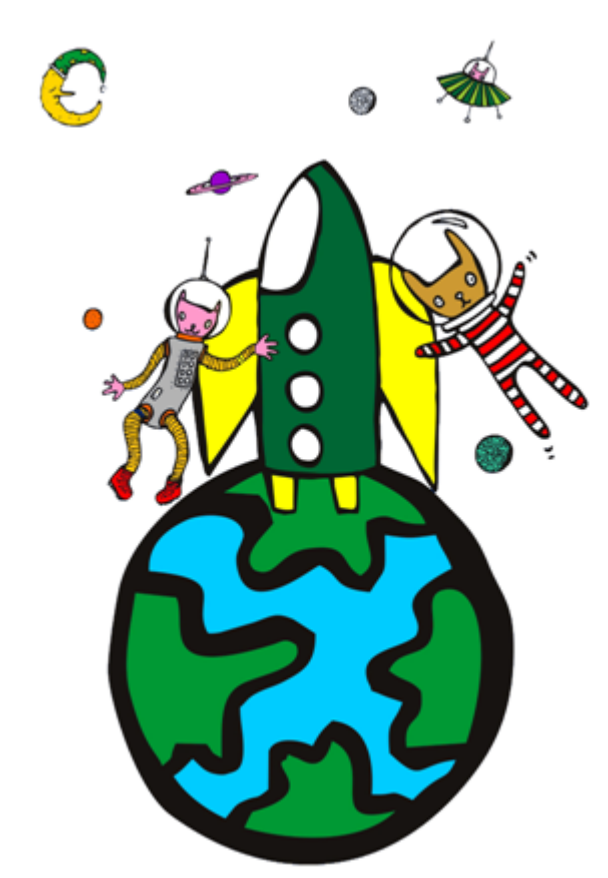
Kuva 2 Nimi: Avaruuslento, raportin koko: 15 cm x 15cm



Kuva 3 Nimi: Robottitanssi, raportin koko: 15 cm x 15 cm



Kuva 4 Nimi: Robottiystävyyys, printin koko: 17 cm x 14cm



Kuva 5 Nimi: Avaruuden aikamatka, printin koko: 17 cm x 14cm

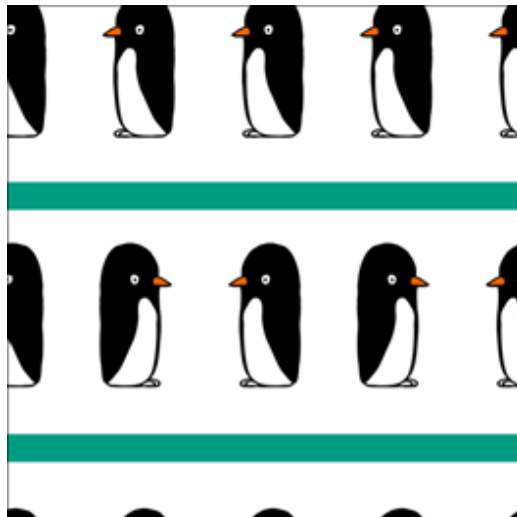


Kuva 6 ”Avaruus”-teeman kuosit ja printit

6.1.2 Eläimet



Kuva 7 Nimi: Eläintarha, raportin koko: 13 cm x 13 cm



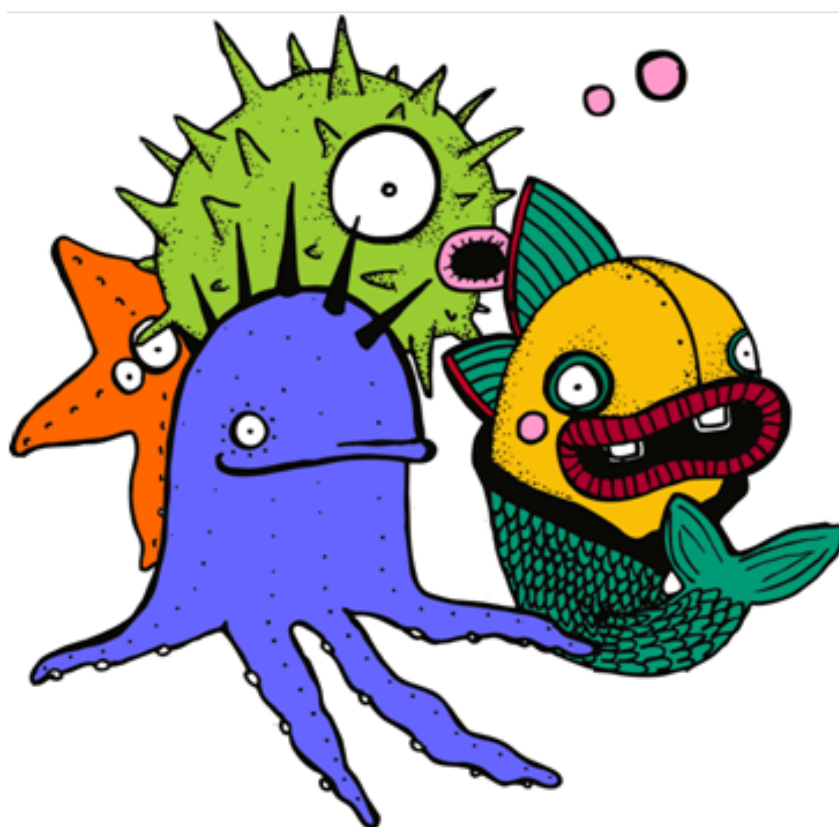
Kuva 8 Nimi: Pingviinimarssi, raportin koko: 13 cm x 13 cm



Kuva 9 Nimi: Ihmema, raportin koko: 18 cm x 18 cm



Kuva 10 Nimi: Eläinperhe, printin koko: 20 cm x 17 cm

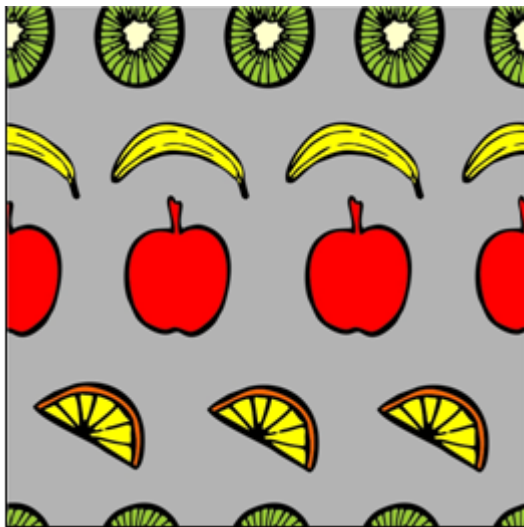


Kuva 11 Nimi: Meren valtiaat, printin koko: 17 cm x 17 cm

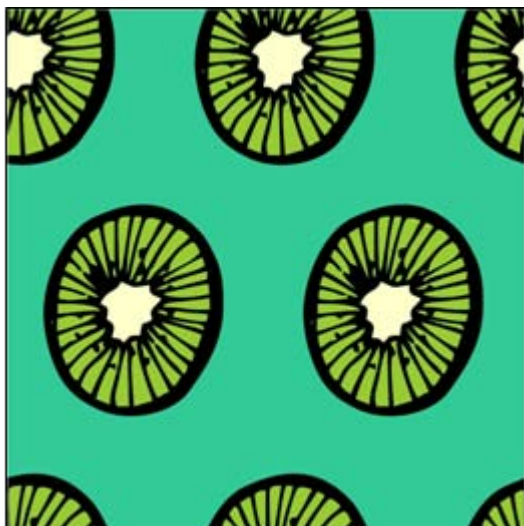


Kuva 12 ”Eläimet”-teeman kuosit ja printit

6.1.3 Hedelmät



Kuva 13 Nimi: Hedelmäsalaatti, raportin koko: 13 cm x 13 cm



Kuva 14 Nimi: Kivat kiivit, raportin koko: 13 cm x 13 cm



Kuva 15 Nimi: Makea meloni, raportin koko: 13 cm x 13 cm



Kuva 16 ”Hedelmät”-teeman kuosit

6.1.4 Tavarat



Kuva 17 Nimi: Kynäjengi, raportin koko: 15 cm x 15cm



Kuva 18 Nimi: Rantaloma, raportin koko 15 cm x 15 cm



Kuva 19 Nimi: Aikamoinen, raportin koko: 15 cm x 15 cm



Kuva 20 Nimi: Naapurin lapset, raportin koko 15 cm x 16 cm



Kuva 21 ”Tavarat”-teeman kuosit

6.1.5 Luonto



Kuva 22 Nimi: Satumetsä, raportin koko 28 cm x 28 cm



Kuva 23 Nimi: Syksy saapuu, raportin koko 15 cm x 15 cm



Kuva 24 Nimi: Yksinäiset vuoret, raportin koko 30 cm x 30 cm

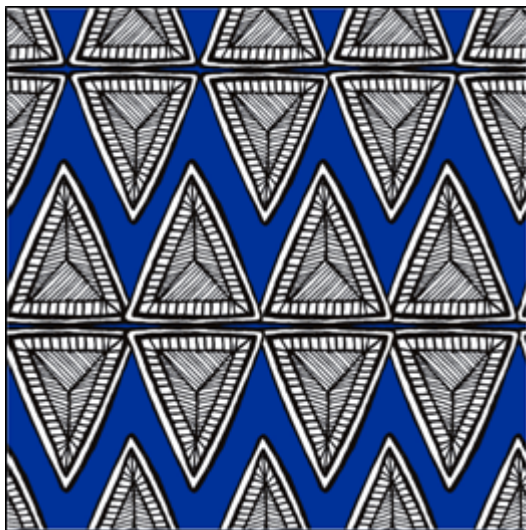


Kuva 25 Nimi: Sunnuntaina sataa aina, raportin koko 25 cm x 25 cm



Kuva 26 ”Luonto”-teeman kuosit

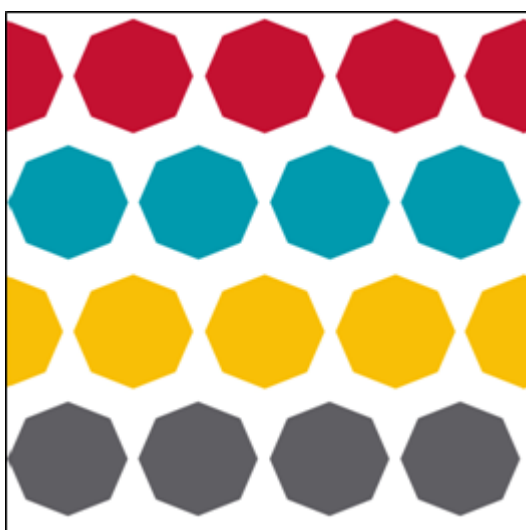
6.1.6 Abstraktit



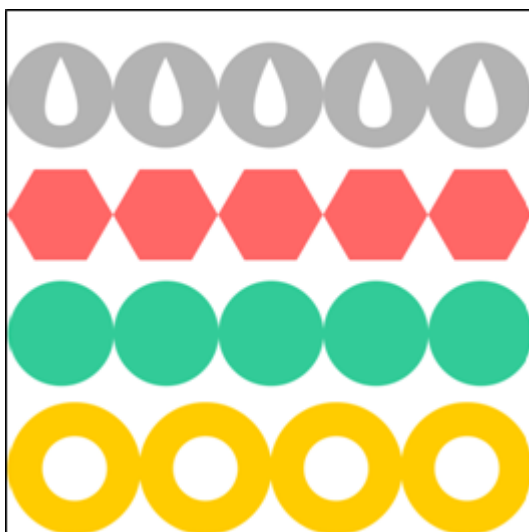
Kuva 27 Nimi: Kolme, raportin koko: 15 cm x 15cm



Kuva 28 Nimi: Renkaat, raportin koko 15 cm x 15 cm



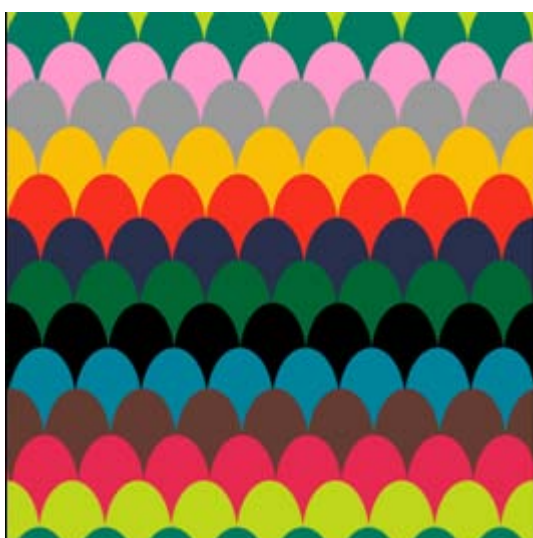
Kuva 29 Nimi: Sora, raportin koko 15 cm x 15 cm



Kuva 30 Nimi: Korurasia, raportin koko 20 cm x 20 cm



Kuva 31 Nimi: Portaikko, raportin koko: 13 cm x 13 cm



Kuva 32 Nimi: Sateenkaarikala, raportin koko: 25 cm x 25 cm



Kuva 33 ”Abstraktit”-teeman kuosit



Kuva 34 ”Abstraktit”-teeman kuosit



Kuva 35 Kuosit on suunniteltu niin, että niitä voitaisiin käyttää myös sisustuksessa.

7 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli selvittää, millaisia kuoseja ja printtejä pidetään sukupuolineutraaleina. Halusin myös selvittää, onko sukupuolineutraaleille vaatteille kysyntää ja millainen lastenvaatetarjonta on tällä hetkellä. Tutkimustulokset sovelsin käytäntöön ja ilmensin ne 2-5-vuotiaille tytöille ja pojille tarkoitetulla kuosi- ja printtimallistolla.

Mielipidekyselyn tuloksena selvisi, että vastaajat pitivät lähes kaikkia värejä molemmille sukupuolille sopivina. Ainoastaan punaisen ja sinisen sävyjä sekä violetta pidettiin vain toiselle sukupuolelle sopivana. Kuvioaiheista vain kukat, urheilu ja kulkuneuvot jakoivat mielipiteet selkeästi. Muita kuvioaiheita pidettiin kummallekin sukupuolelle sopivina. Avoimien kysymyksien vastausten avulla selvisi, että vastaajat eivät halunneet nähdä lastenvaatteissa kuolemaan, väkivaltaan, politiikkaan tai muulla tavoin aikuisten asioihin liittyviä kuva-aiheita.

Kyselylomaketta tehdessä minulla oli omat ennako-oletukseni siitä, millaisia tuloksia kyselystä saadaan. Vaaleanpunaista tytöille ja vaaleansinistä pojille on niin syvällä kulttuurissamme, että tulos oli odotettavissa. Sukupuolistereotypiat tämän suhteen osoittautuivat siis edelleen voimassa oleviksi. Itse pidän tätä kahtiajakoa hyvin vanhakantaisena ajatuksena, ja siksi halusin omalla työlläni edes hieman rikkoo näitä stereotyyppioita.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että kysyntää sukupuolineutraaleille vaatteille olisi paljon, mutta tarjonta tällä hetkellä on hyvin sukupuolittunutta eikä varsinaisia neutraaleja vaatteita ole juurikaan saatavilla. Tämä selittyy todennäköisesti sillä, että vaateliikkeet tavoittelevat suurinta mahdollista voittoa, ja kahtia jaettu valikoima tuo kaksinkertaiset tulot. Toinen vaihtoehto voisi olla sekin, etteivät yrityksiä suunnittelijat ole edes miettineet sukupuolineutraalia mallistoa vartenotettavana vaihtoehtona sukupuolittettujen sijaan tai edes niiden ohella.

Mielestäni paras ratkaisu olisi tuoda neutraali mallisto aiempien mallistojen rinnalle, jolloin ostajalle tulisi enemmän valinnanvaraa. Ehkä tyttöjen ja poikien mallistoista voisi osan tuotteista korvata neutraaleilla tuotteilla. Etenkään Suomessa tällaisia yrityksiä ei ole, joten yritys, joka ottaisi sukupuolineutraalin malliston osaksi muita mallistoja, olisi todellinen edelläkävijä. Malliston avulla yritys voisi näyttää suhtautuvansa vakavasti niin tuotteiden eettisyyteen kuin ekologisuuteenkin.

Kuluttajan näkökulmasta katsottuna sukupuolineutraalien lastenvaatteiden tarjonnan lisääminen olisi pelkästään myönteinen asia. Markkinarakoa ainakin kyselylomakkeen vastausten perusteella olisi, sillä 92 % olisi valmis ostamaan sukupuolineutraaleja vaatteita omalle lapselleen. Yrityksen tarkoituksena on kuitenkin tuottavuuden ohella vastata kuluttajan tarpeisiin. Tuotteet voisivat jopa olla hieman normaalia kalliimpia, sillä verrattuna vain tytölle tai pojalle tarkoitettuun tuotteeseen, yksi vaate korvaisikin kaksi vaatetta, kun vaatetta voisi helposti kierrättää oman perheen tai ystäväpiirin sisällä.

Nykyisessä kulutushysteriassa olisi tärkeää muistaa se tosiasia, että tuotteiden valmistaminen ja ihmisten kuluttaminen ei voi jatkua ikuisesti tällaisena. Suomalaisilla kuluttajilla tuntuu olevan ainakin periaatteessa halua muuttaa kulutuskäyttäytymistään. Monien mielestä tuotteiden ekologisuus on tärkeää ja se tulisi ottaa huomioon myös vaatteiden kohdalla. Kyselyyn vastanneista peräti kaksi kolmasosaa (67 %) piti lastenvaatteita ostaessaan niiden ekologisuutta vähintäänkin jonkin verran tärkeänä asiana. Lastenvaatteiden elinkaari on muutenkin erittäin lyhyt, joten sukupuolineutraalit vaatteet voisivat sekä pidentää käyttöikää että vähentää ympäristökuormitusta.

Tutkimusta voisi olla mielenkiintoista jatkaa koskemaan eri maita ja kulttuureja. Olisi mielenkiintoista nähdä, pidetäänkö muissa maissa samoja värejä ja kuvioita sukupuolineutraaleina vai poikkeaisivatko tulokset eri kulttuurien välillä paljonkin. Voisi kuvitella, että tutkimustulokset olisivat ainakin länsimaissa melko samankaltaiset. Mikäli kyselylomakkeen vastanneiden sukupuolijakauma olisi ollut tasaisempi, olisi myös miesten ja naisten vastauksia voinut vertailla keskenään. Nyt vastaajista selkeä enemmistö oli naisia, joten vertailu ei tuntunut mielekkäältä. Toinen syy, jonka takia vertailu jäi tutkimuksesta pois, oli se, että tutkimustuloksista kävi ilmi, että äidit vaikuttavat joka tapauksessa lastenvaatteiden ostoon paljon enemmän kuin isät, joten kaupallisessa mielessä vertailu olisi ollut turha.

Omassa mallistossani halusin tuoda esille sen, että sukupuolineutraalius ei tarkoita tylsää ja harmaata, saati sukupuoletonta massaa. Kuoseihin ja printteihin halusin tuoda paljon värejä, mielenkiintoisia kuvia ja ennen kaikkea iloa. Useat nykyiset lastenvaatteet ovat värimaailmaltaan synkkiä tai kuviltaan lapsille sopimattomia ja tylsiä, ja niistä puuttuu se riemu, joka ainakin omassa lapsuudessani oli mielestäni parasta. Lapsen täytyisi saada olla lapsi myös vaatteiden puolesta. Lisäksi erilaiset värit ja kuvat ruokkivat lapsen kehittyvää mielikuvitusta.

En tiedä, olisinko tehnyt erilaisen malliston ilman kyselylomakkeen vaikutusta. Sain avoimien vastauksien kautta paljon apua ideointiin, kun vastaajat luettelivat asioita, joita pitivät sukupuolineutraaleina. Luultavasti kuosien ja printtien tyyli olisi ollut ilman kyselyäkin samanlainen, mutta mielestäni tärkeintä oli saada varmuus sille, että kyseisille vaatteille on tällä hetkellä kysyntää. Oli hyvä huomata, että muutkin olivat miettineet samoja asioita kuin itse.

Opinnäytetyön tekeminen on opettanut itselleni paljon niin tutkimuksen teosta kuin siitä, miten toimin suunnittelijana. Se on tuonut lisää uskoa omaan itseän ja omiin mielipiteisiin. Malliston avulla olen päässyt myös näyttämään kykyäni kuosinsuunnittelijana, joka on selkeästi vahvuuteni tällä alalla. Koen, että tutkimuksesta oli hyötyä sekä itselleni että muille. Tutkimus osoitti, että lastenvaatteiden - ja kenties lastenhuoneiden sisustuksen - tarjonnassa olisi selkeä markkinarako uudelle aluevaltaukselle; sukupuolineutraaleille tuotteille. Toivoisin, että opinnäytetyöni toimisi keskustelunherättäjänä, jotta jossain vaiheessa jokainen lapsi voisi käyttää haluamiaan värejä tai kuvioita ilman tiettyyn rooliin leimautumista.

LÄHTEET

Anttila, P. 1996. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Jyväskylä: Gummerus.

Frassanito, P. & Pettorini B. 2007. Pink and Blue: the colour of gender. Springer-Verlag.

Hänninen, V., Nummelin J. & Teerijoki E. 2008. Retrovauvat – Suomalaista lasten historiaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Niinimäki K. & Saloniemi M-R. (toim.) 2008. Kretongista printtiin – Suomalaisen painokankaan historia. Helsinki: Maahenki Oy.

Pollari, M. 2009. Lapsille suunnattu kuosinsuunnittelu – Leikkitilan kuvitus painokankailla Museokeskus Vapriikin Aika leikkiä -näyttelyyn. Hämeenlinna: Hämeen ammattikorkeakoulu.

Rautio, P. & Saastamoinen, M. 2006. Minuus ja identiteetti. Tampere: Tampereen yliopistopaino Oy.

Sähköiset lähteet:

Enjala, G. 2009. Muotivaatteita pojillekin. Viitattu 13.4. 2011.
<http://kuningaskuluttaja.yle.fi/node/2332>

Paoletti, J. BBC Radio. 2009. Is pink for girls or boys?
http://news.bbc.co.uk/today/hi/today/newsid_8422000/8422225.stm

Uro, J. Pinkkiä tytölle, vaaleansinista pojalle? Viitattu 13.4.2011.
<http://www.vau.fi/teemat/teemakategoriat/yhteiskunta/myytti-onko-pojaton-tehty-sammakoista/>

Uro, J. 2010. Lasten sukupuolirooleja puretaan. Viitattu 14.4.2011
<http://www.vau.fi/Teemat/Teemakategoriat/Kasvatus/Lasten-sukupuolirooleja-puretaan/>

Kuvalähteet:

Heelarious. 2011. Viitattu: 29.4.2011. <http://heelarious.com/ava.php>

Lunabba, H. 2011. Viitattu 13.4.2011.
http://www.museot.fi/nayttelykalenteri/index.php?nayttely_id=6627

Lunabba, H. 2010. Viitattu 13.4.2011.
<http://www.vau.fi/Teemat/Teemakategoriat/Kasvatus/Lasten-sukupuolirooleja-puretaan/>

Marimekko. Viitattu 20.4.2011. http://kiitos.com.au/shopping/pgm-more_information.php?id=3&=SID

Pink Stinks. 2011. Viitattu 29.4.2011.
http://www.pinkstinks.co.uk/campaign_name_shame.php

Yoon, J. 2006. Viitattu 13.4. 2011.
http://www.jeongmeeyoon.com/aw_pinkblue_pink001.htm

Yoon, J. 2005. Viitattu 13.4. 2011.
http://www.jeongmeeyoon.com/aw_pinkblue_blue006.htm

KIRJALLISUUS

Barnard, M. 2002. Fashion as communication. Lontoo: Routledge.

Hoppu, K. 1997. Lapsiin ja nuoriin kohdistuva markkinointi. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy.

Keskinen, S. & Lehtonen, K. 1998. Tytöt ja pojat – samanlaisia ja erilaisia. Turku: Painosalama Oy.

Pomerleau, A., Bolduc, D., Malcuit G. & Cossette L. 1990. Pink or blue: Environmental gender stereotypes in the first two years of life.

The Kojo Nnamdi Show. 2008. Clothing and Culture -- Gender and Fashion. <http://thekojonnamdishow.org/audio-player?nid=2407>

WEBROPOL-KYSELYLOMAKE

Mitä mieltä olet sukupuolineutraaleista lastenvaatteista?

Teen opinnäytetyönäni sekä tytöille että pojille sopivan sukupuolineutraalin kangasmalliston, jota on tarkoitus käyttää lähinnä 2-5-vuotiaiden tyttöjen ja poikien vaatteisiin. Sukupuolineutraalien lastenvaatteiden suunnittelu ja valmistaminen on perusteltua niiden pidemmän käyttöiän vuoksi. Vaate voidaan kierrättää joko perheen sisällä sisaruskselta toiselle tai ystäväperheisiin - lapsen sukupuolesta riippumatta. Molemmille sukupuolille soveltuvien vaatteiden tarjonta lisää myös kuluttajien valinnanvapautta. Kyselylomakkeen avulla pyrin selvittämään, onko sukupuolineutraaleille lastenvaatteille kysyntää ja millaisia nämä vaatteet voisivat olla. Kyselyyn voi vastata, vaikka itsellä ei olisi lapsia.

TAUSTATIEDOT

1) Ikä *

10

2) Sukupuoli *

 nainen mies

3) Maakunta *

Ahvenanmaa

4) Asuinkuntani asukasluku on *

alle 10 000

5) Asun *

 keskustassa lähiössä maaseudulla

6) Koulutus *

Peruskoulu

7) Onko Teillä lapsia? *

- Kyllä, 0-5-vuotiaita
 Kyllä, 6-11-vuotiaita
 Kyllä, 12-17-vuotiaita
 Kyllä, jo aikuisia lapsia
 Ei

2-5-VUOTIAIDEN LASTEN VAATTEIDEN OSTOON LIITTYVÄT KYSYMYKSET

8) Kuinka paljon lasten vaatteiden ostoon vaikuttaa *

	Paljon	Jonkin verran	En osaa sanoa	Vähän	Ei ollenkaan
Äiti *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Isä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapsi itse *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Isovanhemmat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kummit *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ystävät *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9) Kuinka tärkeitä seuraavat asiat ovat lastenvaatteiden ostossa? *

	Erittäin tärkeä	Jonkin verran tärkeä	En osaa sanoa	Ei kovin tärkeä	Ei ollenkaan tärkeä
Väri *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kuusi (=kuviot,kuvat) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaateen tuotemerkki *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Laatu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiaali *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ekologisuus *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10) Voisitko ostaa tytölle vaatteita poikien osastolta? *

Kyllä En

11) Voisitko ostaa pojalle vaatteita tyttöjen osastolta? *

Kyllä En

2-5-VUOTIAIDEN LASTEN VAATTEIDEN ULKONÄKÖÖN LIITTYVÄT KYSYMYKSET

12) Kuinka hyvin seuraavat värit sopivat sekä tytöille että pojille? *

	Sopii paremmin tytöille	Sopii sekä tytöille että pojille	Sopii paremmin pojille	Ei sovi kummallekaan
Punainen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sininen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Keltainen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vihreä *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oranssi *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Violetti *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Musta *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valkoinen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruskea *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Beige *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harmaa *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaaleanpunainen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vaaleansininen *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13) Kuinka hyvin seuraavat kuviot ja aiheet sopivat mielestänne sekä tytöille että pojille? *

	Sopii paremmin tytöille	Sopii sekä tytöille että pojille	Sopii paremmin pojille	Ei sovi kummallekaan
Pallot *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Raidat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruudut *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kukat *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Luonto (kasvit, puut, kivet yms.) *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Eläimet *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kukuneuvot *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Urheilu *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lelut *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Numerot *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tekstit *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14) Mitkä muut kuviot tai värit sopivat mielestänne sekä tytöille että pojille? *

15) Onko asioita (esim. kuviot, hahmot, värit), joita et haluaisi nähdä lastenvaatteissa? *

16) Vastaa seuraaviin väittämiin *

	Täysin samaa mieltä	Jonkin verran samaa mieltä	En osaa sanoa	Jonkin verran eri mieltä	Täysin eri mieltä
Ostaisin sukupuolineutraaleja vaatteita omalle lapselleni. *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nykyisin on tarjolla paljon lastenvaatteita, jotka sopivat sekä tytöille että pojille. *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sukupuolineutraaleja lastenvaatteita pitäisi olla enemmän tarjolla. *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen ostanut lastenvaatteita, jotka sopivat sekä tytöille että pojille. *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
On tärkeää, että lapsen sukupuoli käy ilmi hänen vaatteistaan. *	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17) Millaisia ovat mielestänne sukupuolineutraalit vaatteet? (=Vaatteet, jotka sopivat sekä tytöille että pojille) *

18) Mitä mieltä olet sukupuolineutraaleista vaatteista? *

Lähetä

Kitos vastauksesta!

