

OODI MUOTOILULLE

Teollisen muotoilun perustelun ja muotoilijan roolin tarkastelua

Roosa Harju

Kandidaatin opinnäyte

Aalto-yliopisto

Taiteiden ja suunnittelun korkeakoulu

Muotoilun laitos

Muotoilu

2023

Tekijä Roosa Harju

Työn nimi Oodi muotoilulle - teollisen muotoilun perustelun ja muotoilijan roolin tarkastelua

Laitos Muotoilun laitos

Koulutusohjelma Muotoilu, taiteen kandidaatti

Vuosi 2023

Sivumäärä 35

Kieli Suomi

Tiivistelmä

Opintojeni alusta alkaen olen pohtinut muotoilun alaa ja sen tilaa nykypäivän yhteiskunnassa, jossa kestävä kehitys ja sen mukainen toiminta on aiheellisesti ihannoitua maapallon tilanteen huomioon ottaen. 'Miten teollinen muotoilu perustellaan?' on ollut vuosien aikana keskeisin mieleni päällä ollut kysymys. Muotoilijana tarkoitukseni on tuottaa ratkaisuja ongelmiin – olivatpa ne sitten aineellisia tai aineettomia, niiden ympäristövaikutukset on otettava laajalti huomioon ja ratkaisut pitää pystyä perustelemaan tähän päivään sopiviksi.

Opinnäytteeni tavoitteena on löytää perusteluja teolliselle muotoilulle nykymaailman kulutusyhteiskunnassa ja kartuttaa käsitystä muotoilijan roolista. Lisäksi haluan selvittää tutkielmassani, millaisia mahdollisuuksia nykypäivän muotoilijat näkevät muotoilun alassa ja murroksessa. Kysyn tutkielmassani, miten teollinen muotoilu voidaan perustella ja millaisena muotoilijan rooli nähdään.

Haastattelun opinnäytettäni varten viittä muotoilun alalla toimivaa henkilöä. Haastateltavilla oli erilaiset taustat ja työnkuvat, joten sain kattavan katsauksen alan ammattilaisten ajatuksista tutkimusaiheeseeni liittyen. Analysoin aineiston haastattelukysymysten pohjalta kiteyttämieni teemojen avulla.

Tulosten yhteenvedona teollista muotoilua voidaan perustella monin eri tavoin, kuten muotoilun vaikuttavuudella ja muotoilijalle ominaisilla piirteillä ja ajattelutavoilla. Nämä pitävät sisällään esimerkiksi muotoilijan ongelmanratkaisukyvyyn, pyrkimyksen tuottaa tavaroita vain tarpeeseen, taidon työskennellä menestyksekkäästi monialaisissa ympäristöissä, kyvyn huomioida kaikki näkökulmat suunnittelutyössä sekä muotoilijan toimimisen loppukäyttäjän äänenä.

Haastattelututkimuksen toteuttaminen oli antoisaa ja mielenkiintoini tutkimusaihetta kohtaan syveni samalla kun palo muotoilun alaa kohtaan kasvoi. Vaikka teollinen muotoilu olisikin murroksessa ja muotoiluidentiteettiä tarkoitus häivyttää planetaarisen ja ihmislähtöisen muotoilun tieltä, en silti usko sen hetkauttavan muotoilijoita. Muotoilijoilta vaaditaan ja on aina vaadittu luovia ratkaisuja ajankohtaisiin, monimutkaisiin ja kiperiinkin ongelmiin. Uskonkin juuri muotoilijoiden olevan avainasemassa löytämään ratkaisuja maailmamme suunnan muuttamiseksi.

Avainsanat haastattelututkimus, kestävä kehitys, kulutusyhteiskunta, käyttäjälähtöinen suunnittelu, muotoilijan rooli, muotoilu, teollinen muotoilu

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
2	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	3
2.1	MUOTOILUN MÄÄRITTELYSTÄ JA MURROKSESTA	3
2.2	AINEISTON TUOTTAMINEN	8
2.2.1	Haastattelurunko ja tutkimuskysymys	9
2.3	AINEISTON ANALYYSI	10
2.3.1	Haastateltavien esittely	13
3	TUTKIMUSTULOKSET	15
3.1	VASTUU JA VAPAUS – MUOTOILUN LAAJAT MAHDOLLISUUDET	15
3.2	MUOTOILIJAN ROOLI	20
3.3	MUOTOILUN VAIKUTTAVUUS	25
4	POHDINTA	28
	LÄHTEET	32
	LIITTEET	35
	LIITE 1. TUTKIMUSSOPIMUS	35
	KUVIOT	
	Kuvio 1. Venn-diagrammi aineistosta	12
	Kuvio 2. Tarkennus venn-diagrammin osasta	13

1 Johdanto

Maapallon resurssit on kulutettu loppuun, kapitalismi jyllää ja pieni osa ihmiskunnasta nauttii yltäkyläisyydestä heikko-osaisten perustarpeiden sekä yhä ehtyvien luonnonvarojen kustannuksella. Konsumerismin mukaisesti runsas kulutus nimenomaan hyödyttäisi ihmisiä ja edistäisi taloutta koko yhteiskunnan pyöryksen perustuessa kulutukselle, mutta nykyinen kulutusyhteiskuntamme uhkaa koitua ihmisten ja koko maapallon kohtaloksi.

Muotoilu ja muotoilijat nauttivat ja ovat kautta aikain nauttineet kapitalistisesta talousjärjestelmästä. Jos kapitalismissa on päämääränä tuottaa omistajille mahdollisimman paljon voittoa, on yhtä lailla muotoilijan tavoitteena löytää oma asiakaskuntansa ja saada myytyä tuotteitaan sekä itseään brändinä mahdollisimman laajasti ja paljon. Kapitalismia pidetään yleisesti menestyneimpänä järjestelmänä taloudellisen ja teknologisen kehityksen edistämiseksi, ja sillä ratsastaen muotoilukin on saavuttanut aikanaan maineensa ja huippuhetkensä. Maailman tämänhetkinen tilanne kuitenkin uhkaa yhtä lailla vallitsevaa talousjärjestelmäämme ja kulutusyhteiskuntaa kuin muotoiluakin, ja saa kaikin mokomin uhatakin. Meidän on tehtävä konkreettisia muutoksia asenteisiin, kuluttamiseen ja elintapoihin liittyen.

En voi olla pohtimatta, kuinka voimme nykypäivänä suunnitella tai tuottaa enää yhtäkään uutta tuotetta perustellusti. Vai voisiko uusien tuotteiden suunnittelu ja tuotanto olla elinehto ja pelastusrenkas maapallolle, kun sitä tehdään kestävästi, fiksusti ja systemaattisesti? Entä miksi itse olen muotoilija? Kuinka perustelen muotoilijan ammattini? Näitä kysymyksiä ja omaa muotoilijaidentiteettiäni olen pohtinut siitä asti, kun hain Aalto-yliopistoon opiskelemaan muotoilua Alvar Aallon ja Eero Aarnion kiiltokuvamaiset henkilöahmot suomalaisista muotoilijoista mielessäni. Tänä päivänä teollisten muotoilijoiden paletti ei kuitenkaan enää koostu ainoastaan maailmankuuluista sankarimuotoilijoista. Onkin kiinnostavaa seurata, kuinka muotoilun murros tulee mahdollisesti vaikuttamaan muotoilijaidentiteetin haihtumiseen ja sitä kautta kestävämmän muotoilun harjoittamiseen, jos muotoilun

lähtökohtina harvemmin on enää muotoilijan omat henkilökohtaiset, jopa itsekkäät näkemykset ja tavoitteet.

Tutkielmassani tarkastelen teollisen muotoilun tilaa ja muotoilijan roolia sekä erilaisia näkökulmia ja mahdollisia ristiriitoja, joita alan nykyhetkeen ja tulevaisuuteen liittyy. Tuottamani tutkimusaineisto koostuu viiden alalla toimivan muotoilijan haastatteluista. Sivuamme haastatteluissa kestävän kehityksen raameja, joiden sisällä teolliset muotoilijat voivat toimia planeettamme hyväksi. Haastatteluissa keskitymme myös siihen, mitä muotoilijuus ja muotoilijaidentiteetti merkitsevät muotoilijoille ja kuinka he perustelevat ammattivalintansa. Lähden liikkeelle luvussa kaksi kertomalla tutkimuksen toteuttamisesta, aina muotoilun määrittelemisestä aineiston analyysiprosessin kuvaukseen. Seuraavaksi luvussa kolme esittelen tutkielmani tuloksia. Viimeiseksi luvussa neljä kokoan yhteen tekemääni ja esitän johtopäätöksiä.

2 Tutkimuksen toteuttaminen

Tässä luvussa luon aluksi katsauksen tutkielmani teoreettisiin lähtökohtiin. Niiden siivittämänä olen päässyt pohtimaan ja muotoilemaan haastattelukysymyksiä ja varsinaista tutkimuskysymystäni, ja lopulta kentälle haastattelemaan alan asiantuntijoita. Aineiston tuottamisen esittelyn jälkeen avaan aineiston analyysiprosessia. Lopuksi kerron, kuinka olen anonymisoinut haastattelemani muotoilijat.

2.1 Muotoilun määrittelystä ja murroksesta

World Design Organization (2023) määrittelee muotoilun seuraavalla tavalla: ”Teollinen muotoilu on strateginen ongelmanratkaisuprosessi, joka ohjaa innovaatioiden syntymistä, rakentaa liiketoiminnan menestystä ja johtaa parempaan elämänlaatuun innovatiivisten tuotteiden, järjestelmien, palvelujen ja kokemusten kautta” (World Design Organization, 2023, käänös Roosa Harju). Tämän kaltaisen määrittelyn mukaan teollisen muotoilun kenttä on uskomattoman laaja sisältäen kaikenlaiset fyysiset ja abstraktit uudet innovaatiot, jotka johtavat parempaan tulevaisuuteen ekonomisesti, ekologisesti ja eettisesti.

Muotoilu tarkoittaa laajaa kokonaisvaltaista prosessia, jossa suunnittelua ja toteuttamista tehdään käyttäjälähtöisesti ja kestävästi. Muotoilu ottaa asiakkaan tarpeet huomioon ja voi nopeuttaa tutkimustulosten kaupallistamista, siivittäen tuotteiden ja palveluiden kehittämistyötä. (Työ- ja elinkeinoministeriö, 2023.) Käsitän muotoilun hyvin laajasti: se voi olla esimerkiksi tuotemuotoilua, kuten sairaalalaitteiden tai huonekalujen suunnittelua, palvelumuotoilua eli parempien asiakaskokemusten suunnittelua, strategista muotoilua, kuten yritysten liiketoimintamallien kehittelyä ja käyttöliittymä- ja käyttäjäkokemussuunnittelua. Myös taiteen ja teollisuuden häilyvään rajapintaan keskittynyt suunnittelutyö on muotoilua.

Muotoilu määritellään ongelmanratkaisuksi, mutta se voi päinvastoin olla myös jotain täysin muuta. Anthony Dunne ja Fiona Raby (2013) kuvaavat kuinka

spekulatiivisessa muotoilussa luodaan vaihtoehtoisia skenaarioita tulevaisuudelle ja pohditaan, miten asiat voisivat olla. Tämä antaa uusia näkökulmia viheliäisten ongelmien (*wicked problems*) ratkaisemiseen. Tarkoitus on luoda tilaa keskustelulle ja luovuudelle sekä rohkaista ihmisiä ajattelemaan ”mitä jos” (Dunne & Raby, 2013). Sitra (2023) määrittelee viheliäisen ongelman monimutkaiseksi, useiden tekijöiden ja muuttujien ongelmaksi, joka on usein uniikki eikä siihen löydy valmiita ratkaisumalleja entuudestaan. Viheliäisiä ongelmia tarkastellaan poikkiyhteiskunnallisesti ja laaja-alaisesti. (Sitra, 2023.)

Helsingin Sanomien kulttuuritoimittaja Hannu Pöppönen (2013) käy teoksessaan läpi suomalaisen muotoilun historian merkittävimpiä ilmiöitä sekä tarjoaa kurkistuksen muotoilun alaan ja sen merkitykseen ylipäätään. Hän avaa muun muassa muotoilun roolia ja muotoilijan määritelmää sekä designkäsitteitä. Vaikka muotoilijoille painotetaan monialaisuuden ja yhteistyön tärkeyttä ja muotoilijat ovat etunenässä luomassa uusia asioita ja vaikuttamassa suuntaan, johon olemme menossa, muotoilijat eivät ole päässeet mukaan yhteiskunnallisiin keskusteluihin – osittain koulutuksesta ja osittain designkulttuurista johtuen. (Pöppönen, 2013.) Muotoilijoiden työkenttä on laajentunut tuotesuunnittelusta palvelumuotoiluun, käyttöliittymäsuunnitteluun, muotoilujohtamiseen, strategiseen ja ihmis- sekä planetaarislähtöiseen suunnitteluun. Katsonkin nykypäivän muotoilijan istuvan erityisen hyvin monialaiseen tiimiin kommunikointi- ja yhteistyötaitoineen, minkä avulla voimme taistella entistäkin viheliäisempiä yhteiskunnallisia ongelmia vastaan. Samalla ihmettelen, että suomalainen muotoiluosaaminen tai -ajattelu ei ole vielä kukaan ylittänyt uutiskynnystä laajemmalla valtiollisella tasolla.

Pöppönen (2013, s. 175–176) kertoo haastattelemansa konseptisuunnittelija Jari Koskisen toteavan seuraavaa: ”Suomessa vallitsee insinööritaustainen suunnittelukulttuuri, insinöörit osaavat puhua yhteiskunnallisista teemoista ja nostaa itsensä pääjohtajatasolle keskustelemaan sivistyneesti.” Koskisen mielestä myös muotoilijoiden eettis-ekologinen arvomaailma ja teknologian sivuuttaminen on ollut esteenä yhteiskunnallisen keskusteluyhteyden saavuttamisessa. Muotoilijoille on luontevampaa suunnitella läpinäkyvästi, eettisesti, ekologisesti ja

ihmislähtöisesti tuotteita, joskin yhteys teknologiaan, sen ymmärtämiseen ja haluun hyödyntää on jäänyt lastenkenkiin, Koskinen julistaa. (Pöppönen, 2013, s. 175–176.) Ottaen kuitenkin huomioon kirjan julkaisuvuoden 2013 katson, että olemme menneet huimasti eteenpäin edellä mainitusta. Muotoilijat toimivat yhä monialaisemmissa ympäristöissä ja hyödyntävät eri alojen asiantuntijoiden näkemyksiä omassa työssään. Vaikka muotoilijat eivät välttämättä itse ymmärtäisi esimerkiksi teknisistä asioista yhtä paljon kuin alan erityisosaaja, on muotoilijoilla kuitenkin velvollisuus, valtuudet ja motivaatio ottaa kaikki hyöty irti muiden ammattitaidosta.

Lukemani tutkimuskirjallisuuden ja suorittamieni opintojen perusteella käsitän, että muotoilijan tulee hyödyntää tulevaisuuden tutkimusta ja trendien ennustamista työssään. Muotoilijan tehtävän ydin on suunnitella tavaroita, tuotteita, palveluita ynnä muita nimenomaan tarpeeseen. Muotoilijan on oltava selvillä siitä, että tuote tai palvelu istuu nykypäivän vaatimuksiin. On siis otettava huomioon kestävän kehityksen periaatteet¹ varmistaen kuitenkin, että suunniteltava asia kestää aikaa ja on käyttökelpoinen, jatkojalostettava, kierrätettävä tai muuten mukautettavissa myös tulevaisuuden maailmaan.

Muotoilijan tehtävä on huomioida edellä mainitun lisäksi, että ihminen säilyy tuotesuunnittelun keskiössä huimaa vauhtia kehittyvässä ja teknologisoituvassa maailmassa, jossa esimerkiksi tekoäly vahvistaa asemaansa. Pöppösen (2013, s. 176) haastattelema Koskinen tuokin esille ajatuksen liittyen muotoilijan kyseisiin vaatimuksiin: “[.] Nopeista muutoksista johtuen olen sitä mieltä, että suunnittelun tulisi aina perustua tulevaisuuden ennakkointiin; muuten riskinä on, että suunnitellaan valmiiksi vanhentunutta” (Pöppönen, 2013, s. 176). Tulevaisuuden ennakkointi nykymaailmassa voisikin tarkoittaa ensisijaisesti planetaarislähtöisemmän muotoilun toteuttamista. Ei siis ainoastaan eettisen ja ekologisen näkökulman huomioon ottamista, vaan nimenomaan se edellä

¹ ”Kestävä kehitys on maailmanlaajuisesti, alueellisesti ja paikallisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämääränä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät elämisen mahdollisuudet. Tämä tarkoittaa myös, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon päätöksenteossa ja toiminnassa.” (Ympäristöministeriö, 2023.)

suunnittelemista – unohtamatta kuitenkin ihmistä, loppukäyttäjää ja taloudellisia tekijöitä.

Muotoilijan työhön liittyy monia rajoituksia ja reunaehtoja, kuten esimerkiksi muotoilija Dieter Ramsin 10 kuuluisaa muotoiluperiaatetta (ks. Jong, 2017). Muotoilijan viisi e-kirjainta puolestaan ovat esteettisyys, ergonomisuus, ekonomisuus, eettisyys ja ekologisuus, vaikkakin Muotoilupakissa (2023) todetaan, että letkaan voisi hyvin vielä lisätä kuudennen e-kirjaimen eli empaattisuuden. Muotoilijan työssä olennaisinta on pohtia ratkaisuja loppukäyttäjää ja ihminen keskiössä, joten kyky asettua toisen ihmisen asemaan on näin muotoilijalle elintärkeä. Empaattisuus sopii siis hyvin muotoilijan viiden e-kirjaimen jatkeeksi.

Opettajani Simo Puintilan (2023) kanssa keskustellessa esiin nousi myös muita muotoilun reunaehtoja. Hän on lisännyt viiden e-kirjaimen kaveriksi kolme r-kirjainta ja yhden m-kirjaimen. Rakkaus, resurssit ja riskinotto kyky liittyvät yritykseen, jolle muotoilija tekee töitä. Puintila on omassa työssään huomannut, että niin sanotusti rakkaus lajiin on mitä merkittävin panos, joka edesauttaa muotoilijan ja yrityksen välistä yhteistyötä. Yrityksellä on oltava intohimoinen asenne tekemäänsä työtä kohtaan. Liiketoimintaa on tehtävä rakkaus eikä raha edellä, pilke silmäkulmassa, toki pyrkien kasvattamaan liikevoittoa, mutta ensisijaisesti rakastaen sitä mitä tekee ja välittäen siitä aidosti. Resurssit viittaavat konkreettisiin resursseihin, joita yritykseen liittyy. Kuinka paljon rahaa, aikaa ja vaivaa yritys on valmis laittamaan muotoiluprojekteihin. Muotoilu on luovaa ja innovatiivista, uusien asioiden luomista, ja kaikkeen mikä ei ole tuttua ja turvallista liittyy auttamatta aina suurempi riski. Riskinotto kyky rajoittaa tai mahdollistaa muotoilijan työtä, riippuen siitä kuinka halukas ja kyvykäs yritys on ottamaan riskejä ja kokeilemaan uusia asioita. Sekä muotoilijoiden, että yritysten on tehtävä ratkaisuja rohkeasti, jotta voimme luoda parempaa huomista. (Puintila, 2023.)

Muotoilijan m-kirjain kuvaa markkinoita, joka opettajani mukaan onkin viheliäisin haaste muotoilijalle. Toki markkinat luovat mahdollisuuksia, mutta tässä tapauksessa suomalainen markkinatalous toimii haastavana tekijänä muotoilijalle, sillä muotoilua ja sen tuomaa merkitystä ei vielä kukaan ymmärretä Suomessa täysin.

Vaikka suomalaista muotoilua arvostetaan, suurin osa suomalaisista valitsee kuitenkin tosielämässä halvan ja nopean ratkaisun kalliimman, kestävämmän ja hiukan hitaamman toimituksen sijaan, oli kyse sitten kodin sisustuksesta tai vaatetuksesta. (Puintila, 2023.) Muotoilija luonee menestyneitä ratkaisuja, jos hän onnistuu luovimaan edellä mainittujen reunaehtojen, kuuden e-kirjaimen, kolmen r-kirjaimen ja yhden m-kirjaimen välisessä haparoivassa maastossa.

Suomalaisen muotoilun kulta-aika keskittyi 1950–1960-luvuille menestyksekkään Milanon triennaalin, nousevan taideteollisen koulutuksen ja niin kansainvälisen kuin kotimaisenkin menestyksen myötä. Triennaalimenestykset sekä kansainväliset tunnustukset loivat suomalaisen muotoilun sankaritarinoita sen ajan keskeisille muotoilijoille. (Korvenmaa, 2009, s. 175.) Muotoiluhistorioitsija Kaisu Savolainen (Aalto, 2023) toteaaakin haastattelussaan sankarimuotoilijoiden tarjonneen Suomelle tuohon aikaan juuri sitä mitä se kaipasi.

Vielä 60-luvulle saakka muotoilu Suomessa oli keskittynyt enemmän yksilötyöhön, jossa muotoilija suunnittelee melko itsenäisesti ja omista hedonistisista lähtökohdistaan tuotteen. Sotien jälkeisen vaurastumisen ja kulutuksen nousun myötä teollinen muotoilu alkoi kehittyä Suomessa voimakkaasti, jolloin yksittäisten sankarimuotoilijoiden näkyvyydestä alettiin siirtyä vähemmän henkilökeskeistä ja enemmän yhteistyötä painottavaa muotoilua kohti. Samoihin aikoihin herättiin maailmanlaajuisiin ympäristöön ja sosiaalisiin tekijöihin liittyviin ongelmiin, jotka eivät olleet enää yhden kuuluisan muotoilijan ratkaistavissa, vaan vaativat laajaa monialaista ryhmätyötä. (Korvenmaa, 2009, s. 175, 213–215.) Kapitalistinen talousjärjestelmämme joutui kritiikin kohteeksi, joskin teollinen muotoilu vain vahvistui sitä myötä: ”Paradoksaalista kyllä, juuri teknologiapohjaisen teollisen muotoilun onnistui vahvistaa asemiaan näissä pyörteissä, mikä johtui sen ongelmakeskeisistä, tekijän ”signeerauksen” välttävästä toimintatavasta. Muotoilua ja esimerkiksi sairaalateknologiaa yhdistäneet, monialaiset hankkeet eivät yksilöityneet henkilöihin vaan valmistajaan” (Korvenmaa, 2009, s. 215).

Vaikka muotoilu keskittyi edelleen enimmäkseen kodin kulutustuotteisiin, alkoi pinnan alla selkeästi kyteä ajatus muotoiluajattelusta, loppukäyttäjän

huomioimisesta, monialaisesta yhteistyöstä ja palvelumuotoilukeinojen hyödyntämisestä ympäristövaikutusten ja kestävämmän muotoilun ohella. Suomalaisen muotoilun kentän laajeneminen alkoi. Esimerkiksi Anni Vilkkonen (2021) käy läpi juuri muotoilun kentän laajenemista ja muotoilun murrosta niiden vaikuttaessa merkittävästi opinnäytteensä keskeisimpään teemaan; alati muuttuvaan ja kehittyvään muotoilijaidentiteettiin ja sen rakentumiseen luontosuhteen vaikutuksen alaisena. Hän kokee murroksen huojentavaksi muutoksen mahdollistaessa alan kanssa yhdessä kasvamisen: ”Tämänhetkinen murros ilmenee minulle uusina näkökulmina ja muotoilun uusina keinoina vaikuttaa yhteiskunnan sekä luonnon ongelmiin” (Vilkkonen, 2021, s. 32). Muotoilun murros ja laajeneminen mahdollistaa siis kestävämmän ja käytettävän tulevaisuuden rakentamisen nykyhetkessä, jossa maapallon kantokyvyn rajat on jo ylitetty.

2.2 Aineiston tuottaminen

Puntaroidessani sopivinta tapaa sukeltaa edellisessä luvussa mainittuihin laajoihin aiheisiin ja kiperiin kysymyksiin päädyin nopeasti siihen, että haluan tuottaa tutkimusaineistoni haastatteleamalla alalla jo pidempään toimineita muotoilijoita. Pyrin löytämään tutkimukseeni henkilöitä, jotka olisivat lähtöisin erilaisista taustoista ja toimisivat erilaisissa tehtävissä, jotta saisin laadullisesti laajan katsannon heidän ajatuksistaan tutkimusaiheeseen liittyen. Kokosin listan mahdollisista kiinnostavista asiantuntijoista ja lähdin soittelemaan heille kysyäkseni heitä mukaan opinnäytteeseeni. Yllätyin positiivisesti, sillä jokainen muotoilija, johon otin yhteyttä, innostui tutkimusaiheeni ajankohtaisuudesta ja mielenkiintoisuudesta ja halusi jakaa aikaansa kanssani osallistuen haastatteluun.

Tapasin kolme haastateltavistani kasvotusten ja kaksi etäyhteyden välityksellä huhti-toukokuussa 2023. Tutkimuseettiset kysymykset (ks. esim. Tiittula & Ruusuvaara, 2014, s. 17–18) huomioin esimerkiksi siten, että jokaisen haastattelun aluksi allekirjoitimme tutkimussopimuksen (liite 1), jossa sovimme muun muassa tutkimuksen toteutuksesta anonyymisti. Sain haastateltavilta myös luvan äänittää

keskustelumme, joten nauhoitin haastattelut puhelimellani aineiston analyysia varten. Täten pystyin myös keskittymään paremmin haastatteluun, kun ei ollut tarve tehdä samalla sanatarkkoja muistiinpanoja. Olin lähettänyt haastateltaville etukäteen haastattelukysymykset tutustuttaviksi, mutta kertonut myös, ettei haastatteluun kuitenkaan tarvitse varsinaisesti valmistautua. Haastattelut toteutettiin rennon keskustelun muodossa kysymysten toimiessa löyhänä haastattelurunkona, joten haastattelua voisi näin kutsua puolistrukturoiduksi (ks. esim. Tiittula & Ruusuvuori, 2014, s. 11). Jokainen haastattelu kesti sovitusti tunnin verran, mutta juteltavaa aiheeseen liittyen olisi ollut vielä rutkasti jäljellä.

2.2.1 Haastattelurunko ja tutkimuskysymys

Haastattelukysymyksiä valmistellessani pohdin omia kokemuksiani ja ajatuksiani aiheesta muotoilijaidentiteettiin, maailman tilanteeseen ja teollisen muotoilun murrokseen liittyen. Koen kieltämättä pientä ahdistusta siitä, että olen valinnut suunnakseni opiskella alaa, jossa päämääränä on uusien tuotteiden suunnitteleminen ja tuottaminen maailmaan, jossa ei enää rehellisesti ole resursseja hukattavaksi. Haastatteluissa halusin uppoutua varsinkin siihen tulevaisuuden uskoon ja positiiviseen ajattelutapaan, joita muotoilijoilta oman aiemman kokemukseni perusteella tuntuu löytyvän. Uskonkin myönteisen maailmankuvan olevan yksi muotoilijoiden avaimista maailmanlaajuisten valtavien ongelmien ratkaisemiseen: ratkaisuja voimme etsiä muotoilun murroksen ja kestävän kehityksen, sekä muotoilijaidentiteetin etsimisen ja kadottamisen välimaastosta. Haastattelurunkoni koostuu seuraavista kysymyksistä.

Miksi halusit ja miten päädyit muotoilijaksi?

Mikä tekee merkityksellistä työstäsi?

Mitä kaikkea kuuluu työnkuvaasi muotoilijana?

Kuvaile muotoilijaidentiteettiäsi kolmella adjektiivilla. Miten määrittelet muotoilijaidentiteettisi ja kuinka se näkyy tai kuinka tuot sitä esille arjessasi?

Miten koet muotoilijana olevasi vastuussa maailman suunnan muuttamisesta, kuluttamiseen ja kestävään kehitykseen liittyen?

Onko kulunut aika ja muuttanut maailma muuttanut käsitystäsi muotoilijuudesta ja omasta itsestäsi alalla työskentelevänä ihmisenä?

*Oletko kokenut huonoa omatuntoa alastasi tai joistain työprojekteistasi?
Oletko voinut aina seistä sataprosenttisesti työprojektiesi takana?*

Uskotko muotoilijoiden olevan avainasemassa paremman maailman kehittämisen puolesta? Miten ja miksi?

Mitä ajattelet teollisen muotoilun alasta? Onko se murroksessa vai katoamassa?

Pelottaako sinua tulevaisuus muotoilijana vai näetkö sen mahdollisuutena?

Kuinka mielestäsi voimme nykypäivänä suunnitella tai tuottaa enää yhtäkään uutta tuotetta perustellusti, ottaen maapallon jo kulutetut resurssit huomioon?

Voiko teollinen muotoilu tai uusien tuotteiden suunnittelu ja tuotanto olla maapallon pelastusrengas, kun sitä tehdään kestävästi, fiksusti ja systemaattisesti?

Näiden kysymysten avulla pyrin tutkielmassani vastaamaan varsinaiseen tutkimuskysymykseeni:

Miten teollinen muotoilu voidaan perustella ja millaisena muotoilijan rooli nähdään?

2.3 Aineiston analyysi

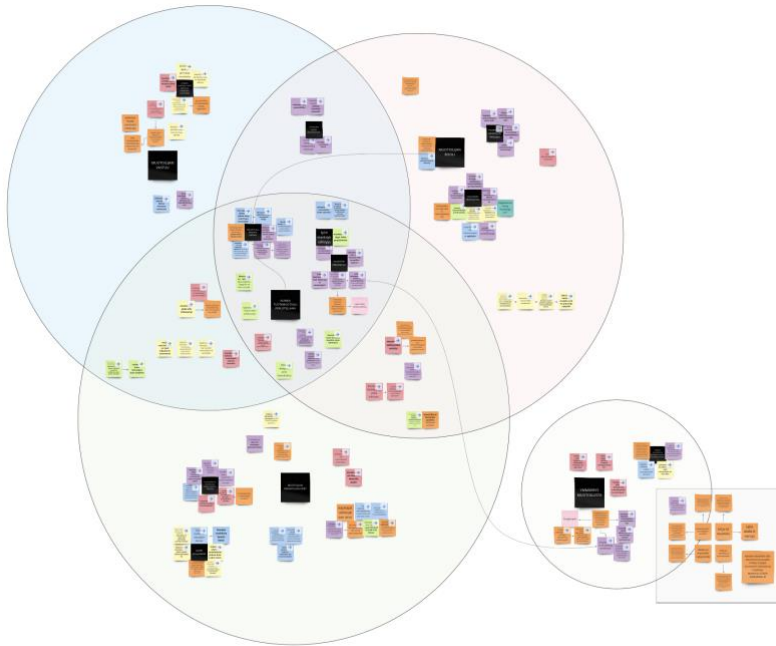
Analyysivaiheen kynnyksellä tutustuin Johanna Ruusuvuoren, Pirjo Nikanderin ja Matti Hyvärisen (2014) toimittamaan Haastattelun analyysi -teokseen. Sen pohjalta hahmottelin itselleni oman tutkielmani analyysia ohjaavia periaatteita ja pohdin myös mahdollisia rajoituksia. Palaan tutkielmani loppupohdinnassa tarkemmin

siihen, miltä osin aineistolle voisi antaa vielä lisää painoarvoa mahdollisessa jatkotutkimuksessa. Lukemani tutkimuskirjallisuuden perusteella päätin tehdä haastatteluaineistosta kiteytyksen käyttämällä haastattelukysymyksiä teemoittelevana apuna. Aloitin litteroimalla haastattelut Miro-ohjelmassa post-it-lappujen muotoon analogisessa järjestyksessä. Litteroinnin pohjalta koostin kaikkien eri haastateltavien vastaukset kattavan aihepohjaisen yhteenvedon. Seuraavassa työvaiheessa supistin yhteenvedoa entisestään ja tein kiteytyksen haastatteluaineistosta jatkaen vastausten kategorisointia aihealueittain.

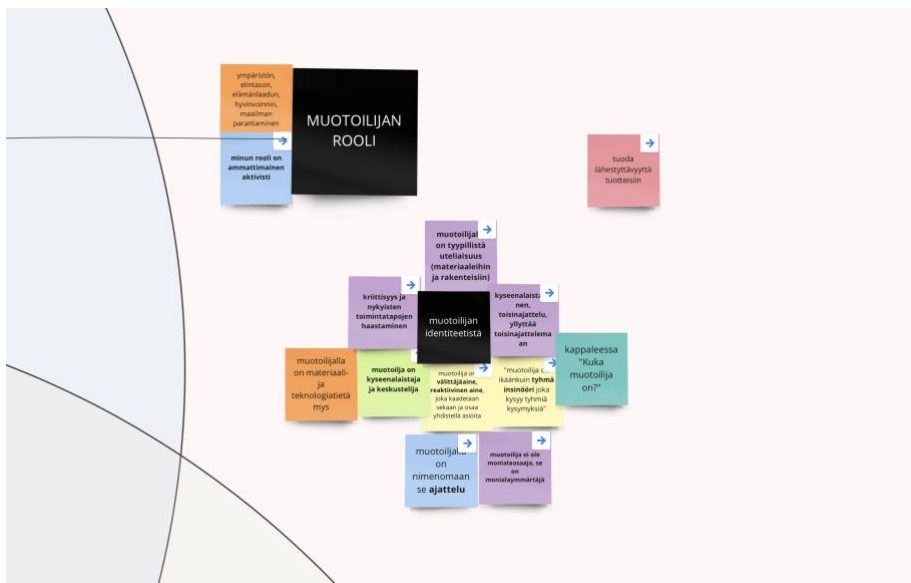
Lopullisen kiteytyksen ja visualisoinnin tein rakentamalla kolmiosaisen limittäisen ajatuskartan (venn-diagrammin), jossa kantavina teemoina ovat 'muotoilijan rooli', 'muotoilijan vastuu', 'muotoilun mahdollisuudet', 'ymmärrys muotoilusta' ja kartan keskellä 'kuinka tuotemuotoilu perustellaan'. Voisi ajatella, että tässä vaiheessa sain muotoiltua jo alustavat tulokset. Aineiston jäsentäminen ja analysointi ei jäänyt yksinkertaisen sisällönanalyysin tapaiseksi pinnalliseksi koodaamiseksi tai referoinniksi, vaan usean läpikäyntikierron aikana ja johdosta aineisto tuli itselleni hyvin tutuksi, ja joka kerralla pääsin nostamaan aineistosta esille uusia seikkoja pureskeltavaksi. Sisällöllisesti hyvin rikas aineistoni ei ollutkaan hetkessä ammennettavissa tyhjiin, joten olen tyytyväinen, että itselläni oli mahdollisuus käyttää analyysiin rauhassa aikaa muista opinnoista ja töistä huolimatta. Tärkeässä osassa analyysiprosessia oli myös esimerkiksi hyvän opiskelukollegani kanssa aineistolöydöksistäni käymämme keskustelu, jonka jälkeen palasin aina uusin ajatuksin takaisin aineiston pariin. Tämä kirkasti itselleni hyvin myös sitä mitä tutkijan työ voi parhaimmillaan olla eli inspiroivaa keskustelua, yhdessä ajattelua ja ajattelun kehittymistä.

Laadullisessa tutkimuksessa validiteettia tai reliabiliteettia ei arvioida samanlaisin kysymyksin ja kriteerein kuin määrällisessä tutkimuksessa (Ruusuvuori, Nikander & Hyvärinen, 2014, s. 26–27), mutta tutkielmani luotettavuuden ja läpinäkyvyyden lisäämiseksi esitän seuraavissa kuvioissa analyysiurakkani loppuvaiheen tilannetta, jonka pohjalta olen lähtenyt kirjoittamaan tutkielmani tuloksia auki. Lisäksi seuraavassa luvussa tutkimustuloksia esitellessäni olen pyrkinyt runsailla

aineistolainauksilla havainnollistamaan ja perustelemaan aineistosta tekemiäni tulkintoja, jotka jonkun toisen, erilaisen taustan ja työpakin omaavan tutkijan tekemänä, voisivat luonnollisesti olla toisenlaisia. Läpi tutkimusraporttini olen myös pyrkinyt kirjoittamaan ylös ajatuksiani ja havaintojani.



Kuvio 1. Venn-diagrammi aineistosta



Kuvio 2. Tarkennus venn-diagrammin osasta

2.3.1 Haastateltavien esittely

Tutkielmassani olen nimennyt haastateltavat uudelleen ”tittleillä”, jotka kuvaavat heidän koulutustaustansa tai nykyistä työkuvaansa. Näin tulosten lukeminen on helpompaa ja lukija ymmärtää millaisista lähtökohdista haastateltava vastaa kysymyksiin.

Haastattelin tutkimuksessani suuren suomalaisen ja kansainvälisesti johtavan teollisuusalan yrityksen muotoilujohtajaa. Kutsun häntä opinnäytteessäni nimellä *Muotoilujohtaja*. Haastateltavan muotoilutausta on vahva, ja hän on toiminut kyseisessä yrityksessä yli vuosikymmenen muun muassa muotoilujohtajan roolissa ja sitä ennen erilaisissa muotoilualan yrityksissä teollisena muotoilijana.

Toista haastateltavaani kutsun opinnäytteessäni *Teolliseksi muotoilijaksi*. Hän vastaa muotoilusta suomalaisessa infratuotteita valmistavassa yrityksessä, joka työllistää noin 4 000 työntekijää, mutta vain kaksi teollista muotoilijaa. Häneltä löytyy insinööriäustaa ennen muotoiluopintoja ja -uraa. Haastateltavalta saa näkökulmaa siihen, minkälaista on toimia muotoilijana ja luovempina ajattelijana insinöörivetoisessa yrityksessä.

Kaksi haastateltavistani toimii muotoilun alalla tuotemuotoilijoina, mutta ovat molemmat valmistuneet sisustusarkkitehdeiksi: toinen tilasuunnittelijaksi ja toinen huonekalusuunnittelijaksi. *Tilasuunnittelija* ja *Huonekalusuunnittelija* ovat molemmat kuitenkin työllistäneet itsensä yli 20 vuotta muotoilun alalla erilaisilla tuotemuotoiluun, tilasuunnitteluun, huonekalusuunnitteluun, taiteellisempiin projekteihin ja näyttelyarkkitehtuuriin liittyvillä tehtävillä.

Haastateltavistani *Strateginen muotoilija* on toiminut pisimpään alalla ja tehnyt valtavasti erilaisia töitä muotoiluun liittyen. Hänen taustansa on vahvasti teollisessa muotoilussa, jota hän on tehnyt jo useamman vuosikymmenen ajan muun muassa Suomen ja Pohjoismaiden johtavimmassa muotoilutoimistossa. Strateginen muotoilija toimii tällä hetkellä yritysvalmentajana muotoillen liiketoimintasuunnitelmia yrityksille.

Puhuessani Muotoilujohtajasta, Teollisesta muotoilijasta, Tilasuunnittelijasta, Huonekalusuunnittelijasta ja Strategisesta muotoilijasta isolla alkukirjaimella viittaa aina haastateltuihin henkilöihin. Pienellä alkukirjaimella kirjoitettaessa esimerkiksi teollinen muotoilija viittaa yleisesti teolliseen muotoilijaan.

3 Tutkimustulokset

Tässä luvussa esittelen tutkielmani tulokset. Tarkastelen ja tulkitSEN haastatteluaineistoa koostamani venn-diagrammin kantavien teemojen ´muotoilijan rooli´, ´muotoilijan vastuu´, ´muotoilun mahdollisuudet´, ´ymmärrys muotoilusta´ ja ´kuinka tuotemuotoilu perustellaan´ pohjalta.

3.1 Vastuu ja vapaus – muotoilun laajat mahdollisuudet

Haastatteluista kävi ilmi, kuinka muotoilun ala nähdään edelleen hyvin kapeana. Kun ei-muotoilijat puhuvat alasta, muotoilu kuvataan hyvin usein pelkästään fyysisten esineiden ja asioiden suunnitteluna estetiikka edellä. Muotoilun ajatellaan yleisesti olevan pelkästään muodonantoa ja muotoiluprosessi nähdään tapahtuvan tuotteen lopullinen ulkomuoto keskiössä. Tähän toki vaikuttaa myös se, kuinka muotoilusta puhutaan edelleen Suomessa esimerkiksi valtiollisella tasolla. Pöppönen (2013, s. 175) käsittelee aihetta kirjassaan toteamalla, että ”[v]irallisissa valtion puheissa design on yksi niistä aloista, joilla ylpeillään maamme identiteetin luomisessa, mutta päättäjillä on yhä perinteinen eli esinekeskeinen käsitys designista”.

Miltä muotoilijoiden ja muotoilun tulevaisuus näyttää? Uudet innovaatiot, monialaisuus ja muotoilun kentän laajeneminen vaikuttavat olevan muotoilun tulevaisuuden keskiössä. Anni Vilkkö (2021) kiteyttää opinnäytteessään suomalaisen muotoilun mahdollisen tulevaisuuden. ”Nykyisen käsityksen, jossa suomalainen muotoilu vielä yhdistetään vahvasti hyvin perinteiseen tuotemuotoiluun, toivon muuttuvan käsitykseen, jossa suomalainen muotoilu nähdään myös laajana elämää hyödyttävänä tutkimuksen alana ja pohjoismaisena tietoutena” (Vilkkö, 2021, s. 43). Jo tällä hetkellä Suomessa muotoiluosaaminen ja -ajattelu on kilpailuvaltti maailman mittakaavassa. En näkisi ollenkaan kaukaisena sitä, että suomalaisesta muotoilusta muodostuisi merkittävä vientituote.

Katson, että Suomessa on edelleen yllättävän harhaanjohtava ja suppea designkäsitys, vaikka meiltä löytyy laajaa teollisen muotoilun ja

materiaalikehityksen osaamista sen lisäksi, että olemme edelläkävijöitä esimerkiksi palvelumuotoilun ja abstraktien asioiden, kuten liiketoimintamallien, palvelupolkujen ja käyttöliittymä- ja käyttäjäkokemuksen suunnittelun saralla. Teollinen muotoilija katsoo, että muotoilu koetaan nykyään edelleen taiteilijahommaksi. Ilman että taiteessa tai taiteilijuudessa olisi mitään vikaa, taiteilijuuden assosioituminen vahvasti muotoiluun vähentää kuitenkin tietyllä tapaa muotoilun uskottavuutta, eikä sen tuomaa valtavaa etua osata nähdä tai ymmärtää. Teollinen muotoilija sanookin huomanneensa, ettei muotoilun tuomaa lisäarvoa hahmoteta kokonaan yrityksen eri portaissa, eikä muotoilua tai sen hyötyjä vielä oikein ymmärretä insinööripuolella täysin. Muotoilua ei siis vielä osata jalkauttaa kunnolla yrityksiin, tai muotoilulle ei anneta mahdollisuutta, kun ei ymmärretä sen arvoa ja kokonaisvaltaista positiivista vaikuttavuutta esimerkiksi yrityksen liiketoimintaan tai henkilöstön hyvinvointiin.

"Muotoilija on yksi osa maailman pelastamisessa", toteaa Strateginen muotoilija. Teollisen muotoilijan työ suunnitella uusia tuotteita ja parannella vanhoja mahdollistaa niiden suunnittelun ja tuottamisen esimerkiksi energiatehokkaammin. Muotoilijan tehtävä onkin pyrkiä luomaan tuotteista parempia sekä ihmisille että planeetalle. Strateginen muotoilija jatkaa, että juuri paremmille tuotteille on edelleen oma paikkansa maailmassa. Muotoilijan hallitessa koko kokonaisuuden ja ottaessa huomioon kaikki eri tekijät ja sidosryhmät suunniteltavan tuotteen tai palvelun ympärillä on mahdollista säästää niin luontoa, kuin monien osapuolten aikaa ja rahaa.

"Ei tuotemuotoilu ole katoamassa mihinkään", sanoo Teollinen muotoilija. Muotoilulle on tilausta vielä monella alalla, varsinkin kun muotoilun merkitystä ei osata vielä nähdä täysin Suomessa, puhumattakaan muusta maailmasta. Tästä sekä muotoilun yleisestä käsityksestä päätellen voitaisiinkin todeta, että muotoilun mahdollisuudet laajenevat, kun ymmärrys muotoilusta kasvaa. Teollinen muotoilija toi esille haastattelussaan, kuinka muotoilua ja sen tuomia etuja ei vielä ymmärretä organisaation sisällä tai eri ammattiryhmissä. Jo viime vuosikymmenen aikana on ollut huomattavissa suurta kasvua muotoilun alalla ja sen arvostuksessa. Eri

yrietykset ovat alkaneet jalkauttaa muotoilua organisaatioihinsa muun muassa omien talon sisäisten muotoilijoiden avulla tai ostamalla muotoiluosaamista ulkoisesti muotoilutoimistoilta. Suomi on maailman johtavimpia maita esimerkiksi palvelumuotoilun saralla, jossa laajat monialaiset tiimit luovat käyttäjäkeskeisiä ja planeettaa palvelevia ratkaisuja toisille yrityksille hyödyntäen työssään laajasti muotoiluajattelua. Yhdistämällä siis muotoilun laajan kentän osaajat voimme saada myös teollisesta muotoilusta ja muotoiluosaamisesta menestyvän vientituotteen Suomelle.

Teollinen muotoilija ja Strateginen muotoilija toivat haastatteluissaan esille konkreettisia esimerkkejä tuotemuotoilijan tuomista eduista yrityksille. Strateginen muotoilija kertoi esimerkin, jossa yritys oli ottanut tuotekehitysprojektiin mukaan muotoilijan. Alkuun yrityksellä oli ollut käsitys muotoilijan työstä ainoastaan muodonantajana, niin sanotusti estetiikan ammattilaisena. Muotoilijan palkannut yritys oli ollut positiivisesti yllättynyt muotoilijan työstä, kun muotoilija oli osannutkin ottaa loppukäyttäjän ja mahdolliset tuotteen korjaamisesta koituvat kustannukset ja vaivan ihan uudella tavalla huomioon. Muotoilija oli osannut kiinnittää tarkkaavaisuutta koneen tiettyyn osaan, joka suunniteltaessa toisin oli ollut mahdollista rikkoutuessaan irrottaa koneesta helposti ja vaihtaa uuteen loppukäyttäjän toimesta viemättä koko konetta huoltoon. Tässä tapauksessa muotoilijan työpanos vähensi konkreettisesti kustannuksia samalla helpottaen ja nopeuttaen työtä.

Teollinen muotoilija kertoo luovansa selkeää linjaa yrityksen tuotteille, jotta asiakkaat tunnistaisivat ne kyseisen yrityksen tuotteiksi. Hänen tuoma selkeä, mutta tunnistettava linja viestii käyttäjälle helppoutta ja yrityksen arvoja. Selkeyttämällä linjaa ja toteuttamalla onnistunutta muodonantoa teollinen muotoilija ottaa huomioon loppukäyttäjän ja tuo tuotteisiin lähestyttävyyttä ja käytettävyyttä. Tämä takaa loppukäyttäjälle sekä ketjun muille käyttäjille mahdollisimman sujuvan ja miellyttävän käyttökokemuksen ja saa näin asiakkaan ostamaan uudestaankin yrityksen tuotteita, joka puolestaan taas lisää yrityksen liikevaihtoa.

Kun eri tahot ymmärtävät vielä enemmän muotoilun hyötyjä ja sen tuomia merkittäviä etuja, alkaa ympäristömme olemaan kestävämpi, toimimaan käytettävämmin, näyttämään kauniimmalta ja tuntumaan paremmalta. Ympäristön lisäksi muotoilija tuo tuotekehitykseen inklusiivisesti mukaan loppukäyttäjän, jolloin muotoilu alkaa koskettaa tavallisia ihmisiä ja valtaväestöä. Kun useammissa yrityksissä muotoilija alkaa tehdä työtään eli yhdistää eri alan ammattilaisia ja tehdä yhteistyötä muiden luovan alan ammattilaisten, kuten arkkitehtien kanssa, alkaa elinympäristömme, elintasomme ja elämänlaatumme kohenemaan eksponentiaalisesti.

Muotoilijan yhdeksi tärkeimmäksi vastuuksi voi lukea sen, että tuote pitää pystyä perustelemaan. Tuotteesta puhuttaessa voi periaatteessa tarkoittaa myös palvelua, abstrakteja ei-kosketeltavia asioita. Jos loppukäyttäjä haluaa toimivan kokonaisuuden, ratkaisu voi sisältää niin aineellista kuin aineetonta suunnittelua, eli palvelumuotoilua, käyttöliittymä- ja käyttökokemussuunnittelua, kuin myös fyysistä tuotesuunnittelua. Asiakkaalle tämä yksi iso kokonaisuus on tuote, jonka hän ostaa. Muotoilujohtaja painottaa, kuinka asiakkaalle tärkeintä on, että tuotteen kaikki osa-alueet toimivat saumattomasti yhdessä. Perusteltu kokonaisuus on ehdoton edellytys kestävämmälle tuotesuunnittelulle.

Muotoilijoiden tarkoitus on edistää kestävä bisnestä tuottamalla kestäviä ja merkityksellisiä ratkaisuja, pohtii Strateginen muotoilija haastattelussaan. Muotoilijalla on oltava ymmärrys käyttäjästä, kestävyydestä ja liiketoiminnasta. Kestävään suunnitteluun liittyen Strateginen muotoilija puhuu resurssiviisaasta suunnittelusta. Resurssiviisas suunnittelu käsittää ilmaston lisäksi muun muassa maaperän ja veden. Ilmasto-sana on liian suppea, kun taas resurssiviisaus kattaa kaiken muunkin planetaarisiin resursseihin viitatessa. ”Resurssiviisaus on kykyä käyttää erilaisia resursseja (luonnonvarat, raaka-aineet, energia, tuotteet ja palvelut, tilat ja aika) harkitusti ja hyvinvointia sekä kestävä kehitystä edistävällä tavalla. [...] Resurssien kulutusta katsotaan siinä absoluuttisesti yhteiskunnan tasolla, jotta päästään kokonaisuuden kannalta parhaaseen lopputulokseen.” (Sjöstedt, 2018.)

Ovatko yritykset, kuluttajat vai valtio vastuussa kestävästä kehityksestä? Tilasuunnittelija sanoo haastattelussaan, että on palkitsevaa huomata kuinka kestävästi ja vastuullisesti asiat voidaan tehdä. Hän ajattelee, että markkinat palkitsevat jossain vaiheessa vastuulliset yritykset ja asiat menevät eteenpäin kestävämpään suuntaan. Valtiot toimivat usein tällä tasolla hitaammin kuin yritykset. Yritykset vastaavat kuluttajien toiveisiin ja vaatimuksiin vastuullisuuteen ja kestävyteen liittyen. Haastatteluissa nousi esille, että hyvin usein kuluttajalla ei ole tietoa mikä on oikeasti kestävä ja mikä ei. Kuluttajat saattavat ajatella tuotteen olevan kestävä, jos se on valmistettu esimerkiksi ympäristöystävällisestä materiaalista. Monelle kuluttajalle ympäristöystävällinen materiaali on esimerkiksi biohajoavaa tai päinvastoin ominaisuuksiltaan jotain kirjaimellisesti erittäin paljon kulutusta kestäväksi ajateltua, kuten terästä. Kuitenkin kestävyys punnitaan eri tuotteissa täysin itse tuotteesta ja sen käyttötarkoituksesta riippuen. Jokaiselle tuotteelle on olemassa oma paras materiaalinsa, ja tuotemuotoilijan vastuulla onkin materiaaliymmärrys ja tuotteen ominaisuuksien, käyttötarkoituksen ja elinkaaren punnitseminen suhteessa valittuun materiaaliin.

Viime vuosina muovi on saanut valtavan negatiivisen maineen ”huonona ja epäekologisena” materiaalina. Muovi monipuolisine ominaisuuksineen on kuitenkin loistava materiaalivalinta tiettyihin tuotteisiin. Muovisten vanupuikkojen, pillien ja kertakäyttöastioiden asettaminen pannaan tuntuvat kuluttajille konkreettisilta keinoilta vaikuttaa ilmastonmuutokseen, vaikka ongelma piilee aivan jossain muulla, kuten tarpeettoman ja huonolaatuisen tavaran massatuotannossa. Kuluttaja voi ajatella tekevänsä ympäristöteon jättämällä esimerkiksi ruokakaupan muovipussit ostamatta, vaikka yksittäistä kangaskassia täytyisi käyttää jopa 20 000 kertaa, eli 55 vuotta päivittäin, jotta se vastaisi kerran käytetyn LDPE-muovikassin ympäristövaikutuksia kokonaisuudessaan (Mäki, 2020). Vastaavaan ilmiöön liittyen Cajsa Carlsonin (2023) mukaan Emma Olbers suunnitteli ja toteutti näyttelyn ”*The Now or Never – 1kg CO2e*” Tukholman huonekalumessuilla helmikuussa 2023, jossa yleisimpien arkkitehtuurissa ja huonekalusuunnittelussa käytettyjen materiaalien ilmastovaikutus tuodaan esille nerokkaalla tavalla. Erilaisia materiaaleja, kuten

esimerkiksi puuta, nahkaa, lasia ja alumiinia on esillä määrä, jonka tuottaminen synnyttää yhden kilogramman hiilidioksidipäästöjä. (Carlson, 2023.)

Sekä Teollinen muotoilija että Muotoilujohtaja puhuivat haastattelussaan muotoilijan tärkeydestä tehdä asioista ymmärrettäviä. Muotoilijalla on kyky tuoda monimutkaisetkin asiat esille yksinkertaistaen ja selkeyttäen esimerkiksi erilaisten visualisointien avulla. Muotoilijoiden on siis mahdollista tuoda ymmärrettävästi kuluttajien tietoon konstikkaatkin asiat, kuten kestäväan kehitykseen, kuluttamiseen, materiaaliymmärrykseen ja ilmastonmuutokseen liittyvät seikat. Kun monimutkaisten asioiden ymmärrys laajenee alan asiantuntijoilta tavallisille kuluttajille, osaamme tehdä jatkossa entistä enemmän kestävämpiä valintoja ja ratkaisuja.

3.2 Muotoilijan rooli

”Minun roolini on ammattimainen aktivisti”, vastaa Muotoilujohtaja kysyessäni muotoilijan roolista ja vastuusta maailman suunnan muuttamisesta kestävämpään päin. Koska Muotoilujohtaja on asemassa, jossa hänellä on mahdollisuus vaikuttaa, hän ajattelee mahdollisuuden muuttuvan vastuuksi vaikuttaa. Muotoilijan keskeinen rooli on ihmisen ympäristön, elintason, elämänlaadun ja hyvinvoinnin parantaminen. Päästäkseen rooliinsa ja parantaakseen maailmaa on muotoilijan työssä tärkeintä keskittyä loppukäyttäjään ja perusteltuihin ratkaisuihin.

Muotoilija on ongelmanratkaisija muotoilun osa-alueesta riippumatta. Jotta muotoilija voi tehdä työtään perustellusti ja tuottaa onnistuneita ratkaisuja, täytyy olemassa olla oikea ongelma, eikä tekaistu tarve. Ongelman täytyy olla kirkkaasti selvillä ja ongelman määrittelyyn voi käyttää apuna esimerkiksi erilaisia käyttäjätutkimuksia. Muotoilijan pitää aina pystyä perustelemaan suunnittelemansa tuotteet ulkomuotoa, materiaalivalintoja ja valmistustapaa myöten. Nykypäivänä muotoilijan suunnitteleminen tuotteiden on vastattava kestäväan kehityksen vaatimuksiin. Tuotteiden on oltava eettisesti, ekologisesti ja ekonomisesti kestäviä, sen lisäksi että tuotteen pitää olla perusteltu myös tarpeeltaan. Strateginen muotoilija toteaa jämäkästi haastattelussaan: ”on turhaa

kehittää tarpeettomia ratkaisuja”. Sen lisäksi että se on turhaa, on myös muotoilijalle moraalisesti väärä motiivi suunnitella uusia tuotteita ja palveluita esimerkiksi tavoitteenaan ainoastaan liikevoiton lisääminen yritykselle.

Vaikka muotoilua ei enää nykypäivänä olisi perusteltua toteuttaa pelkästään estetiikka edellä, on se silti yhä merkittävä tekijä tuotesuunnitteluprosessissa. Strateginen muotoilija painottaa, että tuotteessa estetiikka nimenomaan tukee käytettävyyttä, kestävyyttä, energiatehokkuutta ja muuta konseptia, eikä se saa olla pelkästään päälle liimattu brändäys. Hänelle muotoilijuus ei ole pelkkää estetiikkaa, niin kuin yleisellä tasolla saatetaan muotoilusta kuvitella. Toisaalta Teollinen muotoilija näkee itse oman työnkuvansa keskiössä estetiikan ja muodonannon. Hän puhuu tuotteiden harmonisoinnista esimerkiksi niin, että tavoitteenaan on luoda tasalaatuinen, harmonisoitu tuotepaletti, joka kuvastaa yritystä itseään ja sen arvoja: kestävyyttä, käytettävyyttä, laatua ja pitkää elinkaarta. Hänen tehtävänä on viestiä asiakkaalle tuotteen kautta yrityksen arvot ja auttaa asiakasta tunnistamaan yrityksen tuotteet, niiden noudattaessa yhteneväistä linjaa ulkomuodossa.

Kyseisessä tapauksessa estetiikan tai perinteisen muodonannon voi siis ymmärtää olevan tuotemuotoiluprosessin keskiössä, vaikka perimmäisenä tarkoituksena on kuitenkin viestiä yrityksen arvoja asiakkaalle sekä yhtenäistää tuoteportfoliota, jota kautta tuoda tunnettavuutta yritykselle ja sitä myötä lisätä liikevaihtoa. Käytännössä siis estetiikka ja muodonanto toimivat välineinä edesauttaa muita asioita. Vaikka estetiikka on edellä mainitussa tapauksessa tuotemuotoiluprosessin keskiössä, se ei kuitenkaan ole alkuperäinen ajuri tai päälle liimattu brändäys, vaan perusteltu ominaisuus, joka muodonannon onnistuessa aidosti edistää perimmäisiä tavoitteita.

Haastatteluista kävi ilmi, että muotoilijan yksi keskeisimmistä rooleista on toimia suunnitteluprosessissa loppukäyttäjän äänenä. On mielenkiintoista huomata, kuinka muotoilu on kokenut tässäkin asiassa merkittävän murroksen, sillä aina näin ei suinkaan ole ollut. Vielä 1950-luvulla eletäessä suomalaisen muotoilun kulta-aikaa, muotoilun ja design-esineiden henkilöityessä uraauurtaviin

sankarimuotoilijoihin, ei muotoilun tarkoitus ollut kuunnella käyttäjää vaan toteuttaa omaa taiteellista näkemystä suunnittelemissaan tuotteissa (Korvenmaa, 2009, s. 215). Strateginen muotoilija kiteyttää, että muotoilija asettautuu loppukäyttäjän asemaan, tuo hänet ymmärretyksi ja toimii loppukäyttäjistä muistuttajana koko projektin läpi. Toisaalta Strateginen muotoilija huomauttaa, että muotoiluprosessissa tulee ottaa myös valmistettavuus ja liiketoiminta huomioon, eikä kuitenkaan toteuttaa koko projektia pelkästään loppukäyttäjän ehdoilla. Ajattelisin siis, että on osuvampaa yleisesti puhua käyttäjälähtöisestä suunnittelusta käyttäjäkeskeisen sijaan. Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa muotoiluprojekti käynnistetään tunnistamalla käyttäjän todelliset tarpeet ja ongelmat, joihin tarvitaan ratkaisu. Käyttäjälähtöinen suunnittelu sallii kuitenkin ottaa huomioon muutkin merkittävät tekijät tuotemuotoiluprosessin ollessa käynnissä. Nykypäivänä näistä merkittävimpiä ovat kestävän kehityksen periaatteet ja markkinat.

Muotoilija ottaa huomioon ne ihmisryhmät, joiden ääni ei muuten kuulu. Muotoilijan tehtävänä on parantaa ihmisten elämänlaatua ja sitä myötä suunnitella asioita inklusiivisesti ja eettisesti kestävästi. Muotoilujohtaja tuo haastattelussaan esille käsitteen *thoughtful design*, jonka voisi suomentaa ajattelevaiseksi muotoiluksi. Hän puhuu myös elämäkeskeisestä muotoilusta, jotka molemmat kuvaavat inklusiivisesti ihmisten tarpeiden huomioon ottamista ja elämänlaadun parantamiseen tähtäävää suunnittelua. Kun teollinen muotoilija suunnittelee tuotetta ajattelevaisen muotoilun periaattein, hän ottaa huomioon myös ne käyttäjät, jotka eivät esimerkiksi fyysisten rajoitteiden tai haasteiden takia pysty tai halua käyttää suunniteltavaa tuotetta samaan tapaan, kuin suurin osa käyttäjistä. Ajattelevaisen muotoilun avulla pystytään mahdollistamaan asioita hyvin huomaavaisesti, toteaa Muotoilujohtaja. Se mahdollistaa tuotteen miellyttävän käytön kaikille leimaamatta osaa käyttäjistä näkyvästi esimerkiksi liikuntarajoitteisiksi. Sekä Muotoilujohtaja että Strateginen muotoilija toteavat haastattelussaan, että tämän tyyppisiä asioita ei tuotteita suunnitellessa mieltä oikein kukaan muu kuin muotoilijat. Tuotemuotoilijan työ on siis perusteltua, jotta kaikki mahdolliset loppukäyttäjät osataan ottaa inklusiivisesti huomioon.

Myös käyttäjätutkimuksia toteutettaessa on tärkeää ottaa huomioon eettiset periaatteet. Tutkimuksen on noudatettava eettisesti ja sosiaalisesti hyvää, inklusiivista linjaa esimerkiksi tutkimuskysymyksiä ja haastateltavia myöten. Loppukäyttäjää profiloitaessa on tärkeää olla realistinen. Jos muotoilija itse luo käyttäjäpersoonat kuvitellen, minkälainen loppukäyttäjä mahtaisi todennäköisesti olla, ei lopputulos nojaa lainkaan todellisuuteen, vaan on pelkkä hypoteesi mahdollisesta loppukäyttäjistä. Käyttäjäpersoonat täytyy luoda haastattelun, käyttäjätutkimuksen tai muun todellisen selvityksen avulla, jotta voidaan saada luotettavaa tietoa siitä, kenelle ja minkälaista tuotetta ollaan oikeasti suunnittelemassa. Muotoilujohtaja, jonka omassa työssä käyttäjälähtöinen suunnittelu on ollut läsnä aina, toteaaakin haastattelussaan vuosien kokemuksella: ”kun taustatyö tehtiin hyvin, tuotteista tuli menestyksekkäitä”.

Haastatteluiden aikana keskustelimme siitä, miten haastateltavat kokevat oman muotoilijaidentiteettinsä ja mikä on tyypillistä muotoilijalle. ”Muotoilijaidentiteetti on tarkempi käsite muotoilualalla toimivan henkilön ammatti-identiteetille” (Vilkko, 2021, s. 16). Ammatti-identiteettiä taas määritellään seuraavasti: ”Ammatillisella identiteetillä ymmärretään elämänhistoriaan perustuvaa käsitystä itsestä ammatillisena toimijana: millaiseksi ihminen ymmärtää itsensä tarkasteluhetkellä suhteessa työhön ja ammatillisuuteen sekä millaiseksi hän työssään ja ammatissaan haluaa tulla” (Eteläpelto & Vähäsantanen, 2006, s. 46). Tämän lisäksi ammatilliseen identiteettiin vaikuttavat ihmisen omat arvot, sekä mihin hän kokee kuuluvansa ja sitoutuvansa työssään ja mitä pitää siinä tärkeänä (Eteläpelto & Vähäsantanen, 2006).

Strateginen muotoilija kertoi haastattelussa, että muotoilijalle on ominaista asioiden kyseenalaistaminen, toisinajattelu ja muiden yllyttäminen toisinajattelemaan. Kriittisyyttä voidaan pitää muotoilijan etuna, sillä se auttaa haastamaan nykyisiä toimintatapoja, tuotteita ja palveluja, ja sitä kautta kehittämään maailmaan parempia, käytännöllisempiä, kauniimpia ja kestävämpiä ratkaisuja. ”Muotoilijalle on tyypillistä uteliaisuus materiaaleihin ja rakenteisiin”, Strateginen muotoilija jatkaa pohdintaansa. Muotoilijoita usein kiinnostaa, miten

asiat on valmistettu, mistä materiaalista, miten ne toimivat ja miltä näyttävät. Uskallan väittää, että ilman kyseenalaistamista, kriittisyyttä ja uteliaisuutta jo kaikkea olevaa ja ihmisen muokkaamaa kohtaan ei syntyisi uusia maailmaa mullistavia innovaatioita. Kaikki haastatteleman muotoilijat painottivatkin kyseenalaistamista. Huonekalusuunnittelija toteaa osuvasti: "Muotoilija on ikään kuin tyhmä insinööri, joka kysyy tyhmiä kysymyksiä". Muotoilijan tehtävä on siis kyseenalaistaa.

Muotoilija ottaa kokonaisuuden huomioon ja tarkastelee asioita kaikista mahdollisista eri näkökulmista, kun toisen alan erityisosaaja tai asiantuntija saattaa katsoa asioita useimmiten vain omasta perspektiivistään. Muotoilijan tehtävänä on kysyä 'miksi?'. Miksi teemme tämän asian näin, miksi taas emme tekisi sitä tällä tavalla? Tilasuunnittelija kiteyttää muotoilijan olevan kyseenalaistaja ja keskustelija, sillä keskusteluyhteys ja sen luominen on myös tyypillistä muotoilijalle. Huonekalusuunnittelija kuvaa muotoilijaa välittäjäaineeksi tai reaktiiviseksi aineeksi, joka kaadettaessa muiden aineiden sekaan osaa yhdistellä asioita kokonaisuuksiksi ja muodostaa yksittäisistä palapelin palasista eli eri alojen ammattilaisista toimivan tiimin, joka pystyy vastaamaan nykypäivän muotoilutarpeisiin.

"Muotoilija ei ole monialaosaaja, vaan monialaymmärtäjä", korostaa Strateginen muotoilija. Muotoilijan ei siis suinkaan tarvitse olla jokaisen alan asiantuntija, omata laajaa tietotaitoa useilta aloilta ja osata yksityiskohtaisia asioita niihin liittyen. Jotta muotoilija voi onnistua työssään, hän tarvitsee tietoa eri asiantuntijoilta, jatkaa Strateginen muotoilija. Muotoilijalle tärkeintä on hallita kokonaisuus, osata ja uskaltaa pyytää apua ja tarkentavia tietoja aihealueesta, jota hän ei täysin hallitse. Monialaista yhteistyötä painottaen Teollinen muotoilija arvioi, että muotoilu ei yksinään voi vaikuttaa maailman pelastamiseen. Muotoilijan kommunikointitaitoja ja yhteistyökykyä hyödyntäen voidaankin luoda ratkaisuja viheliäisiin ongelmiin. "Muotoilijoilla on mahdollisuus yhdessä muiden luovien ihmisten kanssa rakentaa kokonaisvaltaisesti parantavia asioita", toteaa Muotoilujohtaja. Muotoilija edesauttaa monialaisen yhteistyön syntymistä toimien siltana eri alojen ja

muotoiluprojektissa eri sidosryhmien, kuten asiakkaan, yrityksen, loppukäyttäjän ja valmistajan välillä. Muotoilija yhdistää myös organisaation sisäisiä osa-alueita. Muotoilija toimii siilojen sekoittajana, tai Strategisen muotoilijan sanoin kätenä, joka tempaisee muut omista siiloistaan.

3.3 Muotoilun vaikuttavuus

Muotoilun vaikuttavuus ja mahdollisuudet ovat laajat. Muotoilulla pystyy vaikuttamaan valtavaan joukkoon ihmisiä. Muotoilijoilla on avaimet käsissään rakentaa parempi maailma ihmisille ja koko ekosysteemille. Luovia ajattelijoita, arkkitehtejä ja muotoilijoita, taitelijoita, innovoijia ja mitä jos -ajattelua tarvitaan, jotta kykenemme kehittämään kestävämpiä ratkaisuja, jotka palvelevat inklusiivisesti kaikkia, kestävät aikaa ja palvelevat meitä yhtä lailla tulevaisuuden maailmassa kuin nykyhetkessäkkin.

Muotoilijoilta vaaditaan vaikuttavuutta kuitenkin niin, ettei maapalloa kuluteta loppuun, pohtii Strateginen muotoilija haastattelussaan. Muotoilija onkin tuotesuunnitteluprosessissa merkittävä tekijä, sillä muotoilija on nimenomaan se henkilö, joka on koulutettu ja oppinut ottamaan kaikki näkökulmat huomioon tuotteen suunnittelussa. Muotoilija keskittyy suunnitteluprosessissaan huomioimaan kaikki vaikuttavat tekijät loppukäyttäjistä tuotteen materiaalivalintoihin, valmistustapoihin ja elinkaareen tuottaakseen parhaan mahdollisen ratkaisun ihmisille, planeetalle ja yritykselle, jolle tuotetta suunnitellaan. On tärkeää tunnistaa keskeisimmän loppukäyttäjän ohella myös muut mahdolliset loppukäyttäjät, jotka eivät ole yhtä ilmeisiä: muotoilija astuu oman kuplansa ulkopuolelle ja ottaa huomioon esimerkiksi vähemmistöt ja ne loppukäyttäjät, jotka eivät syystä tai toisesta ole kykeneväisiä tai halukkaita käyttämään suunniteltavaa tuotetta samaan tapaan kuin valtaosa käyttäjistä.

Mitä tekisimme ilman muotoilua? Jos tuotesuunnittelusta ei huolehditaisi lainkaan, eivätkä muotoilijat tekisi sitä enää ollenkaan, esineympäristömme köyhtyisi ja menisi vain huonompaan suuntaan, toteaa Strateginen muotoilija. ”Kuka tuotesuunnittelun tekee, jos ei muotoilijat?”, hän jatkaa pohtien ääneen. Totuus on

kuitenkin se, että elinympäristömme säilyy esineympäristönä, sillä eivät ihmiset ole palaamassa luoliin, toteaa Strateginen muotoilija lopuksi. Vaikka tässäkin opinnäytteessä pohditaan aikaisemmissa luvuissa esteettisyyden merkitystä ja sitä, onko esteettisyys tai sen painottaminen negatiivista vai positiivista, voinee silti todeta esteettisyyden tuovan ihmisten elämään iloa ja onnellisuutta ja olevan sillä tavoin hyvinkin merkityksellinen elämänlaatua parantava tekijä.

Mielestäni tuotteiden suunnittelu voidaan perustella myös muotoilijoiden omalla suhtautumisella työhönsä. Kaikki haastateltavani suhtautuivat innolla omaan työhönsä. He olivat omistautuneita työlleen ja kokivat palkitsevuutta onnistuessaan tuotesuunnitteluprojekteissa omien tai työnantajan toimeksiantojen mukaan. Koska muotoilijalle työ on merkityksellistä, hän haluaa vilpittömästi onnistua siinä. Näin ollen työn tuloksetkin ovat usein vakuuttavia ja aidosti maailmaa parantavia. Tilasuunnittelijalle työn merkityksellisyys tulee projekteista itsestään, asiakkaasta, loppukäyttäjistä tai aiheesta mitä työstetään. Strateginen muotoilija ja Muotoilujohtaja kertovat työn vaikuttavuuden olevan merkityksellisintä: on palkitsevaa huomata, kuinka monen ihmisen elämään pystyy vaikuttamaan positiivisesti ja parantamaan sitä. Huonekalusuunnittelija ajattelee työnsä olevan merkityksellistä, kun hän voi viedä muotoilemiensa asioiden kautta omaa elämänfilosofiaansa eteenpäin. Katson, että jos muotoilijat omistautuvat työlleen ja ottavat huomioon kaikki ulottuvuudet suunnitteluprosessissa, lopputuloksena on ainoastaan kestäviä, fiksuja ja perusteltuja tuotteita.

Yksi konkreettinen peruste tuotteiden suunnittelemiselle ja tuottamiselle on tuotteiden kulumisen ja niiden tarve. Lähestulkoon kaikki tavaramme ovat käyttötavaraa, joka kuluu ajan saatossa. Muotoilija voi tietenkin ottaa tämän huomioon suunnitteluprosessissa ja esimerkiksi valita patinoitumista korostavat materiaalit. Näin tuotteen kulumisesta muodostuu korostettava asia peiteltävän sijaan ja huomio kiinnittyy siihen ensimmäisenä positiivisessa mielessä. Vaihtoehtoisesti tuote voidaan suunnitella materiaalista, jota on helppo korjata ajan kuluessa, kun tuote alkaa olla korjauksen tai ehostuksen tarpeessa.

Jos tuote on muotoilultaan onnistunut ja se menestyy, ajan saatossa hyvän designin arvo kumuloituu. Hyvänä esimerkkinä tästä voidaan pitää Aino ja Alvar Aallon suunnittelemaa Artekin huonekaluja, joiden arvo on moninkertaistunut vuosikymmenten, pian jo vuosisadan saatossa. Kuitenkin itse kyseiset huonekalut ja niiden valmistuksen tuottanut hiilijalanjälki on jo maksettu takaisin samojen huonekalujen ollessa käytössä usealla eri omistajalla vuosikymmenten aikana. Jos vielä Artekin tehdas ja tuotannosta syntyvä hiilijalanjälki otetaan huomioon, ovat niiden tuottamat päästöt verrattain vaatimattomia, sillä huonekalut ovat säilyttäneet saman ulkomuotonsa, joka on mahdollistanut tehdaslaitteiden koneiden säilyttämisen samana.

Kun muotoilija suunnittelee tuotteen, ottaa hän huomioon materiaalit ja valmistuksen sekä niistä syntyvät kustannukset ja ympäristörasitteen. Tällöin on mahdollista jo valmistusvaiheessa tehdä kestävämpiä ratkaisuja, sillä tuotteen koko elinkaaren aikana syntyvistä hiilidioksidipäästöistä noin 70 % syntyy jo raaka-aineiden valmistuksen aikana (Green Carbon, 2022). Tuotteen ympäristörasitetta voidaan vähentää esimerkiksi suunnittelemalla tuotteista modulaarisia, jolloin samaa konetta ja muottia voidaan käyttää tekemään tuotteen useita eri osia. Kuljetuskustannuksia voidaan pienentää huomioimalla pakkausten koot ja tuotteiden kasattavuus. Kun tuote suunnitellaan kerran kunnolla ja tarpeeseen, on se mitä todennäköisemmin menestynyt ja kestävä tuote. Tilasuunnittelija toteaa ytimekkäästi: ”Muotoilijat on ratkaisu, eikä ongelma. Ongelma on ihan muualla.” Tuotteiden suunnittelua ei pitäisi aliarvioida, sillä hyvin suunniteltu tuote on kestävä, kun suunnitteluvaiheessa on otettu huomioon kaikki muuttujat. Tuotesuunnittelun takana on oltava ammattilainen, jotta voimme taata kestävämmän muotoillun tulevaisuuden.

4 Pohdinta

Jo muutaman opiskeluvuoteni aikana olen huomannut kasvavan muutoksen muotoilun alassa. Palvelumuotoilun roolia painotetaan kärkkäästi merkittävänä alana tulevaisuudessa, jossa fyysinen tuotemuotoilu kadottaa jalansijaa ja tulee mahdollisesti katoamaan lähes kokonaan riittämättömänä nykypäivän kestävyysvaatimukseen nähden. Itselleni tutkimus oli merkittävää toteuttaa, sillä halusin saada tietää lisää muotoilun tilasta nykypäivän ja tulevaisuuden Suomessa ja kuulla mitä alalla toimivat ammattilaiset ovat siitä mieltä. Tutkimuksen tekeminen auttoi itseäni tekemään valintoja tulevaisuuden varalle: mihin päin aion suunnata alati laajenevalla muotoilun alalla ja mistä mahdollisesti löytäisin oikean tieni, vai olenko kenties sillä tiellä jo tällä hetkellä.

Kerroin opinnäytteeni alussa, että olin opintojeni aikana hiukan huolissani opiskelualan valinnasta sen liittyessä lähinnä uusien tuotteiden suunnitteluun ja tuottamiseen, varsinkin suorittaessani enimmäkseen teollisen muotoilun opintoja. Näihin ja yllä mainittuihin pohdintoihin liittyen palvelumuotoilun vahvistumiseen muotoilun kentällä toivoin saavani vastauksia tutkimuksen toteuttamisen aikana. Haastatellessani muotoilijoita huomasinkin, että lähes kaikilla oli todella positiivinen näkemys muotoilun alasta, nykytilasta ja tulevaisuudesta. Kaikki olivat myös hyvin optimistisia omaan uraansa liittyen. Olen itsekin huomattavasti toiveikkaampi alavalintani ja tulevaisuuden suhteen nyt, kun olen toteuttanut tutkimukseni. Keskustelut tutkimuksen aikana opettajien, opiskelukavereiden, ystävien, perheen ja työkavereiden kanssa ovat olleet todella antoisia ja inspiroivia. Erityinen kiitos kuuluu kuitenkin haastattemilleni muotoilijoille, sillä ilman heitä tätä opinnäytettä ei olisi. He ovat kasvattaneet intoa ja paloa alaa kohtaan, jossa selkeästi puhalletaan yhteen hiileen kaikkien yhteisen parhaan saavuttamiseksi.

Tutkimustulosten perusteella katson, että teolliselle muotoilulle on edelleen tilausta. Nuoria pitäisi kannustaa suuntaamaan alalle, jotta tulevaisuudessakin saamme elää toimivassa, miellyttävässä ja kestävässä ympäristössä. Jotta voimme saavuttaa sekä kestävyteen ja ilmastonmuutokseen liittyvät tavoitteet että kääntää

ilmaston lämpenemisen laskuun, on meidän pohdittava ja suunniteltava tarkasti mitä tuotteita tuottaa, miksi, miten ja mistä materiaaleista. Muotoilijat ovat ydinasemassa päättämässä minkälaisessa tulevaisuudessa tulemme elämään. Vastuu tuotteiden suunnittelusta kuuluu muotoilijoille, jotta emme tuottaisi tuotteita tekaistuihin tarpeisiin, vaan kaikki tuotettavat tuotteet olisi huolella suunniteltu ja pohdittu materiaaleineen ja valmistustapoineen käyttäjä, asiakas, planeetta, tuotteen elinkaari ja kestävyys mielessä. Teollisen muotoilun avulla on mahdollista nostaa ihmisten elintaso ja parantaa elämänlaatua.

Suoritettuani vaihto-opinnot Islannissa Reykjavíkissa syksyllä 2022, ymmärsin, että tuotemuotoiluksi voidaan kutsua käytännössä mitä tahansa muotoilua. Tuotemuotoilu voi olla esimerkiksi abstraktia vaihtoehtoisten tulevaisuuksien spekulointia ja suunnittelua. Jotta tulevaisuuden maailmat saadaan helpommin visualisoitua, voidaan niihin tuotemuotoilun keinoin suunnitella esimerkiksi artefakteja konkretisoimaan vaihtoehtoista tulevaisuutta. Spekulatiivisen muotoilun keskeisimpiä ajatuksia onkin pohtia, miten asiat voisivat olla.

Frederic Jamesonin sanoin, nykyään on helpompaa kuvitella maailman loppu, kuin vaihtoehtoja kapitalismille. Kuitenkin vaihtoehtoiset tulevaisuudet ovat juuri niitä, mitä tarvitsemme. Meidän olisikin syytä siirtyä toivosta unelmiin: unelmat utopistisista tulevaisuuksista antaisivat keskustelulle ja luovuudelle tilaa keksiä konkreettisia ratkaisuja maailman pelastamista varten sen sijaan, että ainoastaan toivomme ratkaisevamme vallitsevan ilmastokriisin. (Dunne & Raby, 2013, s. 1–2 käännös Roosa Harju.)

Olisikin jatkossa mielenkiintoista paneutua vielä syvemmin muotoilun maailmaan: mitä kaikkea muuta tämä laaja ala kattaa ja mitkä ovat ne suunnattomat mahdollisuudet, joita muotoiluun liittyy – muotoilun keinoin (esimerkiksi *transition design*) kun voidaan vaikuttaa kokonaisvaltaisesti kulttuurisiin, yhteiskunnallisiin ja sosiaalisiin maailmanlaajuisiin ongelmiin. Jatkossa haluan perehtyä entistä syvemmin alan keskeiseen ja ajankohtaiseen kirjallisuuteen sekä tutkimusmenetelmiin. Erityisesti minua kiinnostaa elämäkeskeinen suunnittelu ja *thoughtful design*, jossa on tarkoitus pyrkiä parantamaan ihmisten elämänlaatua ja

ottaa huomioon loppukäyttäjät inklusiivisesti. Tekoälyn vahvistaessaan asemaansa maailmassamme, olisi myös kiehtovaa perehtyä siihen liittyviin mahdollisuuksiin (ja toisaalta myös uhkiin) muotoilun alalla.

On hyvä muistaa, että muutosta ja kehitystä parempaan tapahtuu jatkuvasti, vaikka se ei näy suoraan muotoilijoille tai kuluttajille. Suomalaisen muotoilun kilpailuvaltti on vastuullisuus, toteaa Huonekalusuunnittelija. Suomessa kehitellään jatkuvasti esimerkiksi teollisuuteen ja teknologiaan liittyviä innovaatioita, jotka mahdollistavat kestävämpiä ratkaisuja. Suomessa onkin erittäin laajaa teknologista ja teknistä tietotaitoa, johon liittyen Strateginen muotoilija totesi haastattelussa, ettei hän koe ainakaan huonoksi asiaksi sitä, että Suomi on insinöörivetoinen maa. On todennäköisesti hyvä asia, että Suomi on ollut insinöörivetoinen maa sen mahdollistaessa lukuisia innovaatioita, joiden käyttökohteen löytämisessä taas muotoilija on voinut olla apuna.

Mitä kaikkea tulevaisuuden Suomessa tulee tapahtumaan muotoilun alalla? Kattava tulevaisuudentutkimus aiheeseen liittyen voisi antaa pontta muotoiluosaamisen vahvistamiselle yhteiskunnassamme. Voisi olla esimerkiksi mahdollista Suomen etulyöntiaseman kestävyys ja vastuullisuuteen liittyvät asiat huomioiden, että tuotantoa alettaisiin palauttaa Suomeen, jolloin suomalainen muotoiluosaaminen ja korkea teollinen tietotaito kulkisivat enemmän käsi kädessä ja tuottaisivat laadullisesti ja vastuullisesti erinomaista vientitavaraa. Tuotannon pyöriessä uusiutuvalla energialla ja sen tapahtuessa lähellä pienentäisimme niin kuljetuskustannusten hiilijalanjälkeä kuin kokonaisen tuotantoprosessin ympäristökuormaa.

On myös tärkeää tarkentaa mihin tähtäämme kestäväällä kehityksellä ja miten. Mitkä ovat keskeiset tavoitteet ja motiivit? Onko yrityksen motiiveilla kestävään kehitykseen liittyen merkitystä, jos lopputulos on sama? Toimimme nykypäivänä edelleen kapitalistisen talousjärjestelmän mukaan, jossa yritysten ydintehtävänä on tuottaa liikevoittoa. Vaikka kuluttajat vaativat yrityksiltä koko ajan kestävämpiä asioita, monesti silti uusia toimintatapoja ja ratkaisuja saatetaan kehittää talous eli liikevoitto edellä. Vaakakupissa pitäisi kuitenkin nykyhetkessä painaa yhtä lailla tai

jopa enemmän sosiaaliset, kulttuuriset ja ekologiset tekijät. Jos yrityksen uusi ratkaisu on käyttää tuotannossaan esimerkiksi Suomessa valmistettuja osia motivaationa säästää kuljetuskustannuksissa, mutta lopputulos palvelee sekä maapalloamme että yrityksen taloutta, onko sekään toisaalta väärin? Voisi olla mielenkiintoista paneutua näihin kysymyksiin tarkemmin.

Opinnäytettä tehdessäni olen joutunut rajaamaan ulos myös muita kiinnostavia aiheita. Esimerkiksi kapitalismi ja konsumerismi jäivät johdannossa vain maininnan tasolle, vaikka jo kyseisten käsitteiden määrittelystä ja keskinäisestä suhteesta muotoilun kontekstissa saisi tehtyä kokonaan oman tutkielmansa. Aineistoni tarjoaisi myös mahdollisuuden uudelle analyysikierrokselle, koskien esimerkiksi design-esineiden henkilöitymistä suunnittelijoihin, ja muotoilijan merkitystä tarinan kertojana. Muotoilijoita kehoitetaan luomaan uskottava, myyvä ja vetoava tarina niin itsestään kuin suunnittelemistaan tuotteistaan. Kuinka usein tarinat ovat tosia tuotteiden takana, vai keksitäänkö ne vasta jälkikäteen, jotta tuotteen olemassaolo voidaan perustella? Jatkotutkimuksessa aineistoa voisi laajentaa haastatteleamalla lisäksi muotoilijoita, jotka toteuttavat itseään muotoilun kautta tehden työtään täysin omista hedonistisista lähtökohdistaan. Näin kuultaisiin perusteluita myös heidän tavalleen toimia muotoilijana. Onhan esimerkiksi taidekin monesta syystä perusteltua, vaikka sitä tehdään lähes poikkeuksetta täysin taiteilijan omista lähtökohdista käsin. Taidetta välineenä käyttäen on kuitenkin mahdollista saada aikaan yhteiskunnallisesti merkittäviä asioita.

Päästyäni raottamaan ovea muotoilun maailmaan huomaan muotoilijan roolin merkityksen ja teollisen muotoilun perustelevan melkein pä itse itsensä. Muotoilijoilla on kyky yhdistää ihmisiä ja toimia saumattomasti monialaisissa tiimeissä ja erilaisissa ympäristöissä. Muotoilija osaa ottaa loppukäyttäjän lisäksi ekologiset ja taloudelliset tekijät huomioon suunnittelutyössään. Rajojen rikkominen, oman kuplan ulkopuolelle astuminen, luova ongelmanratkaisukyky sekä ”entä jos” -pohdiskelu ja laatikon ulkopuolelta -ajattelu ovat muotoilijan tyypillisiä valttikortteja. Tästä ovesta astun sisään enemmän kuin mielelläni.

Lähteet

- Aalto (2019). "Muotoilu voi tarkoittaa monia asioita". *Aalto*. Viitattu 22.5.2023. Saatavissa: <https://www.aalto.fi/fi/uutiset/muotoilu-voi-tarkoittaa-monia-asioita>
- Carlson, C. (2023). Now or Never exhibition visualises the carbon emissions of common materials. *Dezeen*. Viitattu 9.5.2020. Saatavissa: <https://www.dezeen.com/2023/02/08/emma-olbers-now-or-never-exhibition-visualises-carbon-emissions-materials/>
- Dunne, A., & Raby, F. (2013). *Speculative everything : Design, fiction, and social dreaming*. MIT Press.
- Eteläpelto, A. & Vähäsantanen, K. (2010). Ammatillinen identiteetti persoonallisena ja sosiaalisena konstruktiona. Teoksessa Asunmaa, T. & Rähä, P. (toim.) *Samalta viivalta 4. Valtakunnallisen kasvatusalan valintayhteistyöverkoston (VAKAVA) kirjallisen kokeen aineisto 2010*, 45–67. Saatavissa: https://www.researchgate.net/profile/Reijo-Siltala/publication/283486455_Opetusalan_asiantuntijoiden_kasityksia_opettajan_pedagogisesta_innovatiivisuudesta/links/5639f40308ae337ef2980c38/Opetusalan-asiantuntijoiden-kaesityksiae-opettajan-pedagogisesta-innovatiivisuudesta.pdf#page=47
- Green Carbon (2022). Hiiliraportti – esimerkki tuotteen hiilijalanjäljestä. *Green Carbon*. Viitattu 20.5.2023. Saatavissa: https://greencarbon.fi/wp-content/uploads/2022/05/Tuotteen_hiilijalanjalki_esimerkkiraportti-2022.pdf
- Korvenmaa. (2009). *Taide & teollisuus : johdatus suomalaisen muotoilun historiaan*. Taideteollinen korkeakoulu.
- Muotoilupakki (2023). Muotoilu. *Muotoilupakki*. Viitattu 7.5.2023. Saatavissa: <https://muotoilupakki.fi/muotoilu-3/>

- Mäki, E. (2020) Monessa perheessä kannattaa suosia muovikassia kestokassin sijaan – Näin tiedät, mikä kassi sinulle on järkevin valinta. *HS*. Viitattu 20.5.2023. Saatavissa: <https://www.hs.fi/elama/art-2000006572890.html>
- Puintila, S. (2023). Muotoilijan kolme r-kirjainta ja yksi m-kirjain. Suullinen lähde 3.5.2023.
- Pöppönen, & Saarinen, S. (2013). *Designkuplia : suomalaisen muotoilun ilmiöitä*. Aalto Arts Books.
- Rams, Jong, C. de, Klemp, K., Mattie, E., & Goodwin, D. (2017). *Ten principles for good design : Dieter Rams : the Jorrit Maan Collection*. Prestel.
- Ruusuvuori, J., Nikander P. & Hyvärinen M. (toim.) (2014). *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino.
- Ruusuvuori, J., Nikander P. & Hyvärinen M. (2014). Haastattelun analyysin vaiheet. Teoksessa: J. Ruusuvuori, P. Nikander & M. Hyvärinen (toim.) *Haastattelun analyysi*. Tampere: Vastapaino, 9–38.
- Ruusuvuori, J. & Tiittula L. (2014). Johdanto. Ruusuvuori, J. & Tiittula L. (toim.) Teoksessa *Haastattelu. Tutkimus, tilanteet ja vuorovaikutus*. Tampere: Vastapaino, 9–21.
- Sitra (2023). Viheliäinen ongelma. *Sitra*. Viitattu 20.5.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/tulevaisuussanasto/viheliainen-ongelma/>
- Sjöstedt, T. (2018). Mitä nämä käsitteet tarkoittavat?. *Sitra*. Viitattu 20.5.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/artikkelit/mita-nama-kasitteet-tarkoittavat/>
- Työ- ja elinkeinoministeriö (2023). Muotoilulla käyttäjälähtöisempään innovaatiotoimintaan. *Työ- ja elinkeinoministeriö*. Viitattu 21.5.2023. Saatavissa: <https://tem.fi/aineeton-arvonluonti/muotoilu>
- Vilkko, A. (2021). *Luontosuhteen vaikutus muotoilijaidentiteettiin*. (Kandidaatin opinnäyte, Aalto-yliopisto) Saatavissa:

[https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/107518/bachelor Vilko Anni 2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/107518/bachelor_Vilko_Anni_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

World Design Organisation. (2023). Viitattu 19.5.2023. Saatavissa:

<https://wdo.org/about/definition/>

Ympäristöministeriö (2023). Mitä on kestävä kehitys? Viitattu 21.5.2023.

Saatavissa: <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>

Liitteet

Liite 1. Tutkimussopimus

Allekirjoittaneet haastateltavat osallistuivat Roosa Harjun kandidaatin opinnäytteen haastatteluun ja suostuvat haastatteluaineiston käyttöön seuraavilla ehdoilla, joihin allekirjoittanut tutkija sitoutuu.

Haastatteluja käytetään vain tutkimustarkoituksiin. Haastateltavien nimet eivät näy tutkimuksesta julkaistavissa kirjoituksissa eivätkä tutkijan pitämässä esitelmissä tai luennoissa. Mikäli aineistoa käytetään tutkimukseen, josta allekirjoittanut tutkija ei ole vastuussa, poistetaan kaikki tunnistetiedot ennen aineiston lainaamista.

Paikka: _____

Aika: _____

Haastateltavat: _____

Paikka: _____

Aika: _____

Tutkija: _____