



Vaasan yliopisto
UNIVERSITY OF VAASA

Luna Korpikuusi

Vastuullista muotia neulomassa

Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö
Pro Gradu -tutkielma
Markkinoinnin johtamisen maisteriohjelma

Vaasa 2024

VAASAN YLIOPISTO**Markkinoinnin ja viestinnän akateeminen yksikkö**

Tekijä:	Luna Korpikuusi
Tutkielman nimi:	Vastuullista muotia neulomassa
Tutkinto:	Kauppatieteiden maisteri
Oppiaine:	Markkinoinnin Johtaminen
Työn ohjaaja:	Henna Syrjälä
Vuosi:	2024 Sivumäärä: 78

TIIVISTELMÄ:

Vaateteollisuus tuottaa merkittäviä ympäristöpäästöjä globaalissa mittakaavassa, mikä tekee vaateteollisuudesta yhden maailman saastuttavimmista toimialoista. Tästä syystä erilaisia vaihtoehtoja massatuotetuille vaatteille ja nykyiselle vaateteollisuudelle on tutkittava tarkemmin. Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten neulominen kytkeytyy hitaan muodin ilmiöön ja kuinka neulominen edistää vastuullista muotia. Hitaan muodin ymmärryksen lisäämiseksi tutkimuksessa tarkastellaan neulomisen roolia ja sen vaikutusta vastuulliseen kulutuskäyttäytymiseen. Tutkimuksessa keskitytään erityisesti siihen, mitkä tekijät motivoivat kuluttajia valitsemaan neulomisen vaatteiden ostamisen sijaan, sekä millä tavoin neulominen voi toimia vaihtoehtona nykyiselle epäeettiselle ja kestäättömälle vaateteollisuudelle.

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena ja tutkimuksessa käytettiin hermeneuttista lähestymistapaa. Tämän tutkimuksen aineistonkeruumenetelmänä hyödynnettiin teemahaastatteluja. Tutkimusta varten haastateltiin kahdeksaa neulovaa suomalaista kuluttajaa. Haastattelut toteutettiin vuoden 2024 huhti- ja toukokuun aikana Helsingissä. Haastatteluista saadun aineiston analyysi suoritettiin sisällönanalyysin keinoin.

Haastatteluista nousi esiin kolme selkeää teemaa neulomisen motivaattoreina, mitkä olivat luovuus, hyvinvointi ja vastuullisuus. Luovuus ja itseilmaisuus korostuivat neulomisessa mahdollisuutena suunnitella ja toteuttaa vaatteita, jotka heijastavat kuluttajan omaa henkilökohtaista tyyliä sekä tehdä vaatteista sellaisia, että ne sopivat kuluttajalle. Hyvinvointi liittyi neulomisen rentouttaviin ja terapeutteisiin vaikutuksiin, jotka motivoivat kuluttajia neulomaan. Kuluttajat arvostivat neulomisen tarjoamaa ajanvietettä sekä harrastuksen, jonka avulla pääsee irtautumaan arjesta sekä digitaalisista laitteista. Kolmantena havaittuna teemana oli vastuullisuus, joka keskittyi neulomisen mahdollisuuksiin tuottaa kestäviä ja eettisesti valmistettuja vaatteita. Tämän lisäksi tutkimus osoitti neulomisen edistävän myös hitaan muodin periaatteita siirtämällä kulutustottumuksia määrästä laatuun.

Tutkimuksen keskeisten havaintojen mukaan neulominen tarjoaa tavan edistää hitaan muodin periaatteita, tuottamalla korkealaatuisia ja arvokkaita vaatteita käyttäjälleen. Sillä on mahdollisuus lisätä yksilöllistä ja harkittua kulutusta, vähentäen samalla pikamuodin hankintaa ja kannustaen kestävämpiin kulutustottumuksiin. Neulomisella on myös mahdollisuus edistää henkilökohtaista hyvinvointia kuluttajien arjessa.

AVAINSANAT: Vastuullisuus, vastuullinen muoti, hidas muoti, käsityöt, neulominen, motivaatio

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet	8
1.2	Tutkimusmenetelmä	9
1.3	Tutkimuksen rakenne	10
1.4	Tutkimuksen avainkäsitteet	11
2	Hidas muoti osana vastuullista muotia	12
2.1	Vastuullinen muoti	13
2.1.1	Vastuullisuuden haasteet vaateteollisuudessa	13
2.1.2	Vaatteiden ympäristövaikutusten vähentäminen	15
2.2	Hidas muoti	17
2.2.1	Hitaan muodin määritelmä ja periaatteet	17
2.2.2	Hitaan muodin tuotantoprosessi	19
2.2.3	Hidas kuluttaja	23
2.3	Käsintehty muoti	26
2.3.1	Neulomisen vastuullisuus	27
2.3.2	Neulelangat ja niiden vastuullisuus	27
2.3.3	Neulominen ja hyvinvointia lisäävät motivaatiot	30
2.4	Neulomisen motivaatiot suhteessa hitaaseen muotiin	31
3	Metodologia	35
3.1	Laadullinen tutkimus	35
3.2	Teemahaastattelu aineiston hankintamenetelmänä	36
3.3	Aineiston analyysi sisällönanalyysin keinoin	39
3.4	Tutkimuksen luotettavuus	40
4	Neuloen vastuullista muotia	43
4.1	Neulomista edistävät motivaatiot	43
4.2	Neulomista haastavat tekijät	48
4.3	Hidas muoti neulovan kuluttajan näkökulmasta	50
4.4	Neulominen vastuullisen kuluttamisen muotona	53

4.4.1	Itsetehtyjen vaatteiden vastuullisuusmerkitykset	53
4.4.2	Neulontaharrastuksen rooli vastuullisen kuluttamisen edistämässä	58
4.5	Yhteenveto	61
5	Johtopäätökset	63
5.1	Keskeiset tulokset	63
5.2	Tutkimuksen rajoitukset ja jatkotutkimusehdotukset	66
	Lähteet	68
	Liitteet	76
	Liite 1. Haastattelu runko	76

Kuviot

Kuvio 1 Tutkimuksen rakenne	10
Kuvio 2 Käsitteet tutkimuksessa	12
Kuvio 3 Vaatteen elinkaari	16
Kuvio 4 Hitaan muodin tuotantoprosessi	19
Kuvio 5 Neulomisen motivaatiot	32
Kuvio 6 Neulomista motivoivat teemat ja tekijät	44
Kuvio 7 Itsetehdyn vaatteen vastuullisuutta tukevat edut	57

Taulukot

Taulukko 1 Pikamuoti ja hidas muoti (mukaillen Jung & Jin, 2016).....	22
Taulukko 2 Haastateltavien taustatiedot	37
Taulukko 3 Haastattelut	38

1 Johdanto

Viime vuosikymmenten aikana erityisesti vaatteiden ja muodin kulutus on lisääntynyt dramaattisesti (Lawless & Medvedev, 2015). Vaatteiden liiallista kulutusta aiheuttaa nopeasti vaihtuvat trendit sekä halvat hinnat, jolloin kuluttajat ostavat enemmän kuin mitä oikeastaan tarvitsevat (Johansson, 2010). Liiallisen kulutuksen mahdollistaa pikamuoti, jonka ansiosta halpoja vaatteita on saatavilla paljon ja mallistot vaihtuvat tiheään tahtiin (Ozdamar Ertekin & Atik, 2015). Suuri huomionaihe on viime vuosina ollut juurikin liikakulutus ja sen moninaiset vaikutukset yhteiskuntaan sekä ympäristöön. Nopea kulutuksen kasvu voidaan nähdä merkittävänä tekijänä ilmaston heikkenemisen ja ilmastonmuutoksen taustalla (Chen & Chai, 2010).

Vaate- ja muotiteollisuuden ympäristöpäästöt ovat maailman mittakaavalla huomattavat, sillä tekstiiliteollisuus on yksi maailman saastuttavimmista teollisuuden aloista (Vehmas ja muut, 2018). Vaateteollisuuden ala ei ole myöskään etenemässä oikeaan suuntaan kohti YK:n kestävän kehityksen tavoitteita (SDG) eikä se myöskään edistä Pariisin ilmasopimuksen tai Kunming-Montrealin maailmanlaajuisen biodiversiteettikehyksen (GBF) asettamia tavoitteita. Alalla vallitsevat kestäättömät kulutus- ja tuotantomallit ovat merkittävästi osallisina maailmanlaajuisen kriisiin, eli ilmastonmuutokseen, luonnon monimuotoisuuden vähentymiseen, saastumiseen sekä jätteiden määrän kasvuun. (United Nations Environment Programme, 2023.)

Vastuullinen muoti sekä erityisesti läpinäkyvyys vaateteollisuudessa ovat asioita, joista kuluttajat ovat yhä kiinnostuneempia. Kuluttajat arvostavat kierrätystä sekä vanhojen vaatteiden uusiokäyttämistä tekstiiliteollisuudessa ja vaatteiden tuotannossa. Kuluttajat ovatkin yhä kiinnostuneempia siitä, kuinka paljon kierrätettyjä materiaaleja vaateen tuotannossa on käytetty sekä kuinka suuri on vaateen tuotannon kuormitus ympäristölle. (Vehmas ja muut, 2018.) Liiallisen ja nopean kulutuksen vastapainoksi on muodostunut hitaan muodin liike, joka pyrkii työntämään vaateteollisuutta kohti vastuullisempia tuotantoprosesseja sekä luomaan kulutuksesta vastuullisempaa (Pookulangara & Shephard, 2013). Pikamuodin vastarinnalla suosiota on nostattanut

myös itse tehty muoti, eli esimerkiksi neulominen ja muu käsintehty muoti on noussut tärkeäksi tekijäksi osana laajempaa hitaan muodin ilmiötä (Bain, 2016). Neulomisen suosio onkin noussut selkeästi viimeisten muutaman vuoden aikana ja varsinkin korona-aikana neulomisen suosio nousi huimasti (Saarinen, 2021).

Neulominen voidaan nähdä hyvänä tapana luoda vastuullista muotia, sillä tekemällä vaatteen itse, saa siitä juuri sellaisen kuin itse haluaa. Päätös siitä millaisen vaatteen neuloo, tehdään myös varmasti harkiten, sillä vaatteen tekemiseen voi kulua paljon aikaa. Näin ollen kulutus voi olla harkitumpaa ja tämän myötä impulsiiviset pikamuotiostokset voivat jäädä vähemmälle. (O'Donoghue, 2023.) Neulominen on kasvattanut suosiotaan, mikä johtuu muun muassa itseilmaisun sekä rentoutumisen kasvavasta tarpeesta (Torikka, 2022). Tekemällä ja suunnittelemalla vaatteen itse, ihmiset voivat ilmaista omaa persoonallisuuttaan ja tyyliä omalla, ainutlaatuisella tavallaan (Campbell, 2005). Lisäksi se antaa mahdollisuuden tehdä eettisiä ja ympäristöystävällisiä valintoja, sillä neuloja voi valita kestävätkä materiaalit projektiinsa (O'Donoghue, 2023). Neulominen myös edistää yhteisöllisyyttä, sillä neulojat voivat jakaa malleja, vinkkejä ja inspiraatiota niin kasvotusten kuin myös digitaalisissa yhteisöissä (Mayne, 2016). Myös vastuullisen tekemisen sekä käsillä tekemisen kasvava suosio nykyisellä digitaalisella aikakaudella on johtanut suurempaan kiinnostukseen käsitöiden osalta (Torikka, 2022). Neulomisella on myös hyötyjä, jotka vaikuttavat neulojan terveyteen: on todettu, että neulominen lieventää stressiä ja tutkimusten mukaan se voi jopa ehkäistä masennusta (Reenpää, 2021).

Vaikka hitaan muodin ja vastuullisen muodin merkitys kasvaa, neulomisen taustalla olevia motivaatioita tässä kontekstissa ei ole vielä laajasti tutkittu. Vaateteollisuuden vastuuttomuudesta ja vastuullisesta muodista on tehty runsaasti akateemisia tutkimuksia, jotka keskittyvät muun muassa vaatteiden kierrätykseen, uudelleenkäyttöön tai kestäviin materiaaleihin (Kim, 2015). Tutkimukset, jotka liittyvät neulomiseen, ovat keskittyneet paljolti neulomisen hyvinvointi vaikutuksiin (Riley ja muut, 2013). Kuitenkin tutkimuksia, jotka tarkastelevat neulomista osana hitaan muodin

liikettä, ei ole juurikaan tehty. Tämän takia tutkimus keskittyy juuri neulomiseen ja hitaan muodin ilmiöön, jotta pystyttäisiin paremmin ymmärtämään, miten neulominen näyttäytyy osana vastuullista muotia ja millaiset tekijät motivoivat kuluttajia neulomaan.

1.1 Tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, miten neulomisen rooli näkyy hitaan muodin ilmiön kontekstissa. Tutkimuksen avulla pyritään ymmärtämään, kuinka neulominen voi edistää vastuullista muotia ja miten se kytkeytyy hitaan muodin liikkeeseen. Tämän lisäksi tutkimus keskittyy siihen, motivoiko vastuullisuus kuluttajia valitsemaan neulomisen vaatteiden ostamisen sijaan. Tutkimuksessa tarkastellaan minkälaiset motivaatiotekijät kannustavat kuluttajia neulomaan.

Tutkimuksella on kolme eri tavoitetta, jotka tukevat tutkimuksen tarkoitusta. Ensimmäisenä tavoitteena on luoda teoreettinen ymmärrys hitaan muodin ilmiöstä vastuullisen muodin osana. Aiheen käsittelyssä keskitytään vastuullisen muotiteollisuuden kannalta keskeisiin käsitteisiin ja tarkastellaan muotialan vastuullisuutta tarkemmin.

Toisena tavoitteena on analysoida niitä tekijöitä, jotka motivoivat ihmisiä neulomaan. Tämän tavoitteen kautta pyritään syventymään neulomisen taustalla vaikuttaviin motivaatiotekijöihin. Tavoitteena on selvittää, mitkä tekijät toimivat neulomisen motivaattoreina ja millaisia mahdollisia haasteita neulomiseen liittyy.

Kolmantena tavoitteena tutkimuksessa on selvittää, miten hidas muoti ja vastuullinen muoti näkyy osana neulomisen motivaatioita. Lisäksi tavoitteena on tunnistaa voiko neulominen vaikuttaa kuluttajien ostokäyttäytymiseen.

1.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimus toteutetaan kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena. Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa siitä, mitä kuluttajat tietävät vaateteollisuuden ilmastovaikutuksista ja motivoiko vastuullisuus heitä tekemään vaatteita itse neulomalla. Laadullinen tutkimusmenetelmä valikoitui tutkimukseen, sillä kvalitatiivisessa tutkimuksessa keskeistä on henkilöiden omien kokemusten ja näkemysten tutkiminen (Puusa & Juuti, 2020, kappale 2). Tutkimuksessa käytetään hermeneuttista lähestymistapaa. Hermeneuttinen lähestymistapa keskittyy tekstin tai ilmiöiden perusteelliseen tulkintaan, pyrkien saavuttamaan syvemmän ymmärryksen niiden merkityksestä ja kontekstista (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s.35). Tämä menetelmä auttaa tunnistamaan ja ymmärtämään syvällisemmin ne tekijät, jotka vaikuttavat siihen, miksi ja minkälaisien motivaatioiden seurauksena ihmiset päättävät neuloa vaatteensa itse.

Tutkimuksen empiirisen osion aineisto kerätään haastatteluilla. Aineistonkeruumenetelmänä haastattelu sopii tutkimukseen hyvin sen joustavuutensa ansiosta. Tutkimuksessa hyödynnetään puolistrukturoitua haastattelumenetelmää eli teemahaastattelua. Kaikille haastateltaville esitetään samoja kysymyksiä, jotka ovat suunniteltu siten, että ne liittyvät tutkimuksen teoriassa esitettyihin käsitteisiin ja tukevat tutkimuksen tavoitteita. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, luku 3.1.1.) Tutkimusta varten haastateltiin kahdeksaa neulovaa kuluttajaa, joista osa on harrastanut neulomista enemmän ja osa on aloittelevia neulojia. Haastatteluissa esitettiin kysymyksiä neulomiseen ja neulomisen motivaattoreihin sekä hitaan muodin ilmiöön liittyen. Tutkimuksessa pyritään tulkitsemaan kuluttajien näkökulmia neulomiseen vastuullisuuden näkökulmasta. Tämän tulkinnan kautta pyritään luomaan ymmärrys siitä, voiko neulominen olla vaihtoehto hitaan muodin luomisessa vaateteollisuuden rinnalla.

1.3 Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksen rakenne muodostuu viidestä eri pääluvusta. Tutkimus koostuu johdannosta, teoriaosuudesta, metodologiasta, empiria luvusta sekä johtopäätöksistä. Kuvio 1 havainnollistaa tutkimuksen rakennetta.



Kuvio 1 Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksen ensimmäinen luku on johdanto, jossa johdatellaan lukija tutkimuksen aiheeseen. Johdannossa esitellään tämän lisäksi tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet sekä avataan tutkimuksen metodologiset valinnat ja kerrotaan tutkimuksen rakenteesta.

Tutkimuksen toinen luku on tutkimuksen teorialuku, jonka tarkoituksena on lisätä ymmärrystä siitä, miten vaateteollisuus kuormittaa ympäristöä ja siitä, kuinka vaatteita olisi mahdollista tuottaa vastuullisesti. Teoria osuus tutkii sitä, kuinka neulominen ja itse tehty muoti voi olla mahdollinen vaihtoehto vastuullisen muodin tuottamisessa. Luvussa syvennytään myös mahdollisiin motivaattoreihin neulomisen taustalla.

Kolmas luku keskittyy tutkimuksen metodologisiin valintoihin. Luvussa avataan sitä, millaisin keinoin tutkimuksen aineisto on kerätty ja mikä on tutkimuksen lähestymistapa. Lopuksi myös arvioidaan, onko tutkimus luotettava ja onko tutkimuksessa joitain tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen.

Neljäs luku on puolestaan tutkimuksen empiirinen osa, jossa esitellään teorian ja tutkimusta varten tehtyjen haastattelujen perusteella muodostettuja havaintoja sekä analysoidaan niitä.

Viidennessä luvussa esitellään tutkimuksen johtopäätökset. Luvussa arvioidaan, kuinka tutkimuksen tavoitteet saavutettiin sekä millä eri tavoin tutkimuksen tuloksia on mahdollista hyödyntää. Luvussa käydään läpi, mitkä ovat tutkimuksen mahdollisia rajoituksia ja mitä jatkotutkimuksia voidaan tämän tutkimuksen pohjalta tehdä.

1.4 Tutkimuksen avainkäsitteet

Tutkimuksen avainkäsitteitä ovat vastuullinen muoti, hidas muoti, sekä neulominen.

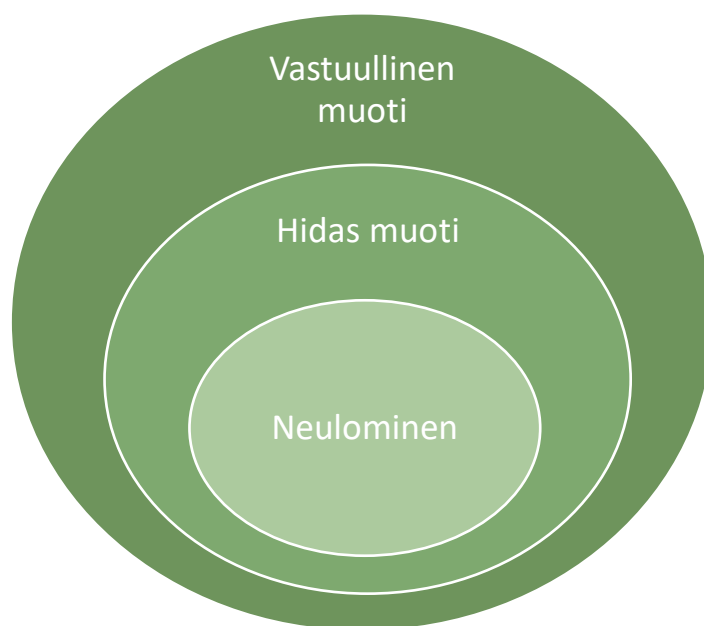
Vastuullinen muoti pyrkii tuottamaan vaatteita ja muotia ilman että tuotanto vahingoittaa ympäristöä tai ihmisiä, samalla vastuullisia resursseja ja raaka-aineita käyttäen ja vaatteiden ympäristövaikutuksia pienentäen (Joergens, 2006).

Hidas muoti eli Slow Fashion on liike, joka pyrkii luomaan vaateteollisuuden prosesseista sekä kulutuksesta vastuullisempaa. Hidas muoti tarkoittaa paitsi kulutus- ja tuotantoprosessien hidastamista, myös työntekijöiden, yhteisöjen ja ympäristön hyvinvoinnin suojelua. (Ozdamar Ertekin & Atik, 2015.)

Neulominen on tekstiili- ja käsityötekniikka, jolla valmistetaan neuletta toisiinsa punoutuvista lankasilmukoista puikoilla (Koivusalo, 1981). Tämä käsityömenetelmä mahdollistaa monenlaisten tekstiilien, kuten vaatteiden ja muiden käyttötekstiilien valmistamisen.

2 Hidas muoti osana vastuullista muotia

Tutkimuksen toisessa luvussa tarkastellaan aiempaa tutkimustietoa ja pureudutaan hitaan muodin ilmiön (slow fashion) käsitteeseen sekä sen keskeisiin periaatteisiin vastuullisen muodin osana. Tämä luku toimii pohjana ymmärrykselle siitä, millaisia arvoja ja suuntauksia hitaan muodin ilmiö sisältää. Luvussa pyritään myös ymmärtämään, kuinka hidas muoti on vaikuttanut muotialaan ja kuluttajien käyttäytymiseen. Luvussa tarkastellaan vaateteollisuudessa esiintyviä ongelmakohtia sekä tekijöitä, jotka ovat johtaneet hitaan muodin ilmiön syntyyn. Lisäksi luvussa syvennytään siihen, miten neulominen voi näyttäytyä osana vastuullista kuluttamista.



Kuvio 2 Käsitteet tutkimuksessa

Kuvio 2 havainnollistaa tutkimuksen keskeisten käsitteiden esiintymisen tässä tutkielmassa. *Vastuullinen muoti* toimii tutkimuksen yläkäsitteenä ja sijoittuu kuvion uloimmalle kehälle. Keskimmäiselle kehälle sijoittuu *hidas muoti*, sillä käsitettä tarkastellaan tutkimuksessa yksityiskohtaisemmin ja se on keskeinen osa tutkimusta. Sisimpänä kuviosta löytyy *neulominen*, joka on tutkielman keskeinen tutkimuskohde.

Tutkimuksessa neulomista tarkastellaan sekä hitaan muodin että vastuullisuuden näkökulmista, pyrkien syvällisempään ymmärrykseen siitä, miten nämä käsitteet kietoutuvat yhteen.

2.1 Vastuullinen muoti

Vastuullisuus tarkoittaa kykyä tyydyttää nykyiset tarpeemme, vaarantamatta tulevien sukupolvien mahdollisuutta tyydyttää omat tarpeensa (United Nations, 2023). Liiketoiminnan kontekstissa vastuullinen liiketoiminta voidaan määritellä voittoa tuottavaksi liiketoiminnaksi, joka samalla ottaa huomioon kaikki sidosryhmät sekä ympäristölliset ja sosiaaliset tarpeet. Vastuullisuus on viime aikoina noussut megatrendiksi ja se näkyy miltei jokaisella toimialalla. Vastuullinen yritys toimii niin, että se aiheuttaa mahdollisimman vähän harmia ympäristölle. Se ei siis kuluta, vaan pikemminkin ennallistaa ja rikastaa ympäristöä. (Savitz, 2013.) Vastuullisuuden voidaan huomata olevan iso osa yritysten brändimarkkinointia ja se onkin aiemmin nähty keinona erottautua muista yrityksistä (Robinson & Wood, 2018). Nykyään vastuullisuuden voidaan nähdä olevan jopa ehtona liiketoiminnalle (Kiron ja muut, 2012).

2.1.1 Vastuullisuuden haasteet vaateteollisuudessa

Vaateteollisuus on teollisuudenala, joka kuluttaa ympäristöä suurissa määrin. Vaateteollisuuden ympäristövaikutukset ovat maailman mittakaavassa erittäin merkittävät, sillä alan tuotantoprosessit sisältävät paljon ympäristölle haitallisia menetelmiä. Erityisesti tuotantoprosesseihin kuuluva värjäys, kuivaus ja erilaisten kemikaalien käyttö kuormittavat ympäristöä. Tämän lisäksi monien vaateteollisuudessa käytettävien materiaalien kuten puuvillan sekä esimerkiksi synteettisten materiaalien tuotanto vaatii suuren määrän vettä, energiaa sekä uusiutumattomia luonnonvaroja. (Caniato ja muut, 2012.)

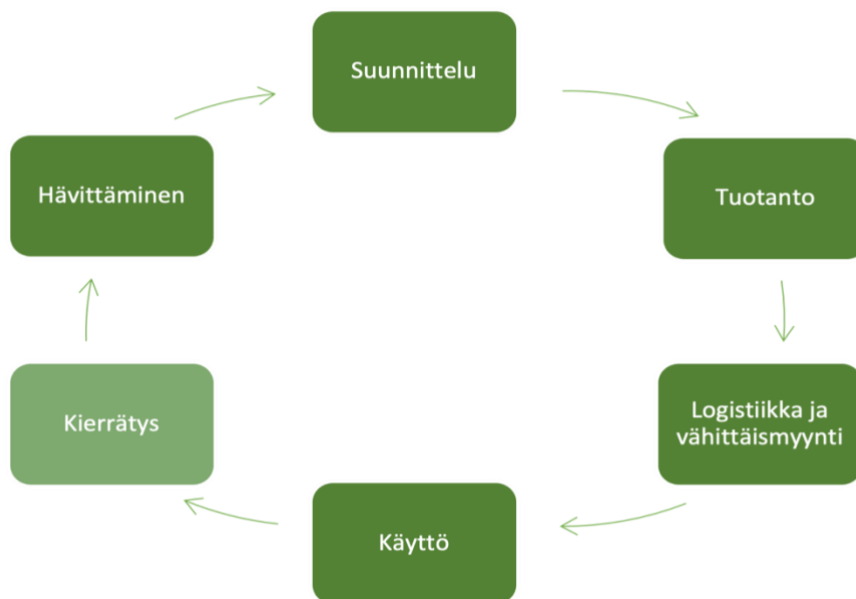
Pikamuotiyritykset julkaisevat uusia vaatemallistoja viikoittain. Uusia mallistoja tuotetaan yhä nopeampaan tahtiin, jotta yritykset pystyvät vastaamaan trendeihin ja kuluttajien nopeasti muuttuviin tarpeisiin nopealla tahdilla. (Jung & Jin, 2016.) Vaatteiden nopea tuotanto ja halvat hinnat ovat johtaneet siihen, että vaatteiden käyttöikä voi olla hyvinkin lyhyt. Tämä ilmenee erityisesti pikamuodin trendeissä, jotka menettävät suosionsa usein todella nopeasti. Lisäksi pikamuodin tuotteiden alhainen laatu ja edulliset hinnat kannustavat ihmisiä ostamaan useita vaatteita kerralla ja hävittämään ne nopeasti käytön jälkeen. Tämän seurauksena vaatteiden hävittäminen ja siitä syntyvä tekstiilijäte on suuri, kasvava ongelma. (Vehmas ja muut, 2018; Jung & Jin, 2016.) Ellen MacArthur (2021) mukaan vaatteita tuotetaan tällä hetkellä niin paljon, että joka sekunti kuorma-autollinen poisheitettyjä vaatteita poltetaan tai haudataan kaatopaikoille. Näiden tekijöiden perusteella on olennaista suunnata vaateteollisuuden toimintamalleja kohti vastuullisempia ja kestävämpiä lähestymistapoja.

Vastuullinen muoti pyrkii vastaamaan vaateteollisuuden ongelmaan siten, että vaatteiden tuotanto, kulutus ja hävittäminen tehtäisiin ympäristöllisesti sekä sosiaalisesti vastuullisella tavalla. Vaateteollisuutta on kritisoitu sen ympäristövaikutuksista sekä vastuuttomista ja jopa vaarallisista työoloista, ja vastuullinen muoti pyrkii ratkaisemaan myös näitä ongelmia. Vastuullinen muoti ei ole kuitenkaan uusi ilmiö, vaan ilmiö on syntynyt jo 1960-luvulla, kun kuluttajat huomasivat vaatetuotannon vaikutuksen ympäristöön ja vaativat alaa muuttamaan käytäntöjään. (Henninger ja muut, 2016.) Vastuullisen muodin käsite keskittyy siis reiluihin työoloihin, kestävään liiketoimintamalliin, ympäristöystävällisiin materiaaleihin, sertifikaatteihin ja jäljitettävyyteen. Se on syntynyt kasvavasta tietoisuudesta ja huolesta, jota muotiteollisuus on aiheuttamallaan päästöillä ja huonoilla työoloillaan herättänyt (McKeown & Shearer, 2019).

2.1.2 Vaatteiden ympäristövaikutusten vähentäminen

Kuluttajilla on iso rooli vaateteollisuuden vastuullisuudesta puhuttaessa. Kuluttajilla on mahdollisuus vaikuttaa vaateteollisuuden käytäntöihin ja mahdollisuuksien mukaan liikuttaa alaa kohti vastuullisempaa toimintatapaa (McKeown & Shearer, 2019). Tässä piilee kuitenkin ongelma: vaikka kuluttajien tietoisuus muodin eettisistä ja vastuullisista ongelmista kasvaa, ei kuluttajien toiminta vielä täysin heijasta näitä ajatuksia ja mielipiteitä (Wiederhold & Martinez, 2018). Tämä johtaa niin kutsuttuun asennekäyttäytymiskuiluun, jossa kuluttaja ilmaisee halunsa ostaa vastuullista muotia, mutta tämä halu ei vielä näy ostokäyttäytymisessä (Henninger ym., 2016). Vaikka kuluttaja siis haluaisi ideaalisesti kuluttaa vastuullisesti, ei tämä vielä käytännössä toteudu.

Vastuulliseen muotiin ja sen onnistumiseen vaikuttaa niin vaateen suunnittelija ja valmistaja, kuin myös sen lopullinen käyttäjä. Vastuullinen muoti ei siis ole vain vaateteollisuuden vastuulla, vaan osa vastuusta jakautuu myös kuluttajalle. (Aakko & Koskennurmi-Sivonen, 2013.) Vastuulliseen muotiin tulisi sisällyttää elinkaarijattelu, joka ottaa huomioon kaikki vaateen elinkaaren vaiheet. Näitä vaihteita ovat: suunnittelu, tuotanto, logistiikka, vähittäismyynti, käyttö sekä hävittäminen (kuvio 3). Niinimäen (2013) mukaan, on vastuullisempaa suunnitella kokonaisia elinkaaria kuin yksittäisiä tuotteita. Vastuullinen suunnittelu sisältää niin tuotteen käyttövaiheen kuin myös sen loppuvaiheen huomioimisen. Parhaassa mahdollisessa tilanteessa tuotteella tulisi olla mahdollisuus useampaan elinkaareen.



Kuvio 3 Vaatteen elinkaari

Vaatteen *suunnitteluvaiheessa* voi elinkaareen vaikuttaa suunnittelemalla vaate huolella, niin että se kestää aikaa – niin materiaalien kuin myös trendikkyiden puolesta. Tuote tulisi olla suunniteltu niin, että sitä voidaan käyttää uudelleen ensimmäisen elinkaaren jälkeen. Ympäristön kannalta on parasta, jos tuotetta voi käyttää sellaisenaan, toiseksi parasta on suunnitella tuotteesta uusi tuote (esimerkiksi pienillä muutoksilla), ja kolmantena vaihtoehtona on kierrättää tuotteen materiaalit. (Niinimäki, 2013.)

Kuluttajalla on mahdollisuus pidentää vaatteen elinkaarta sen *käyttövaiheessa*. Esimerkiksi pesemällä vaatetta harvemmin ja oikeilla tavoilla, voi vaatteen elinkaarta pidentää. Liiallinen vaatteen peseminen voi lopulta käyttää enemmän energiaa, kuin mitä itse vaatteen tekemiseen on käytetty. Siksi myös materiaalien valinnalla on merkitystä. Esimerkiksi jotkin materiaalit, kuten villa, vaativat vähemmän pesua, ja jotkin materiaalit voidaan pestä alhaisemmissa lämpötiloissa, joka ei kuluta vaatetta niin paljon. (Aakko & Koskennurmi-Sivonen, 2013.)

Aakon ja Koskennurmi-Sivosen mukaan, myös kierrättämällä vaatteen oikeaoppisesti, kuluttaja voi vaikuttaa vaatteen elinkaareen positiivisesti. Sen lisäksi että vaatteen

elinkaaren tulisi olla mahdollisimman pitkä, olisi vaatteen käyttövaiheen ja poisheittovaiheen välissä *kierrätys* hyödyllistä, mikäli vaatetta ei itse käytä loppuun saakka. Tämän lisäksi tekemällä vaatteen itse tai tuunaamalla vaatetta uniikiksi tai oman näköiseksi, voi vaatteen elinkaarta myös mahdollisesti pidentää. Niinimäen (2013) mukaan, vaate- ja muotiteollisuuden tilanne voidaan nähdä monimutkaisena ja suurena ongelmana, joka vaatii luovaa ongelmanratkaisua, rohkeaa suunnittelua, nykyisten käytäntöjen kyseenalaistamista sekä avointa yhteistyötä eri vaateollisuuden ja markkinoinnin kumppaneiden välillä.

2.2 Hidas muoti

Niin kuin edellä on osoitettu, muotimaailma tarvitsee merkittävää muutosta liiketoimintamalliinsa. Vaateollisuudessa on olennaista siirtyä hitaampaan tuotantomalliin ja ottaa käyttöön kestävämpiä käytäntöjä sen kaikissa elinkaaren vaiheissa. Lisäksi kuluttajakäyttäytyminen tarvitsee muutosta, jotta vaatteiden jatkuvaa ostamista vähennetään ja olemassa olevien vaatteiden käyttöikää pidennetään. Nämä muutokset korostavat tarvetta siirtyä kohti hidasta muotia, jonka tavoitteena on minimoida ja lieventää vaateollisuuden haitallisia ympäristövaikutuksia ja parantaa alan kestävyttä pitkällä aikavälillä. (Niinimäki ja muut, 2020.) Seuraavissa alaluvuissa pureudutaan hitaaseen muotiin ja siihen mistä kyseinen ilmiö on saanut alkunsa.

2.2.1 Hitaan muodin määritelmä ja periaatteet

Hitaan muodin ideologia perustuu Carlo Petrinin Italiassa vuonna 1986 perustaman Slow Food -liikkeeseen. Slow food -liike edustaa elämäntapaa ja ruokailutapaa, jossa ruoan nautintoa tavoitellaan sitoutumalla yhteisöön ja ympäristöön. Slow food-liikkeen tarkoituksena on säilyttää ruokailun nautinto nykyaikaisessa ruokakulttuurissa, jossa pikaruokailu on yleistynyt. (Jung & Jin, 2014; Tam, 2008.) Yksinkertaisuudessaan, Slow Food -liikkeessä pyritään panostamaan ruoan laatuun ja siitä nauttimiseen (Tam, 2008).

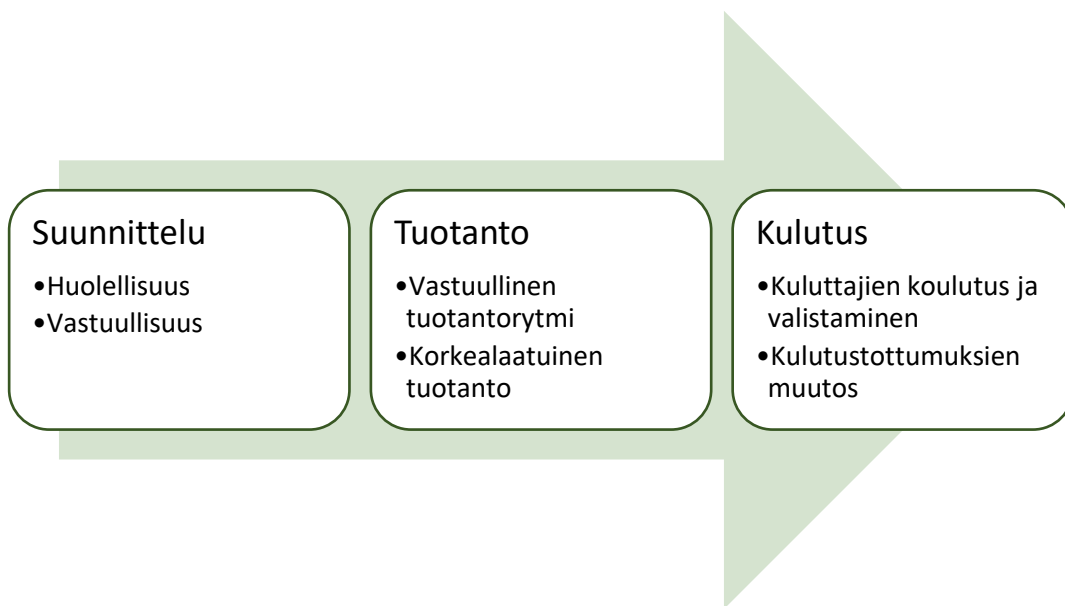
Slow Food on syntynyt siis vastapainoksi pikaruualle, aivan kuten hidas muoti on syntynyt vastapainoksi pikamuodille. Tam (2008) kertoo ettei pikaruoka ole huonoa siksi että se on nopeaa, vaan sen ongelmana on huolimattomuus. Huolimattomuudella hän viittaa siihen, että pikaruokateollisuus usein asettaa voiton etusijalle ympäristön, eläinten, kuluttajien ja työntekijöiden hyvinvoinnin sijasta. Slow Food -liike pyrkii muuttamaan näitä asioita, panostamalla huolellisempaan elämäntapaan, samalla pitäen huolta eläinten, ympäristön sekä työntekijöiden hyvinvoinnista. (Tam, 2008.) Slow Food -liikkeen hitaan filosofian periaatteita on sovellettu laajasti erilaisiin ilmiöihin. Näitä eri ilmiöitä ovat esimerkiksi slow fashion, slow cities, slow events, slow work ja slow travel. Nämä erilaiset ilmiöt yhdessä muodostavat kokonaisuuden, jota kutsutaan slow-liikkeeksi. (Krajcso, 2015; Werner, 2021.) Seuraavassa luvussa tutustutaan tarkemmin hitaan muodin ilmiöön.

Hidas muoti pyrkii suunnittelemaan, valmistamaan sekä kuluttamaan järkevämmiin, hidastamalla muodin kiertokulkua siirtämällä kulutusta määrästä laatuun. Hidas muoti ei ole vain pikamuodin vastakohta, vaan se pyrkii kestävämpiin ja eettisempiin keinoihin vaateteollisuudessa. Hitaan muodin käsitteen on luonut Kate Fletcher ja termi on lainattu Slow Food -liikkeestä. (Jung & Jin, 2014; Ozdamar Ertekin & Atik, 2015.)

Alun perin hidas muoti oli vaihtoehtona massatuotetuille pikamuoti-vaatteille, mutta sen merkitys on ajan saatossa kehittynyt ja laajentunut (Ozdamar Ertekin & Atik, 2015). Hitaus ei viittaa hitaassa muodissa pelkästään aikaan, kuten pikamuodissa, vaan se edustaa erilaista lähestymistapaa, jossa suunnittelijat, vähittäismyyjät ja kuluttajat ovat tietoisia vaatteiden vaikutuksista työntekijöihin, yhteisöihin ja ympäristöön (Fletcher, 2007). Sen lisäksi, että hidas muoti on huolissaan vaateteollisuuden vaikutuksista ympäristöön ja luonnonvaroihin, se pyrkii myös vähentämään trendien ja sesonkien määrää ja pyrkii edistämään laadukasta tuotantoa vaatteiden arvon lisäämiseksi ja elinkaaren pidentämiseksi (Ozdamar Ertekin & Atik, 2015).

2.2.2 Hitaan muodin tuotantoprosessi

Useimmat tutkijat ovat yksimielisiä siitä, että hitaan muodin tavoitteena ei ole ainoastaan hidastaa tekstiilien ja vaatteiden toimitusketjua, vaan korostaa kokonaisvaltaisempaa ja kestävämpää prosessin luomista. Tämä prosessi (kuvio 4) tulisi sisältää suunnittelun, tuotannon, hankinnan sekä kuluttajien kouluttamisen. (Pookulangara & Shephard, 2013.) Näihin prosessin vaiheisiin tutustutaan tarkemmin alla olevissa kappaleissa.



Kuvio 4 Hitaan muodin tuotantoprosessi

Jungin & Jinin (2016) mukaan, vastuullinen tuotantoprosessi lähtee jo vaatteiden *suunnittelusta* ja sen tulee tämän takia olla laadukasta. Laadulla viitataan korkealaatuisuuteen ja huolelliseen suunnitteluun. Tämä tarkoittaa sitä, että on tärkeää, että vaatteet suunnitellaan ajattomiksi, eikä niitä ole tehty ohikiitävien trendien perusteella.

Hitaampi ja vastuullinen *tuotantorytmi* mahdollistaa raaka-aineiden luonnollisen kasvun. Sen myötä tuotteet valmistetaan pienemmissä erissä, joka vähentää luonnonresurssien kulutusta sekä ylimääräisen jätteen määrää. (Jung & Jin, 2016.) Tuotannossa tulisi valita

sellaiset tuotantometodit, jotka edistävät laatua ja arvostavat käsityötä sekä käyttävät eettistä työvoimaa (Pookulangara & Shephard, 2013). Kun myöskään vaatteiden valmistajien ei tarvitse tehdä ylitöitä, voivat he käyttää enemmän aikaa jokaisen vaateen tekemiseen huolella. Tämä parantaa paitsi työntekijöiden hyvinvointia, mutta tekee vaatteista myös korkealaatuisempia. Korkealaatuisemmat vaatteet vähentävät tekstiilijätettä, sillä vaatteet kestävät kauemmin. (Jung & Jin, 2016.)

Kuluttajien kouluttamisella taas tarkoitetaan sitä, että kuluttajia tulisi kannustaa muuttamaan kulutustottumuksiaan siten, että kulutuksen määrää vähennetään. Hitaan muodin periaatteena on, että kulutuksessa siirryttäisiin määrästä laatuun. Kuluttajia tulisi siis valistaa siirtämään kulutusta määrällisestä kulutuksesta laadulliseen kulutukseen. Tällöin saadaan tekstiilijätettä sekä mahdollisia heräteostoksia vähennettyä. Kuluttajia ei tulisi pakottaa vaihtamaan ostopäätöksiään, mutta kuluttajien valistaminen voi auttaa heitä tunnistamaan ja myöntämään ylikulutuksen kielteiset vaikutukset pitkällä aikavälillä ja näin ollen motivoida heitä muuttamaan tapojaan. (Jung & Jin, 2016.)

Fletcher (2010) esittää, että hidas muoti heijastaa muotialan vastuullisuuden visiota, joka pohjautuu erilaisiin tämänhetkisiin arvoihin ja tavoitteisiin. Hidas muoti edellyttää merkittäviä muutoksia alaan liittyvässä infrastruktuurissa ja tavaroiden määrän vähentämistä. Hidas muoti ei ole perinteistä liiketoimintaa, vaan siihen sisältyvät ainoastaan ajattomat, laadukkaat ja kestävät tuotteet. Lisäksi se eroaa perinteisestä tuotannosta pidempien toimitusaikojensa vuoksi. Hidas muoti ilmentää selkeää poikkeavuutta nykyisen vaateteollisuuden käytänteistä, muodostaen vastakohtan nopeaan kasvuun perustuvalla muotiteollisuudelle. Näin ollen se edustaa näkemystä muotialasta, joka on rakennettu kokonaan erilaisista, eli vastuullisista ja hitaista lähtökohdista.

Kun verrataan hidasta muotia ja sen periaatteita pikamuotiin, voidaan näissä muotiteollisuuden ilmiöissä nähdä selkeitä eroavaisuuksia (taulukko 1). Pikamuoti tunnetaan vahvasti sen nopeasta reagoinnista muodin vaihtuviin trendeihin ja

kuluttajien mieltymyksiin. Sen *vahvuutena* on kyky tarjota huippumuotia massoille edulliseen hintaan, mikä tekee siitä erityisen kannattavaa globaaleilla markkinoilla. Niin kuin tässä tutkimuksessa on aiemmin mainittu, hidas muoti erottuu pikamuodista vähentämällä resurssien kulutusta ja jätemäärää, samalla parantaen työntekijöiden elämänlaatua. (Vehmas ja muut, 2018.) Pienempien tuotantomäärien mahdollistama panostus yksittäiseen vaatekappaleeseen kohottaa tuotteiden laatua. Hitaan muodin kuluttajat voivat nauttia ajattomista vaatekappaleista, jotka ovat valmistettu kestävästä materiaaleista ja suunniteltu pitkäikäisiksi. (Jung & Jin, 2016.)

Taulukko 1 Pikamuoti ja hidas muoti (mukaillen Jung & Jin, 2016).

	Pikamuoti	Slow Fashion
Vahvuudet	Pikamuoti vastaa nopeasti nopeasti muuttuviin muotitrendeihin ja kuluttajien makuun.	Hidas muoti vähentää resurssien kulutusta ja jätteen määrää. Hidas muoti parantaa työntekijöiden elämänlaatua.
	Pikamuoti tuo huippumuotia massoille edulliseen hintaan.	Koska työntekijät voivat käyttää enemmän aikaa kuhunkin vaatekappaleeseen, tuotteiden laatu parantuu.
	Pikamuoti on todella kannattavaa globaaleilla markkinoilla.	Ihmiset voivat käyttää ajattomia vaatekappaleita, jotka on valmistettu kestävästä materiaaleista ja jotka on tehty kestäväksi pitkään.
Haasteet	Jatkuvasti vaihtuvien trendien mukanaan tuoma nopeutettu valmistusnopeus laiminlyö työoloja.	Pienet tuotantomäärät, jotka tuotetaan alhaisella nopeudella, eivät pysty kilpailemaan suuryritysten kanssa, jotka perustuvat skaalaetuun.
	Kun keskitytään siihen, että pysytään nopeasti muuttuvien trendien mukana, tyyli vanhentuvat nopeasti.	Yleensä tuotteet ovat kalliita.
	Tuotteiden heikko laatu ja alhainen hinnoittelu johtavat siihen, että tekstiilijäte kasvaa.	
Muoti	Tyylikkäänä oleminen onnistuu pysymällä mukana kaikista viimeisimmistä trendeissä.	Tyylikkäänä oleminen onnistuu arvostamalla ja hyödyntämällä vaatteita täysin.
		Sekä luomalla ainutlaatuisen tyylin, joka heijastaa henkilökohtaista identiteettiä.
Liiketoimintamalli	Volyyymi-budjettimalli	Lisäarvomalli
	Halvat tuotteet ovat laajalti ja nopeasti tuotettuja.	Tuotetaan pieniä määriä korkealaatuisia tuotteita.
	Kuluttajien odotetaan ostavan useita vaatteita kerralla ja heittävänsä ne pian pois.	Kuluttajien odotetaan ostavan vähemmän, mutta korkealaatuisempia, kestävämpiä sekä ajattomia tuotteita, jotta ne kestävät käytössä mahdollisimman pitkään.

Kun tarkastellaan pikamuodin ja hitaan muodin *haasteita*, on havaittavissa, että pikamuodin haasteet liittyvät nopeutettuun valmistusprosessiin, joka usein laiminlyö työoloja sekä luontoa. Jatkuva pysyminen vaihtuvien trendien perässä voi johtaa

nopeasti vanheneviin tyyleihin. Yhdessä tämä ja pikamuodin tuotteiden heikko laatu sekä alhainen hinnoittelu edistävät tekstiilijätteen kasvua. (Vehmas ja muut, 2018.) Hitaan muodin haasteet taas liittyvät päinvastaisesti pienempiin tuotantomääriin, jotka tuotetaan alhaisemmalla nopeudella. Tästä syystä hitaan muodin yrityksillä voi olla vaikeuksia kilpailla suuryritysten kanssa, jotka hyödyntävät skaalaetuja. Hidas muoti on myös hinnaltaan kalliimpaa, joka voi tuoda haasteita sen suosiolle. (Jung & Jin, 2016.)

Myös se, miten tyylikkyys koetaan, voidaan nähdä erilaisena pikamuodin ja hitaan muodin välillä. Pikamuodin kuluttajille tärkeää on pysyä mukana viimeisimmissä trendeissä, ja siten myös tyylikkyys nähdään onnistuvan parhaiten pysymällä mukana näissä vaihtuvissa trendeissä. Hitaassa muodissa keskitytään arvostamaan vaatekappaleita, joita vaatekapista löytyy ja niiden käyttöikä pyritään maksimoimaan. Tyylikkyys onnistuu löytämällä itselle sopivan tyylin, jolloin vaatteet tuntuvat omilta ja niille löytyy käyttöä pitkään. (Jung & Jin, 2016.)

Pikamuodin liiketoimintamalli nojaa voimakkaasti volyyymi-budjettimalliin, joka korostaa laajamittaista ja tehokasta tuotantoa. Tämä liiketoimintamalli odottaa kuluttajilta useiden vaatekappaleiden hankkimista kerralla. Vaatteet voivat kuitenkin olla lyhytikäisiä ja näin kuluttajat ovat alttiita vaatteiden pois heittämiselle, nopeasti ostoksen teon jälkeen (Vehmas ja muut, 2018). Hitaan muodin liiketoimintamallin voidaan nähdä olevan niin sanottu lisäarvomalli, joka tuottaa pieniä määriä korkealaatuisia, kestäviä tuotteita. Kuluttajilta odotetaan vähemmän ostamista, mutta korkealaatuisempien ja kestävämpien vaatteiden hankkimista, jotta ne kestävät käytössä mahdollisimman pitkään. (Jung & Jin, 2016.)

2.2.3 Hidas kuluttaja

Kuluttajat etsivät koko ajan ainutlaatuisia tuotteita sekä uudenlaisia tyylejä, joista he ovat valmiita maksamaan yhä enemmän, mikäli he kokevat, että tuotteet vastaavat heidän tarpeisiinsa ja mieltymyksiinsä. Ihmiset pyrkivät usein kohottamaan itsetuntoaan

ja minäkuvaansa muodin sekä erilaisten tyylien avulla. (Domingos ja muut, 2022). Tässä luvussa pureudutaan muodin kulutukseen ja siihen millainen on hitaan muodin kuluttaja (slow fashion consumer) sekä käsityökuluttaja (craft consumer).

Kuluttajan päätöksenteko on monimutkainen kognitiivinen ongelmanratkaisuprosessi, joka vaatii huolellista harkintaa ja valintojen punnitsemista (Martindale & McKinney, 2018). Hitaan muodin kuluttajat ovat kuluttajia, jotka haluavat ostaa korkealaatuisia ja monipuolisia vaatteita, jotka ovat huolella harkittuja ja niiden hankinta ei aiheuta kuluttajassa katumusta (Maegan & Yan, 2013). Käsityökuluttajan kulutustoimintaa ohjaavat taito, tieto, harkinta ja intohimo. Käsityökuluttajaa usein motivoi halu ilmaista itseään, ja monesti kuluttajan oma persoonallisuus näkyy jollain tavalla tuotetussa esineessä. Käsityökulutus ilmenee yleensä sisustuksessa, puutarhanhoidossa, ruoanlaitossa sekä vaatevalintojen tekemisessä. (Campbell, 2005.)

Kuluttajan päätösprosessi alkaa tarpeen tunnistamisesta. Tässä tutkimuksessa keskitytään vaatteiden kuluttamiseen, joten tarpeen tunnistaminen symboloi tarvetta uudelle vaatekappaleelle. Tarpeen tunnistamisen suurimpana lähteenä on tarpeiden herääminen, ja tarve voi olla erityisen vahva silloin, kun tarve liittyy minäkuvaan. (Engel ja muut, 1995). Kun tutkitaan muodin kuluttamista, tarve uudelle vaatteelle voi syntyä esimerkiksi uudesta mielenkiintoisesta trendivaatteesta ja tarpeesta olla mukana viimeisimmissä trendeissä (Domingos ja muut, 2022). Tämä pätee kuitenkin enemmän pikamuodin kuluttajaan. Hitaan muodin kuluttaja voi tunnistaa trendin, mutta heille on tärkeämpää ostaa vaatteita, jotka heijastavat heidän omaa minäkuvaansa. Tällöin viimeisimmän trendin mukainen vaate ei välttämättä herätä tarvetta hitaan muodin kuluttajassa, vaan tarpeen voi herättää esimerkiksi korkealaatuinen ja monikäyttöinen vaatekappale (Maegan & Yan, 2013).

Maeganin ja Yanin (2013) mukaan, hitaan muodin kuluttajat ovat kuluttajia, jotka haluavat ostaa laadukkaita ja monipuolisia vaatteita, joiden avulla he voivat rakentaa itselleen vaatekaapin, joka on tehty huolella ja harkinnalla, jolloin kaikilla vaatteilla on

oma monipuolinen käyttötarkoituksensa. Hitaan muodin kuluttajat keskittyvät yleensä laatuun määrän sijaan ja suosivat vaatekappaleita, joita voi käyttää lähes ympäri vuoden. Heillä voi myös usein olla persoonallinen minäkuva, joka ei ole yhteydessä vaihtuviin vaateteollisuuden trendeihin. Hitaan muodin kuluttajat saattavat myös tuntea emotionaalista yhteyttä vaatteisiinsa ja pitää niitä keinona ilmaista itseään. (Maegan & Yan, 2013.)

Käsityökuluttaja on kuluttajatyyppejä, joka itse osallistuu personoidun tai uniikin esineen luomiseen. Termi "käsityö" viittaa kulutustoimintaan, jossa kyseinen tuote on pääasiassa sekä valmistettu että suunniteltu saman henkilön toimesta. Käsityökuluttajia motivoi halu ilmaista itseään, ja heillä on tyypillisesti selkeä ja tietoinen identiteetti, minkä takia heillä on hyvin ominainen tapa kuluttaa. Käsityökuluttajat, niin kuin myös hitaan muodin kuluttajat ovat enemmän huolissaan massakulutuksen mahdollisista vieraannuttavista ja homogenisoivista vaikutuksista ja näkevät käsityökulutuksen sopivana tapana vastustaa massakulutusta ja sen aiheuttamia haittoja. (Campbell, 2005.)

Kun tarkastellaan hitaan muodin kuluttajaa sekä käsityökuluttajaa voidaan todeta, että nämä molemmat kuluttajaryhmät jakavat useita samankaltaisuuksia muodin kuluttamisen suhteen. Molempia ryhmiä ohjaa tarve etsiä ainutlaatuisia tuotteita ja uudenlaisia tyyliä, jotka vastaavat heidän yksilöllisiä tarpeitaan ja mieltymyksiään. Sekä hitaan muodin kuluttajat että käsityökuluttajat ovat valmiita maksamaan enemmän korkealaatuisista ja huolella harkituista vaatteista tai raaka-aineista, joita he ostavat (Campbell, 2005; Maegan & Yan, 2013.) Molemmat, sekä hitaan muodin kuluttaja että käsityökuluttaja arvostavat tuotteita, jotka heijastavat heidän omaa persoonallisuuttaan ja minäkuva. Hitaan muodin kuluttajat haluavat keskittää ostoksensa laadukkaisiin ja monikäyttöisiin vaatteisiin, kun taas käsityökuluttajat osallistuvat itse uniikkien esineiden luomiseen ilmaistakseen itseään.

Kummankin ryhmän kuluttajat ovat myös tietoisia kulutusvalinnoistaan ja pyrkivät valinnoillaan vastustamaan massakulutusta ja sen aiheuttamia haittoja ympäristölle sekä

yhteiskunnalle. Heille muoti on enemmän kuin vain trendien seuraamista; se on väline oman identiteetin ilmaisuun ja yksilöllisyyden korostamiseen. Näin ollen hitaan muodin kuluttajat ja käsityökuluttajat voivat nähdä muodin kulutuksen itseilmaisun ja vastuullisen kulutuksen välineenä.

2.3 Käsintehty muoti

Kun tarkastellaan muotia ja sen haasteita, suurin osa nykyisen järjestelmän ongelmista liittyy tuotannon ja kulutuksen mittakaavaan sekä resursseihin. Fletcherin (2008) mukaan ihmiset kuluttavat ja hävittävät vaatteita enemmän kuin koskaan aiemmin, eivätkä tuotteet onnistu heijastamaan paikallisia taitoja, materiaaleja tai mieltymyksiä. Vaikka pienten erikoisosaajien, kuten kutojien, räätälien sekä neulojien, hallitsema teollisuus oli aikoinaan vallitseva, aidosti paikallisten ja käsintehtyjen tuotteiden määrä on vähentynyt merkittävästi (Fletcher, 2008). Vaateteollisuus on muuttunut toiminnaksi, jossa trendeihin keskittyvät kuluttajat seuraavat muotitrendejä tietämättä vaatteidensa alkuperää tai tuotantoprosesseja. Sen sijaan, kun tarkastellaan käsityönä valmistettuja tuotteita, voidaan huomata, että niitä arvostetaan enemmän niiden autenttisuuden takia. Käsityöt ja neulominen toimii vastapainona massatuotannolle ja lisääntyneelle kulutukselle. (Honkaheimo & Koivunen, 2022.)

Tässä luvussa syvennytään tarkemmin neulomiseen sekä sen vastuullisuuteen. Neulominen tarkoittaa prosessia, jossa langasta luodaan neulepuikoilla tekstiilipintaa tai esineitä

(Rauhala, 2019). Neulominen on suosittu luova harrastus, jolla voidaan nähdä olevan useita merkityksiä. Näitä merkityksiä ovat muun muassa terveys ja hyvinvointi, identiteetti sekä kestävä kehitys. (Jones, 2023.) Neulomisen suosio on kasvanut viime vuosina paljon ja neulomisen voi kokea rauhoittavana, kuin myös sosiaalisena sekä yhdistävän tekijänä (Sillgren, 2022). Taitoliiton tekemän tutkimuksen (2021) mukaan lähes puolet suomalaisista kertoo tekevänsä erilaisia käsitöitä, ja luku on noussut

edellisestä tutkimuskerrasta (2018) jolloin käsittä tekevien suomalaisten osuus oli 34 % (Taitoliitto, 2021).

2.3.1 Neulomisen vastuullisuus

Neulomisella on potentiaalia edistää vastuullisuutta muodin maailmassa. Tässä kappaleessa tarkastellaan neulomisen vastuullisia näkökulmia. Tarkastellaan myös sitä, miten neulomisen voi nähdä kestäväenä vaihtoehtona massatuotannolle, ja minkälainen vaikutus sillä on ympäristöön ja ihmisiin.

Jung ja Jin (2014) ovat esittäneet hitaalle muodille viisi tärkeää elementtiä: oikeudenmukaisuus, paikallisuus, aitous, ainutlaatuisuus ja toiminnallisuus. Käsityönä tehty tuote on siis hyvinkin hitaan muodin arvojen mukainen. Käsintehty tuote on paitsi ainutlaatuinen, mutta myös paikallinen ja aito. Käsityönä tehty tuotanto on korkeasti arvostettua, sillä se edustaa vastuullisuutta, mutta myös oikeudenmukaisuutta sekä ainutlaatuisuutta, jota hitaan muodin kuluttaja arvostaa. (Maegan & Yan, 2013; Jung & Jin, 2014.) Käsityöt ja neulominen voidaan näin ollen sisällyttää osaksi vastuullista muotia. Käsintehty muoti säästää luontoa ja energiaa, sillä tuotteet tehdään käsin. Käsintehty tuote on uniikki, sillä niissä voi näkyä tekijän kädenjälki eikä niitä ole tuotettu massatuotantona. Käsintehty vaate voi vahvistaa vaatteiden arvoa ja käsityön ansiosta vaatteeseen voi syntyä suurempi kiintymys, kuin kaupasta massatuotettuna valmistettuun vaatteeseen. Käsityönä tehdyt vaatteet voivat olla myös laadultaan parempia ja vaatteeseen on helpompi lisätä uniikkeja yksityiskohtia, jotka lisäävät vaatteiden yksilöllisyyttä. (Aakko & Koskennurmi-Sivonen, 2013.)

2.3.2 Neulelangat ja niiden vastuullisuus

Neulomiseen tarvitaan neulepuikot sekä lankaa. Neulelankoja on paljon erilaisia ja langan oikeanlainen koostumus on tärkeää sekä neulomisen että lopullisen vaatteiden

käytön kannalta. Langan valintaan vaikuttaa monia eri tekijöitä, kuten lopullisen vaateen toivottu ulkonäkö ja laatu, neulemallin tyyppi sekä ohjeen neuletiheys. Langan valintansa ominaisuuksien perusteella on siis erittäin tärkeää neulomisprojektia aloittaessa. Joskus neulomiseen saatetaan myös tarvita lankasekoitusta tai useampaa kuin yhtä lankatyyppiä. (Ray, 2012.)

Neulelankoja kehrätään erilaisista luonnonkuiduista sekä synteettisistä kuiduista. Tekstiilikuitujen tuotanto kasvaa nopeaa tahtia vuosittain, yhtä lailla kuin myös vaateteollisuus ja muodin kulutus. Vuonna 2021 erilaisia tekstiilikuituja tuotettiin 112 miljoonaa tonnia ja vuonna 2022 samainen luku oli kasvanut 116 miljoonaan tonniin. Yleisimmät tekstiilikuidut maailmassa ovat polyesteri ja puuvilla. Polyesteri vastaa yli puolet (54 %) maailman tekstiilituotannosta ja puuvilla on toiseksi yleisin kuitu, sen osuus (22 %) on yli puolet pienempi kuin polyesterin. (Textile Exchange, 2023.) Kun tarkastellaan neulelankoja, niin lanka voi olla tehty joko yhdestä kuidusta tai sitten lanka voi koostua kahden tai useamman kuidun sekoituksesta. Riippuen kuidusta tai kuitujen yhdistelmästä, niillä on erilaisia ominaisuuksia, jotka vaikuttavat langan neulottavuuteen ja sen lopulliseen käyttötarkoitukseen. Ominaisuuksia, joita eri kuidut voivat antaa langalle, voivat olla esimerkiksi: lujuus, kestävyys, venyvyys, miellyttävyys iholla sekä lämmöneristys. (Ray, 2012.)

Neulelangan valinta vaikuttaa myös lopullisen neuleen vastuullisuuteen. Tämä johtuu siitä, että synteettiset kuidut voivat estää tuotteen kierrätettävyyden. Jotkin synteettiset kuidut, kuten elastaani voi tehdä tekstiilien uudelleen käytöstä ja kierrätyksestä hyvinkin hankalaa (Arjanne, 2019). Vaikka neulevaatteiden käyttöikä voikin olla hyvin pitkä, on tärkeää jo niiden valmistusvaiheessa miettiä tekstiilin elinkaari loppuun saakka vastuullisen muodin periaatteiden tavoin. Neuleprojektia suunnitellessa ja materiaalien valinnassa on siis jo mietittävä sitä, mitä neulelle voi tehdä, kun sen käyttöikä päättyy. Esimerkiksi useissa sukkalangoissa (sukkien tekoon tarkoitettu lanka) on villaan sekoitettu polyamidia, eli synteettistä kuitua. Tämä tuo lankaan kestävyttä, jotta valmis sukka kestää hankausta eikä neule mene puhki (Lankamaailma, 2024). Näin ollen

synteettinen kuitu langassa ei kerro automaattisesti sen vastuuttomuudesta, sillä siitä voi olla myös hyötyä vaatteiden elinkaarta ajatellen. Synteettinen kuitu voi auttaa neulevaatetta kestävämpään pidempään.

Luonnonkuitujen voidaan nähdä olevan vastuullisempi valinta kuin synteettisten kuitujen, sillä niiden kierrättäminen onnistuu paremmin luonnonkuitujen maatumisen ansiosta. Luonnonkuitujen, kuten puuvillan ja silkin valmistamiseen voi kuitenkin kulua suuria määriä vettä, mikä kuormittaa luontoa. Synteettisten kuitujen tuotantoon ei usein tarvita niin paljon vettä kuin luonnonkuitujen tuotantoon, mutta niiden teossa kuluu paljon enemmän energiaa. (Fletcher, 2008.) Esimerkiksi lampaanvilla on luonnonmateriaali, joka ei vaadi suurta määrää energiaa kasvaakseen ja materiaali on kierrätettävää sekä uusiutuvaa. Villa on myös kuituna hyvin kestävä ja se kestääkin käytössä useita vuosikymmeniä. (Novita, 2024.)

Useimpien tekstiilikuitujen tuotantoon liittyy kuitenkin monenlaisia ympäristö- ja sosiaalisia vaikutuksia. Tämän lisäksi synteettisten kuitujen tuotanto vaatii suuria energiamääriä, tuottaa hiilidioksidipäästöjä ja synnyttää muovijätettä. (Nayak, 2023). Kuluttajan näkökulmasta voi siis olla haastavaa löytää lankaa, jonka tietää olevan vastuullista ja ympäristöystävällistä. Läpinäkyvyys on yhtä lailla tärkeää neulomisessa, kuin myös vaateollisuudessa. Tapoja, miten löytää vastuullista lankaa on monia. Kotimainen ja lähellä tuotettu lanka vähentää sen ympäristöpäästöjä, kun sitä ei ole kuljetettu pitkiä matkoja. Langoille on myös erilaisia sertifikaatteja, joista tietää onko langan valmistuksessa pidetty huolta eläinten ja ihmisten hyvinvoinnista. Suosimalla myös luonnon mukaisia materiaaleja, kuten luomupuuvillaa tai -villaa, voi langan vastuullisuudesta olla varmempi. Langan vyötteestä saa usein tiedon siitä, onko langalla joitakin sertifikaatteja ja mistä lanka on kotoisin. (Knitting Sustainably, 2020.)

2.3.3 Neulominen ja hyvinvointia lisäävät motivaatiot

Neulomisen taustalla vaikuttavat erilaiset motivaattorit, jotka voivat ulottua esimerkiksi itseilmaisusta yhteisöllisyyteen. Tässä kappaleessa tutkitaan, mitkä tekijät innoittavat ihmisiä tarttumaan neulepuikkoihin. Neulomisen luonne on muuttunut merkittävästi siitä mitä se oli ennen. Aiemmin neulominen on ollut tärkeä ja välttämätön taito, mitä vaadittiin käytännön tarpeisiin. Kuitenkin nykyään se on muuntunut vapaaehtoiseksi ja mielihyvää tuottavaksi harrastukseksi. Nykypäivän neulojille pääasialliset motiivit liittyvät rentoutumiseen ja nautintoon, korostaen neulomisen tarjoamaa rauhaa ja mielihyvää. (Rauhala, 2019.)

Neulomisen hyödyt ovat moninaiset, ja tunnistettuja hyötyjä ovat muun muassa henkilökohtainen ja sosiaalinen hyvinvointi sekä rauhoittuminen ja stressin lievittäminen. Rileyn ja muiden tekemän tutkimuksessa (2013) tunnistettiin erilaisia hyötyjä, joita neulomisesta voi saada. Tutkimuksessa neulomisen havaittiin aiheuttavan rauhallisuuden ja rentoutumisen tunteita, ja usein neulovat kertoivat tuntevansa olonsa rauhalliseksi neulomisen jälkeen. Neulomisprosessin rytmikäs luonne liittyi rauhallisen ja rentoutuneen olotilan aikaansaamiseen ja tarjosi stressin lieventämistä suurimmalle osalle vastaajista.

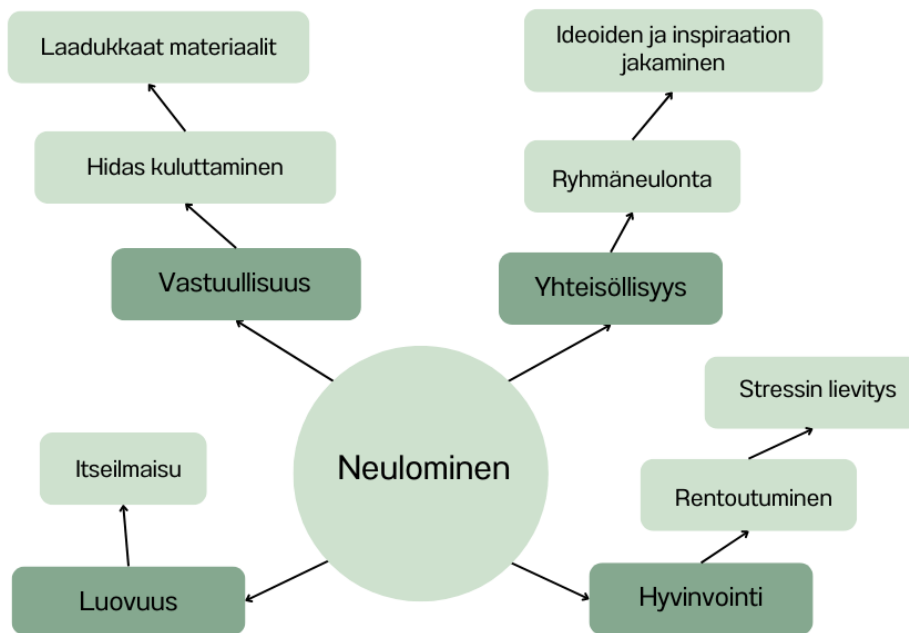
Tutkimuksen mukaan neulomisen huomattiin parantavan myös kognitiivisia taitoja, kuten matematiikkaa, suunnittelua ja organisointia, visuaalisuutta sekä tilatietoisuutta. Vastaajat kuvailivat parannuksia matemaattisissa taidoissa, suunnittelukyvyssä ja visuaalisessa/tilatietoisuudessa, jotka siirtyivät neulomisesta myös muille elämänalueille. Näiden lisäksi tunnistettu hyöty oli sosiaaliset aspektit. Vastaajat, jotka kertoivat neulovansa yhdessä, jonkinlaisen ryhmän kanssa yhdistivät neulomisen onnellisuuteen, parempiin sosiaalisiin kontakteihin ja kommunikointiin muiden kanssa. Neulominen muiden kanssa antoi vastaajille tunteen kuulumisesta joukkoon, lisäsi itseluottamusta ja helpotti ystävyysuhteiden syntymistä. Tämän lisäksi neulomisen havaittiin auttavan yksilöitä selviytymään tunteiden hallinnasta, lähestymään ongelmia rauhallisemmin ja

selviytymään stressaavista tilanteista. Se tarjosi mielekästä toimintaa vaikeina aikoina, kuten henkilökohtaisen sairauden tai kivun käsittelyssä. (Riley ja muut, 2013.)

Näiden tekijöiden lisäksi neulomisen koettiin vaikuttavan myönteisesti mielialaan, ja neulomiseen liittyi vahvoja onnellisuuden tunteita sekä mielialan paranemista. Ryhmässä neulominen oli myös yhteydessä lisääntyneeseen onnellisuuteen. Neulomisella voidaan nähdä olevan merkittäviä psykologisia ja sosiaalisia hyötyjä, jotka edistävät hyvinvointia ja elämänlaatua. On myös todettu, että neulominen voi tarjota keinon ilmaista henkilökohtaisia kykyjä, luovuutta ja kulttuuriperinteitä sekä keinon luoda sosiaalisia yhteyksiä neulontaryhmien ja virtuaaliryhmien kautta. (Riley ja muut, 2013.)

2.4 Neulomisen motivaatiot suhteessa hitaaseen muotiin

Neulominen on monipuolinen harrastus, jonka taustalla on useita erilaisia tekijöitä, jotka motivoivat neulomaan. Nämä tekijät ovat esitetty kuviossa 5 ja ne edistävät vastuullisuutta, hidasta kuluttamista, itseilmaisua, luovuutta, yhteisöllisyyttä sekä hyvinvointia.



Kuvio 5 Neulomisen motivaatiot

Neulomisen *vastuullisuus* korostuu valitsemalla kestäviä ja eettisesti tuotettuja lankoja sekä välttämällä massatuotettuja vaatteita. Itse tehdyt neuleet voivat kestää pidempään, mikä vähentää tarvetta usein vaihtuviin trendituotteisiin ja siten neulominen tukee kestävästä kulutuksesta. Itse tehdystä vaatteesta on myös vaikeampaa luopua, sillä kiintymys vaatekappaleeseen on paljon suurempi (Lee & DeLong, 2017), näin ollen neulottu vaate pysyy käytössä usein pidempään kuin kaupasta ostettu. Neulominen voidaan nähdä hitaan kuluttamisen muotona, mikä toimii vastapainona nopealle vaateteollisuudelle. Neulominen vaatii aikaa ja kärsivällisyyttä, mikä tukee *hitaan kuluttamisen* periaatetta. Prosessiin panostaminen ja vaateen tarpeen reflektointi tekevät vaatteesta arvokkaan ja usein myös aidosti tarpeellisen, vähentäen mahdollisesti samalla tarvetta pikamuodille.

Neulominen tarjoaa välineen oman persoonallisen tyylin ilmaisuun ja *luovuuteen*. Kuluttaja voi valita langat, mallit ja värit omien mieltymystensä mukaan, mikä vahvistaa henkilökohtaista ilmaisua. Näin vaatteesta voi tehdä juuri sellaisen kuin itse haluaa ja siitä saa myös mahdollisesti paremmin istuvan, kun koon ja neulemallin päättää itse

(Nykänen, 2014). Tämän lisäksi neulominen on hyvin luovaa toimintaa, jossa voi käyttää omaa luovuutta ja mielikuvitusta (Määttä, 2014). Neuloessa voi vaatetta muokata oman mielikuvituksen ja luovuuden mukaan. Neulominen tarjoaa siis mahdollisuuden kokeilla erilaisia tekniikoita ja luoda uniikkeja vaatekappaleita.

Neulomisen voidaan nähdä olevan hyvinkin *yhteisöllinen* harrastus. Neulomiseen voi liittyä usein jonkinlainen yhteisö, olipa se sitten paikallinen neulekerho tai verkossa tai sosiaalisessa mediassa jaetuista malleista ja ideoista koostuva virtuaaliyhteisö.

Tällainen yhteenkuuluvuus tarjoaa mahdollisuuden jakaa kokemuksia, saada inspiraatiota ja oppia uusia taitoja yhdessä muiden kanssa. (Mayne, 2016.) Niin kuin Rileyn ja muiden tutkimus (2013) osoitti, neulominen voi toimia stressinlievittäjänä ja mielen rauhoittajana. Toistuva liike ja keskittyminen neulomiseen voivat edistää mielen *hyvinvointia* ja luoda tilan rentoutumiselle. Valmiin tuotoksen näkeminen voi tuottaa tyydytystä ja ylpeyttä omasta käsityöstä.

Kun tarkastellaan neulomista hitaan muodin liikkeen osana, on mahdollista nähdä, että neulominen sopii hyvin osaksi hitaan muodin liikettä, tuoden mukanaan arvoja ja periaatteita, jotka korostavat vastuullisuutta, harkittua kulutusta sekä yhteisöllisyyttä. Neulomisen rooli hitaan muodin ilmiössä on monitahoinen ja sillä on selkeä mahdollisuus tukea hitaan muodin peruseriaatteita. Vastuullisuus näkyy neulomisessa valintojen kautta, kuten eettisesti tuotettujen lankojen käyttämisessä ja pikamuodin välttämässä. Neulojat pyrkivät luomaan kestäviä vaatteita, jotka kestävät aikaa sekä muotimaailman nopeitempöisiä vaihtuvuuksia. Tämän lisäksi neulominen tukee harkittua kulutusta. (Clark, 2008). Neulojat sijoittavat aikaa ja vaivaa jokaiseen neuleeseen, mikä kannustaa pohtimaan tarkasti omia tarpeita ja hankintoja. Prosessin hidastaminen korostaa kestävien ja pitkäikäisten vaatteiden merkitystä, välttämällä heräteostosten ongelmaa.

Yhteen vetona voidaan todeta, että nämä kaikki asiat ovat tekijöitä, jotka voivat motivoida henkilöä neulomaan. Neulominen edistää henkilökohtaista hyvinvointia

tarjoamalla mahdollisuuden luovaan tekemiseen ja stressinlievitykseen. Yhteisöllisyys harrastuksessa ja sen tuoma ilo voivat innostaa neulomaan. Tämän lisäksi neulominen hitaan muodin periaatteen mukaisesti korostaa läpinäkyvyyttä vaatteisiin ja niiden valmistusprosessiin sekä vaatteidentekijöiden (eli tässä tilanteessa neulojien) hyvinvointia. Näiden asioiden perusteella voidaan todeta, että neulominen ei ainoastaan ole rentouttava harrastus, vaan sen avulla on mahdollisuus olla mukana hitaan muodin liikkeessä. Se heijastaa vastuullisuutta, harkittua kulutusta, yhteisöllisyyttä ja hyvinvointia. Nämä eri tekijät voivat innostaa uuden tai vanhan neulojan neulomaan. Nämä motivaattorit yhdessä tekevät neulomisesta monipuolisen ja palkitsevan harrastuksen, mikä ulottuu pelkästä käsityöstä aina vastuulliseen ja tietoiseen kulutukseen sekä yhteisöllisyyteen.

Neulomisen motivaattoreita käsitellään tarkemmin luvussa 4, jossa pureudutaan tutkimuksen haastatteluista esiin nousseisiin motivaatiotekijöihin. Seuraavassa luvussa tarkastellaan tutkimuksen metodologisia valintoja tarkemmin.

3 Metodologia

Tässä pääluvussa tutustutaan tutkimuksen metodologisiin päätöksiin. Tämä tutkielma on kvalitatiivinen eli laadullinen tutkielma ja tutkielmassa on käytetty laadulliselle tutkimukselle tyypillisiä tutkimus- ja analyysimetodeja. Tässä luvussa tarkastellaan tutkimuksessa käytettyjä laadullisen tutkimuksen ominaisuuksia ja avataan yleisellä tasolla laadullisen tutkimuksen ominaispiirteitä. Laadullisen tutkimuksen keskeisten piirteiden tunnistaminen auttaa syventämään ymmärrystä tämän tutkimuksen metodologisista valinnoista. Tämän lisäksi luvussa syvennyttään tutkimuksen lähestymistapaan, joka on hermeneuttinen tutkimusote. Sen jälkeen tarkastellaan vielä tutkimuksen aineistonhankintamenetelmää, joka on teemahaastattelu.

3.1 Laadullinen tutkimus

Tutkimus toteutetaan laadullisena tutkimuksena. Laadullinen tutkimus on sopiva valinta tähän tutkimukseen, sillä se soveltuu hyvin tutkimaan kuluttajien kokemuksia ja mielikuvia. Laadullisessa tutkimuksessa pyritään hahmottamaan tutkimuskohteena oleva ilmiö tutkittavien yksilöiden perspektiivistä. Tutkimus keskittyy tutkittavien henkilöiden kokemuksiin, ajatuksiin, tunteisiin ja niihin merkityksiin, jotka he liittävät tutkimuskohteena olevaan ilmiöön. Laadullisen tutkimuksen piirteisiin kuuluu, että tutkimuksessa otetaan huomioon myös se, että ihmiset hahmottavat asioita niiden välisten suhteiden, yksityiskohtien ja kokonaisuuksien välillä, korostaen niiden keskinäistä vuorovaikutusta ja merkitystä. (Puusa & Juuti, 2020, kappale 1 & 2.) Tämä tutkimus pyrkii ymmärtämään kuluttajien kokemaa merkitystä koskien vastuullista muotia ja neulomista. Tarkoituksena on hankkia ymmärrystä siitä, kokevatko kuluttajat neulomisen osaksi vastuullista muotia ja motivoiko vastuullisuus heitä tekemään vaatteita itse neulomalla.

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään hermeneuttista lähestymistapaa. Hermeneuttinen lähestymistapa tutkimuksessa painottaa tekstin ja ilmiöiden syvällistä tulkintaa.

Hermeneutiikka keskittyy ymmärtämiseen ja tulkitsemiseen, pureutuen ilmiöiden merkityksiin ja tulkintojen mahdollisiin sääntöihin ja teorioihin. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, luku 1.3.3.) Tutkimus keskittyy kuluttajien omiin kokemuksiin ja havaintoihin ja tutkimuksessa pyritään ymmärtämään näitä kokemuksia ja niiden merkityksiä. Rennien (2012) mukaan, hermeneuttisessa tutkimusotteessa keskeisenä osana on hermeneuttinen kehä, mikä tarkoittaa prosessia jossa tulkittavaa aineistoa tarkastellaan vuoropuhelun kautta. Tämä tarkoittaa sitä, että tulkittavaa aineistoa, eli tässä tapauksessa haastatteluista litteroitua ja teemoiteltua tekstiä luetaan toistuvasti uudelleen ja jokainen lukukerta syventää aineiston ymmärrystä. Hermeneuttisessa lähestymistavassa keskeistä on myös esiymmärrys. Se viittaa siihen, ettei ymmärtäminen ala tyhjästä, vaan se rakentuu jo olemassa olevan käsityksen mukaan ja muokkautuu aineiston tulkinnan edetessä (Tuomi & Sarajärvi, 2009, s.35). Näin ollen hermeneuttinen lähestymistapa sopii tähän tutkimukseen, sillä tutkimusote tarjoaa syvällisen ja monipuolisen näkökulman ilmiöiden tutkimiseen.

3.2 Teemahaastattelu aineiston hankintamenetelmänä

Kun tutkimuksen lähestymistapa on hermeneuttinen, voidaan tutkimuksen aineisto kerätä esimerkiksi haastattelun avulla (Rouhiainen, 2024). Tämän tutkielman aineisto hankittiin haastatteluiden avulla. Aineisto kerättiin haastattelemalla kahdeksaa suomalaista henkilöä, jotka ovat neuloneet tai virkanneet itselleen vaatteita tai asusteita. Tuomen ja Sarajärven (2018) mukaan, kun tutkimuksen aineistonkeruussa käytetään eliittiotantaa, valitaan tutkimukseen mukaan vain sellaisia henkilöitä, joiden uskotaan tietävän tutkittavasta ilmiöstä. Osallistujia etsiessä käytettiin eliittiotantaa, sillä haastatteluihin haluttiin vain sellaisia henkilöitä, jotka ovat joskus neuloneet. Kaikki haastatteluihin osallistuneet henkilöt olivat naisia. Osallistujien ikäjakauma oli 24–62 vuotta ja osallistujien joukossa oli opiskelijoita, työssäkäyviä ja myös yksi eläkkeellä oleva henkilö. Haastatteluiden osallistujat kerättiin tutkijan omasta verkostosta mukavuusotannalla. Kaikki haastateltavat ovat harrastaneet neulomista jo jonkin aikaa. Osa on neulonut jo useita vuosikymmeniä ja osa haastateltavista on innostunut

neulomaan korona pandemian aikana ja neulonut näin ollen muutaman vuoden ajan aktiivisesti.

Taulukko 2 Haastateltavien taustatiedot

Haastateltava	Sukupuoli	Ikä	Status	Neulonut
H1	Nainen	25	Työssäkäyvä opiskelija	Neulonut alakoulusta lähtien, korona herätti kiinnostuksen uudelleen
H2	Nainen	24	Opiskelija	Aloitti neulomisen n. 2 vuotta sitten ystävän innoittamana.
H3	Nainen	25	Työssäkäyvä opiskelija	Neulonut pienestä pitäen, mutta neulonut enemmän viime vuosien aikana.
H4	Nainen	56	Työssäkäyvä	Neulonut nuorena enemmän ja korona aikana innostus neulomiseen heräsi uudelleen
H5	Nainen	24	Opiskelija	Neulonut alle vuoden, taidot oppinut kuitenkin alakoulusta
H6	Nainen	62	Eläkeläinen	Neulonut niin kauan kuin muistaa
H7	Nainen	26	Työssäkäyvä	Aloitti neulomisen pari vuotta sitten sosiaalisen median inspiroimana
H8	Nainen	25	Työssäkäyvä	Neulonut pienestä pitäen

Käytetty haastattelumuoto oli teemahaastattelu, joka on puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Teemahaastattelussa käytetään etukäteen valittuja teemoja ja haastatteluissa esitetään kaikille haastateltaville samoja kysymyksiä näistä ennalta määritellyistä teemoista. Kysymykset ja teemat ovat suunniteltu niin, että ne pohjautuvat tiiviisti tutkimuksen aiheeseen sekä sen teoriaan. Tämä varmistaa sen, että haastattelut pitäytyvät tutkimukselle mielenkiintoisissa aihealueissa. Valitun haastattelumuodon eli teemahaastattelun etuna on sen joustavuus. Teemahaastattelu mahdollistaa sen, että kysymyksiä voidaan tarkentaa haastateltavien vastauksien perusteella kesken haastattelun. Tämä mahdollistaa syvällisemmän ymmärryksen haastateltavien näkemyksistä ja kokemuksista. (Tuomi & Sarajärvi, 2018, luku 3.1.1.) Teemahaastattelussa huomioidaan se, että haastateltavien tulkinnat ja heidän kokemat

merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa ja ovat keskeisiä aineiston hankinnassa (Hirsjärvi & Hurme, 2001). Näin ollen teemahaastattelu tukee myös hermeneuttisen tutkimuksen tavoitteita ymmärtää haastateltavien kokemuksia ja näkemyksiä tarkemmin.

Taulukko 3 Haastattelut

Haastateltava	Ajankohta	Kesto
H1	2.4.2024	32 min
H2	3.4.2024	19 min
H3	6.4.2024	29 min
H4	7.4.2024	19 min
H5	8.4.2024	25 min
H6	10.5.2024	24 min
H7	10.5.2024	18 min
H8	10.5.2024	24 min

Toteutuneiden haastatteluiden kesto vaihteli 18 minuutista 32 minuuttiin. Kaikki haastattelut suoritettiin Helsingissä, huhtikuun ja toukokuun aikana, vuonna 2024. Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin haastattelukohtaisesti. Litteroitua aineistoa tuli yhteensä 48 sivua. Kaikki haastattelut etenivät haastattelurungon (liite 1) ja sen teemojen mukaisesti. Haastattelut aloitettiin tarkastelemalla sitä, mitä haastateltavalla oli puikoilla juuri nyt, jos henkilöllä oli kesken jokin neuletyö. Osa haastateltavista myös neuloi haastattelun aikana. Lähes kaikilla haastateltavista oli tällä hetkellä kesken jokin neuletyö, puikoilla oli neulehuiveja, balaclava-huppu sekä neulepuseroita. Tällä tavoin haastattelussa kuljetettiin ajatukset suoraan neulomiseen ja keskustelunavaus tarjosi hyvän näkökulman haastateltavien nykyisiin projekteihin sekä heidän neulomisharrastuksensa aktiivisuuteen.

3.3 Aineiston analyysi sisällönanalyysin keinoin

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineiston analysointi on vahvasti yhteydessä aineiston hankintaan. Laadullisessa tutkimuksessa tutkija on tutkimusinstrumentti, jonka takia aineiston analysointi alkaa jo aineiston hankintavaiheessa. Aineiston analyysillä on tarkoitus tulkita sekä ymmärtää hankittua aineistoa ja tutkittavaa ilmiötä. (Puusa & Juuti, 2020, kappale 4.) Tässä tutkimuksessa aineistoa analysoidaan sisällönanalyysin keinoin. Sisällönanalyysi tarkoittaa erilaisten kuultujen, kirjoitettujen sekä nähtyjen aineistojen analyysiä. Sisällönanalyysi koostuu monesta vaiheesta, joita ovat analysoitavan aiheen määrittäminen, aineiston läpikäyminen, olennaisten asioiden tiivistäminen, luokittelu, teemoittelu sekä tulkinta. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.) Tämän tutkimuksen sisällönanalyysin analyysimuotona on teoriaohjaava analyysi. Teoriaohjaavassa analyysissä aikaisemmalla tiedolla on vaikutus analyysiin, mutta se ei kuitenkaan ole teoriaa testaava (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4). Tuomen ja Sarajärven (2018) mukaan, teoriaohjaavan analyysin päättely logiikka on usein abduktiivinen päättely. Tässä tutkimuksessa päättelylogiikkana käytetään abduktiivista päättelyä, jossa yhdistellään sekä vaihdellaan aineistolähtöistä sekä teorialähtöistä analyysiä (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4).

Aineiston analysointi alkoi haastattelujen huolellisella kuuntelemisella ja litteroinnilla, eli haastattelujen sanatarkalla aukikirjoittamisella. Tämän jälkeen haastattelut luettiin läpi yksi kerrallaan ja niiden sisältöön perehdyttiin huolella. Sitten aineistosta tunnistettiin sellaiset kohdat, jotka eivät ole tutkimusta varten olennaisia eli aineistoa pelkistettiin. Samalla merkittiin myös tutkimuksen kannalta kiinnostavat asiat ja haastatteluissa mahdollisesti toistuneet tai toisistaan merkittävästi eronneet aiheet ja ilmaisut. Tämän jälkeen tutkimuksen aineistosta pyrittiin tunnistamaan olennaiset neulomiseen ja vastuulliseen muotiin liittyvät aiheet teemoittelun avulla. Teemoittelu tarkoittaa sitä, että aineistoa pyritään ryhmittelemään aineiston erilaisten aihepiirien mukaisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018). Teemat, joita tutkimuksen aineistosta nousi esiin, olivat yhteydessä haastattelurunkoon ja siinä asetettuihin teemoihin. Esiin nousi neljä erilaista teemaa, joiden mukaan aineistoa lopulta analysoitiin. Nämä teemat olivat hidas muoti neulovan

kuluttajan näkökulmasta, motivaatiot sekä haasteet neulomisen taustalla ja neulominen vastuullisen kuluttamisen muotona. Tämän lisäksi neulomisen motivaatioista nousi esiin kolme pääteemaa, jotka olivat vastuullisuus, luovuus ja hyvinvointi. Näitä eri teemoja ja aineistosta esiin nousseita ilmiöitä tarkastellaan luvussa neljä.

3.4 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkimuksen luotettavuus on keskeinen tekijä laadullisen tutkimuksen arvioinnissa, ja tutkimuksen luotettavuuden arviointiin on mahdollista käyttää useita eri kriteereitä. Erikssonin ja Kovalaisen (2016, s. 308) mukaan, nämä kriteerit ovat luotettavuus (dependability), siirrettävyys (transferability), uskottavuus (credibility) sekä vahvistettavuus (conformability). Nämä neljä kriteeriä ovat laadulliselle tutkimukselle sopivat keskeiset kriteerit, joiden kautta tämän tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan tässä kappaleessa tarkemmin.

Luotettavuus tarkoittaa tutkimusprosessin johdonmukaisuutta, jäljitettävyyttä ja loogisuutta. Tämä varmistaa sen, että tutkimusta varten tehdyt tutkimustoimet ovat dokumentoituja ja niitä on mahdollista seurata loogisesti. (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 308.) Tämä tutkimus on pyritty rakentamaan johdonmukaisesti, jotta tutkimuksen kulkua olisi mahdollisimman helppo seurata. Tutkimus pyrkii olemaan johdonmukainen johdannosta lopputuloksiin saakka. Tutkimuksen alussa kerrotaan tutkimuksen tarkoitus, tavoitteet sekä rakenne mahdollisimman selkeästi ja kerrotaan, mikä on tutkimuksessa käytetty tutkimusmenetelmä. Tutkimuksen luotettavuutta tukee myös tutkimuksen teoria luku, jossa on käytetty tieteellisiä ja monipuolisia lähteitä. Tutkimuksen aineiston hankinta on dokumentoitu metodologia luvussa, jossa kerrotaan aineiston hankinnasta ja haastateltavista. Aineiston analysointi on pyritty tekemään loogisesti ja selkeästi sisällön analyysin keinoin. Otsikointi ja kappaleiden rakenne on tehty niin, että tutkimus kulkee eteenpäin johdonmukaisesti ja tutkimus etenee selkeästi ottaen huomioon tutkimukselle olennaiset teemat. Luotettavuutta varten tutkimuksen haastattelut ja litteroitu teksti ovat tallennettu.

Siirrettävyys kertoo tutkimuksen tulosten sovellettavuudesta eri konteksteissa. Siirrettävyyden ansiosta tutkimuksen tulokset ovat vertailtavissa ja sovellettavissa muihin tutkimuksiin. Tutkimuksen siirrettävyys perustuu siihen, että tutkimuksessa kuvaillaan tutkimuskohde, tutkimusmenetelmät ja tutkimuksen olosuhteet yksityiskohtaisesti. (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 308.) Tässä tutkimuksessa siirrettävyys varmistettiin kuvailemalla tutkimuskohde sekä tutkimusmenetelmät hyvin tarkasti. Tutkimuksesta saadun aineiston tulokset yhdistettiin tutkimuksen teoriaan ja aiempiin tutkimuksiin. Tutkimuksen haastattelurunko luotiin tutkimuksen teorian pohjalta ja tämän lisäksi haastatteluiden tulokset analysoitiin yhdessä teorian ja tutkimuksen teemojen kanssa. Näiden eri tekijöiden avulla tutkimuksen siirrettävyyttä pyrittiin varmistamaan.

Uskottavuus keskittyy siihen, kuinka hyvin tutkija on perehtynyt aiheeseensa. Uskottavuudella viitataan siihen, kuinka hyvin tutkija perustelee omat väitteensä ja tutkimuksen tulokset. (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 308.) Tämän tutkimuksen uskottavuuden varmistamiseksi tutkimuksen aiheeseen on perehdytty tarkasti. Erilaisiin lähteisiin, kuten aiheesta löytyvään aiempaan teoriaan ja tutkimuksiin on tutustuttu huolella, niin tutkimuksen aikana kuin myös jo ennen tutkimuksen aloittamista. Lähteiden valinnassa on myös käytetty huolellisuutta, mikä tukee tutkimuksen uskottavuutta. Lopulta tutkimusten lopputuloksiin on yhdistetty nämä aiemmista lähdemateriaaleista sekä tutkimuksen haastatteluista saadut tulokset, ja huomattu niissä yhteneväisyyksiä, mikä lisää tutkimuksen uskottavuutta. *Haasteena* tutkimuksen uskottavuudessa on se, että haastattelujen lyhyt kesto on saattanut olla esteenä syvällisemmille sekä monimuotoisemmille näkökulmille ja niiden esiin tulolle.

Vahvistettavuus kuvaa tutkimuksen objektiivisuutta ja sitä, että tutkimuksesta saadut tulokset perustuvat tutkimuksen aineiston tuloksiin eikä tutkijan subjektiivisiin tulkintoihin. Vahvistettavuus viittaa myös siihen, että tutkimuksen tulokset ovat esitetty tutkimuksessa niin, että ne ovat selkeästi ymmärrettävissä. (Eriksson & Kovalainen, 2016,

s. 308.) Tutkimuksen vahvistettavuutta on pyritty varmistamaan, sillä että tutkimuksen analyysi ja sen tulokset on esitetty selkeästi tutkimuksessa. Tämän lisäksi aineiston analysointi luvussa esitetyt haastattelulainaukset tukevat tutkimuksen vahvistettavuutta ja perustelevat avoimesti niistä tehtyjä päätelmiä.

Tutkimuksen *eettisyys* on myös tärkeä osa tutkimuksen kriittistä arviointia. Tämän tutkimuksen eettisyydestä on huolehdittu sillä, että tutkimuksen haastatteluihin osallistuneille henkilöille on korostettu haastattelun vapaaehtoisuutta sekä suostumuksen tärkeyttä. Tutkimuksen eettisyyteen liittyy vahvasti se, että siihen osallistuvat ovat vapaaehtoisia ja suostuneita haastatteluun (Eriksson & Kovalainen, 2016, s. 64). Tutkimukseen osallistuneille henkilöille tarjottiin mahdollisuutta anonyymiin osallistumiseen ja heidän henkilökohtaiset tiedot on suojattu. Tästä syystä aineistossa viitataan osallistuneisiin haastateltaviin nimimerkeillä H1-H8. Tutkimuksessa on käytetty myös hyvää tieteellistä käytäntöä. Tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että tutkimuksessa on noudatettu rehellisyyttä ja yleistä huolellisuutta sekä tutkimuksen suunnitelma, toteutus sekä raportointi on tehty tieteellisin keinoin ja yksityiskohtaisesti (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 5.3).

Tutkimuksen luotettavuutta sekä eettisyyttä on pyritty siis tarkistamaan monin erilaisin keinoin tutkimuksen kaikissa eri vaiheissa. Tutkimuksesta on pyritty tekemään mahdollisimman selkeä ja looginen, jotta sitä on mielekästä lukea. Tutkimusprosessi on dokumentoitu ja esitelty selkeästi, jonka lisäksi lukijaa on pyritty johdattelemaan aihe-alueesta seuraavaan johdonmukaisesti. Tutkimuksessa hyödynnetyt lähteet ovat pyritty valitsemaan erityisellä huolellisuudella, mikä vaikuttaa positiivisesti sen luotettavuuteen. Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttavia haasteita ovat haastatteluiden suhteellisen lyhyt kesto, mikä on saattanut rajoittaa kattavien ja syvällisten vastausten saantia, sekä mahdollisesti estänyt tiettyjen aihealueiden perusteellisen käsittelyn.

4 Neuloen vastuullista muotia

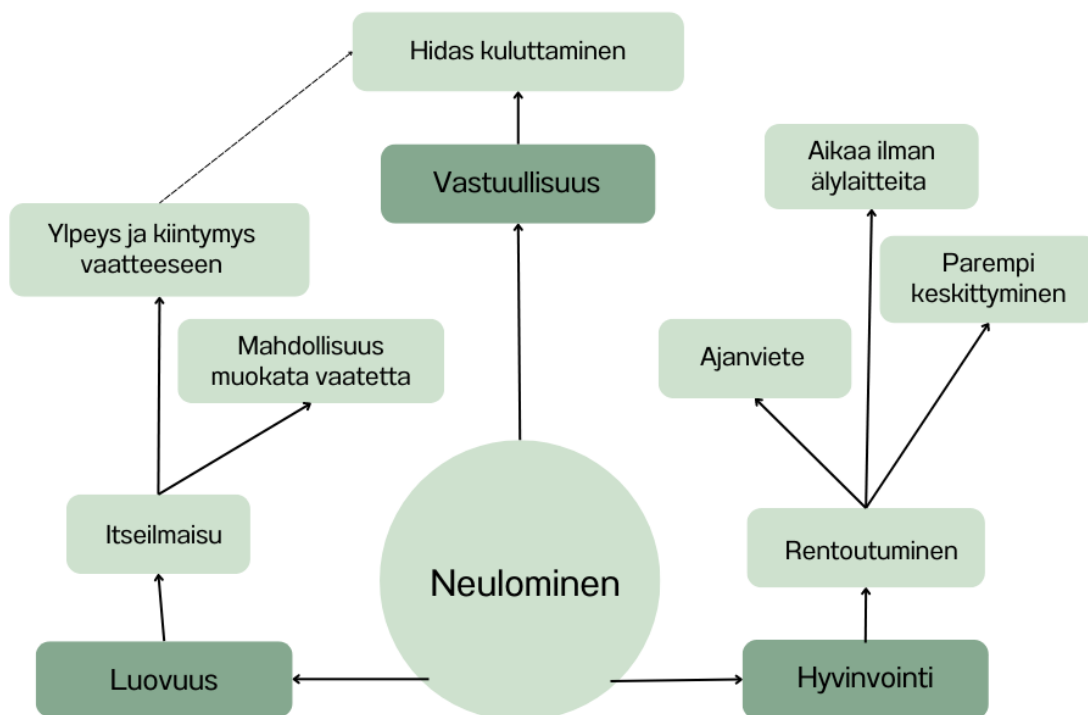
Tämä luku on tutkimuksen empiirinen osa. Luvussa analysoidaan haastatteluiden avulla kerätty tutkimusaineisto ja esitellään keskeiset tutkimustulokset. Tutkimustulokset ovat jaettu neljään päälukuun teemahaastattelun sekä tutkimustuloksista tunnistettujen teemojen mukaan. Luku vastaa tutkimuksen toiseen tavoitteeseen, joka on analysoida erilaisia motivaatiotekijöitä, jotka motivoivat ihmisiä neulomaan. Luvussa vastataan myös tutkimuksen kolmanteen tavoitteeseen, joka on selvittää, miten hidas muoti ja vastuullinen muoti näkyvät osana neulomisen motivaattoreita.

4.1 Neulomista edistävät motivaatiot

Tutkimuksen toisena tavoitteena on tunnistaa erilaisia tekijöitä, jotka motivoivat ihmisiä neulomaan. Haastateltavilla oli erilaisia syitä, jotka motivoivat heitä neulomaan itselleen vaatteita. Haastatteluissa nousi esiin kolme toistuvaa teemaa, jotka liittyivät neulomisen motivaattoreihin (kuvio 6). Nämä teemat olivat *luovuus*, *hyvinvointi* ja *vastuullisuus*. Näihin teemoihin liittyi erilaisia motivaatioita kuin myös neulomista haastavia tekijöitä. Haasteisiin keskitytään tarkemmin tämän luvun jälkeen.

Moni haastateltavista korosti itseilmaisun ja luovuuden merkitystä neulomisessa ja sitä, kuinka neulominen tarjoaa mahdollisuuden luoda ainutlaatuisia vaatteita, joista voi kokea suurta ylpeyttä. Se, että vaatteesta saa tehtyä juuri sellaisen kuin itse haluaa, koettiin myös tärkeäksi.

*”Se, että sä voit sitten saada ihan semmoista vaatetta tai asustetta tai mitä ikinä sä itse haluat. Ja sitten varmaan tietysti se **ylpeys**, että sitten kun sä saat jonkun asian valmiiksi, niin se on oikeasti sun itse tekemä ja siihen kokee semmoista tietynlaista **kiintymystä**, tai kun että minä olen itse tehnyt tämän, niin onhan se ihan eri asia kuin että sen on ostanut valmiina kaupasta.” (H1)*



Kuvio 6 Neulomista motivoivat teemat ja tekijät

Korona-pandemian aikana käsityöt ja neulominen nousivat suurempaan suosioon kuin aiemmin, ja juuri neulomisen suosio kasvoi hurjasti (Saarinen, 2021). Myös haastatteluista käy selkeästi ilmi, että monelle haastateltavalle korona-aika on ollut kimmoke aloittaa neulominen ensimmäistä kertaa tai aloittaa neulominen uudelleen vuosien tauon jälkeen. Myös perheenjäsenten ja ystävien neulominen sekä sosiaalisessa mediassa nähdyt neuletyöt ovat toimineet inspiraation lähteenä, mikä on inspiroinut neulomaan.

"Niinku no korona aikana varmaan tietysti kaikilla oli aikaa aloittaa tämmöisiä erilaisia projekteja ja sitten mä vähän ehkä mun siskon influenssoimana, kun näin että hän teki kaikenlaisia, hienoja erilaisia neule- ja virkkaustöitä ja kaikkea muuta. Niin mä ajattelin, että pitäisikö munkin testata." (H1)

"Ehkä nyt viime aikoina, niin kyllä varmaan korona oli se, joka laukaisi tämän minun neulonta-innostuksen uudestaan. En usko, että olen sitä ennen neulonut muuta kuin pakolla koulussa." (H4)

Haastatteluiden edetessä pystyi huomata, kuinka tärkeä osa neulominen oli haastateltavien arjessa ja miten se yhdisti heidät luovaan itseilmaisuuksiin sekä tarjosi keinoja muun muassa *rentoutumiseen* ja mukavaan *ajanvietteeseen*. Kysyttäessä syitä neulomiselle, olivat useimmat vastaukset erittäin positiivisia:

*“Pidän neulomisesta paljon. Se on mun mielestä tosi **rentouttavaa**. Se on ajanviete.”* (H3)

*“Se (neulominen) on sitten vähän semmoista niinku **itsensä toteuttamista ja viihdyttämistä**.”* (H1)

Se, että neulominen koetaan rentouttavana ja mukavana ajanvietteenä on positiivinen asia, joka linkittyy neulomisen *hyvinvointia* nostattaviin vaikutuksiin. Osa haastateltavista tunnisti, että neulominen ja käsillä tekeminen auttaa heitä myös keskittymään paremmin joissain tilanteissa:

*“Ja mä ehkä pystyn jopa **keskittymään** paremmin joihinkin asioihin ja kun mä niinku neulon tai virkkaan samalla.”* (H8)

Esille nousi myös se, että kun tekee vaatteen itse, niin sitä voi muokata juuri *itselle sopivaksi*, tämä oli yksi motivaattori itselle vaatteiden neulomiseen. Myöskin se, että itsetehdyn vaatteiden käyttämisen koettiin tuovan *iloa*, oli asia, josta monet haastateltavat mainitsivat. Se että vaate on itselle juuri sopiva, tekee vaatteesta paitsi mukavamman käyttää, mutta myös antaa vaatteelle henkilökohtaista lisäarvoa. Kun vaatteen suunnittelee sekä tekee juuri itselleen, nostaa se vaatteiden emotionaalista arvoa.

“Se, että siitä tulee semmoinen mukava olo, kun on saanut jotain valmiiksi ja sitä voi sitten käyttää ja sitten sitä saa kehuja niin se on mukavaa.” (H5)

*“Niin kun kaupasta ei löytynyt sopivaa, niin päätin tehdä itse **itselleni sopivan**, koska neulomalla saa tehtyä just sellaisen, kun itse haluaa. Ja se neule on ollut*

ihan mun suosikki, koska sain itse valita sen värin ja mallin, niin huomaa kyllä että sille on ollut käyttöä.” (H8)

Haastateltavat mainitsivat neulomisen olevan rentouttavaa ja tarjoavan tavan irtautua arjesta. Joillekin haastateltavista neulominen on myös tapa viettää aikaa. Haastateltavat kuvailivat syitä neulomiselle esimerkiksi näin:

”Ihan tällaisen ajankuluksi, tällä hetkellä on enemmän aikaa iltaisin, niin sitä neulomista voi sitten tehdä, vaikka televisiota katsoessa.” (H4)

”Se (neulominen) on mukava harrastus, että sitä voi tehdä aikalailta rennolla mielellä samalla kun katsoo jotain hömppäsarjaa, niin senkin takia se on mukavaa.” (H5)

Osa haastateltavista kertoi, että innostui neulomisesta erityisesti sen takia, että silloin ei tarvitse käyttää puhelinta. Neulomisen avulla pääsee irtautumaan netistä ja sosiaalisesta mediasta. Tämä voi olla todella hyödyllinen ja hyvinvointia parantava, nykyaikaisessa yhteiskunnassa, missä älylaitteet ja nopeatempoinen elämäntyyli ovat arkipäivää. Näin ollen neulominen voi tarjota hetken arjessa ilman digitaalisia ärsykeitä.

”Just korona aikana Instagramissa oli tosi paljon kaikkia neulomisjuttuja. Niin se ja sitten kun sitä mainostettiin, että se on tällaista niin kuin ”ruutuvapaata” harrastamista tai ettei tarvitse katsoa nettiä tai puhelinta niin se innosti minua.” (H7)

”Ja sitten se, että se on yksi hetki arjesta, kun sä keskityt johonkin joka ei ole vaikka netissä, että sä vähän irtaudut maailmasta.” (H3)

Osalle haastateltavista ympäristö- ja vastuullisuustekijät olivat sellaisia asioita, jotka voivat motivoida heitä neulomaan. Eettiset näkökohdat, kuten halu tukea kestävämpää ja vastuullisempaa kuluttamista, olivat joillekin asia, mitä he miettivät päätettäessään

neuloa. Neulominen antaa mahdollisuuden kontrolloida vaatteen valmistusprosessia alusta loppuun saakka. Tämä oli motivoiva tekijä heille, jotka ovat huolissaan vaateteollisuuden vaikutuksista ympäristöön ja erityisesti vaateteollisuuden työolosuhteista.

*“Kun tekee jotain itse, niin siinä on iso kynnys heittää sitä pois tai olla käyttämättä sitä, kun siihen on laittanut paljon aikaa. Myöskin kun tekee jotain itse, niin yleensä haluaa tehdä jotain **ajatonta** ja **kestävää**, eikä hetkellistä trendi tuotetta.” (H1)*

“Usein tosi kivoja villapaitoja löytyy vaikka pikamuotikaupoista, jotka on edullisempia. Sitten jos haluaa kivan ja vastuullisen neuleen, niin ne saattaa maksaa monta sataa euroa. Mut mä en sitten kuitenkaan ole valmis maksamaan montaa sata euroa vastuullisesta villapaidasta tai tälleen eettisesti tuotetusta villapaidasta. Mut mä en myöskään ole valmis ostamaan pikamuoti-yrityksiltä villapaitaa, niin sitten mä oon tällöin mieluummin tehnyt sen itse.” (H3)

Suurin osa vastaajista olivat joskus päättäneet tehdä jonkin vaatteen itse, sen sijaan että olisivat ostaneet sen kaupasta. Osalla vastaajista tämä oli yleisempää kuin toisilla ja osa oli tehnyt suurempia, kun taas osa vain hieman pienempiä käsityöprojekteja. Tekijät, jotka motivoivat haastateltavia neulomaan itse, vaatteen hankkimisen sijaan oli monenlaisia. Monessa vastauksessa toistuva teema oli nimenomaan se, että neulominen antaa mahdollisuuden tehdä jotakin *uniikkia* ja sellaista, joka vastaa heidän omaa tyyliään sekä mieltymyksiään. Ainutlaatuisen vaatteen tekeminen ja se, ettei sellaista voi ostaa kaupasta oli tekijä, joka motivoi neulomaan itse.

“Olen nähnyt kivan neuleen somessa ja ajatellut että sellaisen haluan. Sitten olen miettinyt, että voisin itse tehdä sellaisen ja sitten kun on löytänyt siihen myös ohjeen, se on sitten motivoinut, että voin hyvin tehdä sen itse.” (H2)

Useampi haastateltava mainitsi, että sosiaalisessa mediassa tai kaupassa nähdyt kivat neulotut tuotteet olivat sytyttäneet motivaation tehdä jonkin vaatekappaleen itse

neulomalla. Jotkut kokivat, että he saattoivat tehdä neulomalla *halvemman* sekä *vastuullisemman* tuotteen kuin kaupasta löytyvän. Haastateltavat perustelivat itsetekemisen hyötyjä muun muassa näin:

*"No villapaitoja pyrin aina tekemään itse, koska kaupoissa ne on kuitenkin aika kalliita, mutta itse tehtynä vaikka se ei ole ilmaista niin se on kuitenkin **edullisempää** tehdä itse villapaita ja saat luultavasti myös **laadukkaamman** ja **kestävemmän** tuotteen tehtyä." (H3)*

*"Kyllä varmaan myös se **hinta**, että jos mä olisin halunnut semmoisen samanlaisen neuleen, niin ehkä semmoisen olisi voinut löytää, jos olisi niinku ihan etsimällä alkanut etsimään. Mutta sitten siitä olisi saattanut joutua maksamaan aika paljon. Ja uskon, että se neule itsetehtynä saattoi olla loppujen lopuksi halvempi kuin kaupasta ostettuna tai ainakin **vastuullisempi** kuin pikamuotikaupasta ostettu" (H8)*

Haastateltavien vastauksista oli löydettävissä useita samanlaisia motivaatioita, mitä oli tunnistettu jo teorialuvussa (ks. kuvio 5). Tällaisia motivaatioita olivat esimerkiksi rentoutuminen, luovuus ja itseilmaisuus sekä vastuullisuus. Suurimpana erona haastattelutuloksissa oli se, ettei haastatteluissa noussut esiin neulomisen yhteisöllisyys neulomisen motivaationa. Uusia motivaatioita tähän tutkimukseen, joita tuli haastatteluista ilmi, olivat muun muassa parempi keskittymiskyky sekä aika ilman älylaitteita tai nettiä.

4.2 Neulomista haastavat tekijät

Kysyttäessä neulomiseen ja vaatteiden itse tekemiseen liittyvistä haasteista haastateltavat nostivat esiin muun muassa ajan, osaamisen ja taidon puutteen sekä resurssit. Useat vastaajista kokivat, että neulomiseen kuluu paljon aikaa, joka voi johtaa motivaation katoamiseen projektin aikana tai neuletyön kesken jäämiseen. Koska vaatteen itse neulomisen prosessi voi olla hidas sekä työläs, voi neulominen koetella kärsivällisyyttä varsinkin, jos samantyyllisen vaatteen voisi ostaa kaupasta.

"Haasteena no varmaan tuo aika. Mun motivaatio saattaa kadota, jos siinä kestää tosi kauan. Esimerkiksi se kestää, kun jumittuu paikoilleen. Tai mä muistan kans sen villapaidan kanssa, että jos tuli joku semmoinen hankala kohta, missä mä en ihan ymmärtänyt sitä ohjetta, niin se saattaa helposti jäädä jumittaa sitten siihen vaiheeseen." (H1)

"Se miten pitkään siinä menee. Etenkin kun en ole hirveän nopea, niin se odotusaika on kyllä huomattavasti pidempi kuin versus että kävelisi kauppaan ja ostaisi sen tuotteen minkä haluaa, niin sen saisi samantien. Mutta kun päättää alkaa neuloa jotain, niin se on pitkä prosessi, että saa odottaa sitä hetkeä että pystyy pukemaan tän uuden vaatteen päälle." (H2)

Haaste, jonka monet haastateltavista tunnistivat, oli myös osaaminen. Jos neuletyössä ilmenee jokin ongelma, saattaa se hidastaa vaatteiden valmistumista, jos työ jää ns. jumittamaan. Ylipäätään erilaiset tekniset haasteet ja taitojen puute oli toinen teema, jonka useampi haastateltava mainitsi, kun heiltä kysyttiin neulomisen haasteista. Eräs haastateltavista kuvaili vaikeuksia neulomisessa näin:

"Ehkä just se oma osaaminen, että voi olla jossain että, mä en välttämättä osaa jotain asiaa tehdä loppuun tai aloittaa, niin se on voinut olla sitten siinä se suurin haaste, tekninen haaste." (H4)

Yksi haastateltava mainitsi haasteeksi myös resurssit. Haastateltava koki, ettei hänellä ole aina riittävästi resursseja hankkia tarvittavia materiaaleja. Hän myös koki, että laadukkaiden tarvikkeiden korkea hinta voi olla este isompien projektien neulomiselle.

"Että kun neulomisessa ainakin omasta mielestä laatu yleensä ratkaisee tai että enemmän ostaa laatua kuin halpaa. Niin tarvikkeiden hankkiminen voi olla kallista ja neulomisessa langat ovat jonkin verran kalliita. Eli jos mitään isompaa haluaa neuloa näin opiskelijana, niin on haasteeksi muodostunut sitten esimerkiksi toi hinta ja että onko ollut resursseja hankkia." (H5)

Vaikka kaikilla haastateltavista oli joitakin haasteita, ei kukaan kokenut niitä liian haitallisiksi, vaan haasteiden kautta nähtiin myös pääsevän lopputulokseen, vaikka kysymällä apua tekniseen haasteeseen tai tutkimalla tutoriaali-videoita, jos osaaminen ei riittänyt johonkin tiettyyn asiaan. Aikaa koskevaan haasteeseen voi nähdä erilaisia mahdollisia ratkaisuja. Esimerkiksi kun katsotaan aiemmin tutkimuksessa esiteltyjä motivaatioita neulomisen taustalla, voi hyvinvointiin liittyvillä motivaatioilla perustella neulomista ja sille ajan raivaamista arjesta. Kulutamme suuren ajan aikaa verkossa ja älylaitteilla, jolloin hyvin pätevä syy neuloa voisikin olla juuri se, että saa aikaa ilman älylaitteita. Myöskin neulomisen hyvinvointia edistävät puolet voivat motivoida kuluttajaa löytämään enemmän aikaa neulomiselle.

4.3 Hidas muoti neulovan kuluttajan näkökulmasta

Suurin osa haastateltavista on kuullut hitaan muodin ilmiöstä jossain yhteydessä. Yksi haastateltava kertoi, ettei ollut kuullut kyseisestä ilmiöstä, mutta oli kuullut Slow Food-liikkeestä. Ne, joille hitaan muodin ilmiö oli tuttu, ymmärsivät sen yleensä vastakohtana pikamuodille ja kestävämpien kulutusvalintojen edistäjänä vaateteollisuuden alalla. Haastateltavat, jotka olivat kuulleet hitaasta muodista, olivat törmänneet aiheeseen ystävien välisissä keskusteluissa, lehti-jutuissa sekä sosiaalisessa mediassa. Hitaaseen muotiin suhtaudutaan pääosin myönteisesti. Haastateltavat pitivät sitä hyvänä asiana, mutta sen ymmärtäminen ja käytännön toteutus koettiin hieman haasteelliseksi. Se, että mistä tietää jonkin vaatemerkin tai vaateen olevan vastuullinen, koettiin hankalana tai siihen luottaminen, että onko jokin vaate tehty varmasti eettisesti ja vastuullisesti, silloin kun niin väitetään.

”Sitä on vielä vähän hankala ymmärtää ja semmoinen vaatii vielä vähän omaa perehtymistä ja se, että onko nyt jonkun vastuullisen merkin t-paita oikeasti parempi ja vastuullisempi kuin jotkut muut? Mulla ehkä vielä herää kuitenkin vähän jotain epäluottamuskohtia niissä, että mihin voi oikeasti luottaa vastuullisessa muodissa, kun tuntuu että kaikki sitä yrittää olla ja tehdä.” (H1)

Suurin osa haastateltavista pyrkii kuluttamaan vaatteita vastuullisemmin, ostamalla käytettyjä tai kierrätettyjä vaatteita, ostamalla vain tarpeeseen ja ostamaan sellaisia vaatteita, jotka kestävät mahdollisimman pitkään. Näin ollen suurin osa haastateltavista pyrkii olemaan kuluttajina vastuullisia, joskin tunnistavat myös sen, etteivät aina täysin vastuullisesti kulutakaan.

”Mä pyrin ostamaan paljon käytettynä. Oikeastaan niinku kaiken mahdollisen. Toki kaikkea ei nyt voi ostaa ja mä pyrin tekemään vaatteita, jotka kestää tai niin kun hankkimaan vaatteita, jotka kestää aikaa.” (H3)

Osa vastaajista kertoi ostavansa vaatteita, mikäli ne ovat halpoja ja tarjoukset ovat houkuttelevia. Enemmistö haastateltavista kertoi käyvänsä kirpputoreilla, pyrkien ostamaan vaatteita myös käytettynä.

”Mulla on jotain laadukkaita asioita, jotka kestävät äidiltä tyttärelle, mutta muuten olen valitettavasti aika tarjoushaukka. Että jos halvalla saa, niin sitten mä ehkä ostan ja myönnän kyllä, että sitten se ei välttämättä olekaan kauhean pitkäkestoinen vaate. Mutta sitten pyrin myymään vaatteet, joita en käytä kirpputorilla ja ostan myös vaatteita käytettynä kirpputoreilta.” (H4)

Haastatteluista käy ilmi, että vastuullisuus vaikuttaa merkittävästi vastaajien vaateostoksiin. Myös se, että uusi vaate sopii jo vaatekaapista löytyviin vaatteisiin ja asuihin, oli joillekin haastateltavista sellainen asia, jota he miettivät ostopäätöstä tehdessään. Tämä kertoo siitä, että kuluttaja pyrkii ostamaan vain tarpeellisia vaatteita tai juuri sellaisia, joille varmasti tulee käyttöä. Kysyttäessä millaiset tekijät vaikuttavat ostopäätökseen vaatetta ostaessa, yksi haastateltavista vastasi kysymykseen näin:

”Se, että sopiiko se jo olemassa olevaan vaatekaappiin. Että ei pidä ostaa vaatetta joka ei sitten sovi muiden vaatteiden kanssa mitkä ovat jo olemassa.” (H5)

Jotkut haastateltavista kertoivat, että ostavat hyvin vähän vaatteita. Joko siksi että vaatteiden ostaminen tai muoti ei oikeastaan kiinnosta tai myös sen takia, että vanhat vaatteet eivät ole kuluneet ja uusille vaatteille on harvoin tarvetta. Tämä voidaan nähdä hyvinkin vastuullisena kuluttamisena. Hitaan muodin mukaisesti tärkeää on siirtää kulutustottumuksia määrästä laatuun (Vehmas ja muut, 2018) ja mikäli tarvetta vaatteelle ei ole, on varmasti erittäin vastuullinen teko olla ostamatta lisää vaatteita.

"Mä ostan suhteellisen vähän vaatteita kyllä. Mun on vähän vaikea heittää niitä pois, jos ne ei nyt ole mennyt niinku suoranaisesti rikki tai siis mennyt niinku käyttökelvottomiksi kulahtaneita." (H6)

"No mä ostan ehkä ylipäänsä aika vähän vaatteita. Mä en ole mikään ihan hirveän, niin kun muodista kiinnostunut ja en mä tiedä, mä ostan ehkä joku 5-10 vaatekappaletta vuodessa." (H7)

Monet haastateltavista kertoivat pyrkivänsä välttämään ostoksia pikamuoti-liikkeistä, joko ostamalla vaatteet käytettynä, tekemällä ne itse tai ostamalla sellaisia vaatteita, jotka olisivat mahdollisimman vastuullisia tai ainakin läpinäkyviä tuotantoprosesseistaan.

"Ehkä just se, että ei tarvitse ostaa vaatteita semmoisista pikamuotikaupoista tai muista vastaavanlaisista, vaan sitten sen voi tehdä itse ja sitten sen tietää, että miten se on valmistettu ja missä ja voi valita siihen esim. vastuulliset materiaalit." (H8)

Nämä kaikki heijastavat hitaan muodin periaatteita. Nämä teemat vahvistavat kuvaa siitä, että hidas muoti ei ole ainoastaan trendi, vaan se voi olla myös syvempi muutos kuluttajien asenteissa ja käyttäytymisessä.

4.4 Neulominen vastuullisen kuluttamisen muotona

Tässä kappaleessa vastataan tutkimuksen kolmanteen tavoitteeseen, joka on tarkastella, miten vastuullisuus ja hidas muoti näyttäytyvät osana neulomista ja sen motivaatioita. Tähän tavoitteeseen pyritään vastaamaan tarkastelemalla sitä, millaisia tuntemuksia ja merkityksiä itsetehdyt vaatteet herättävät kuluttajissa.

4.4.1 Itsetehtyjen vaatteiden vastuullisuusmerkitykset

Kaikki haastateltavat omistivat itse tekemiään sekä jonkun muun tekemiä, käsintehtyjä vaatteita. Itsetehdyillä vaatteilla oli selkeästi todella korkea tunnearvo, riippumatta siitä oliko vaate itse vai jonkun läheisen tekemä.

“Koska itse tekemisen taito on sellainen mitä sä et voi ostaa ja tunnearvoa ei voi myöskään mitata rahassa. Se on tosi eri asia, vaikka sitten käyttää kuolleen isovanhemman tekemää villapaitaa. Koska siinä on niin merkittävä tunnearvo.” (H3)

“Kuitenkin niiden eteen on nähnyt paljon enemmän vaivaa. Jep kuin se, että mä menen kauppaan ostamaan. Ja sitten toisaalta ne on kuitenkin ainutlaatuisia, että niitä harvemmin tulee vastaan samanlaista.” (H6)

Se, että jokainen haastateltavista omistaa itsetehtyjä vaatteita ja arvostaa niitä, osoittaa kyseisten kuluttajien kiinnostuksesta käsityöhön kuin myös vastuullisuuteen, sillä itsetehdyistä vaatteista pidetään hyvää huolta niiden korkean arvostuksen takia. Usea vastaaja koki että, itsetehdyillä vaatteilla on suuri tunnearvo ja moni vastaaja kertoi kokevansa itse tekemistään vaatteista suurta ylpeyttä.

*“On niihin kyllä ihan selkeä **tunneseide**. Vaikka mä kokisin että tekemäni vaate on vähän ruma tai siinä on joku pieni juttu mikä olisi epäonnistunut, niin se ei niin edes haittaa mua, koska se on mun mielestä niin paljon hienompi jo pelkästään sen takia, että se on mun itse tekemä.” (H2)*

”No ylpeyttä kyllä, että olen saanut tällöisen aikaiseksi ja ehkä haluaa sitten ainakin toivoa, että tämä kyseinen, vaikka pipo ei häviä että se pysyy tallessa, kun se on itse tehty.” (H4)

Kun vastaajat vertasivat itse tekemiään ja kaupasta ostettuja vaatteita, niin suurin osa haastateltavista koki, että itsetehdyillä vaatteilla oli suurempi *arvo* sekä *tunneside*. Selkeä, toistuva perustelu itsetehdyn vaatteen tunnearvolle oli se, että itsetehdyistä vaatteesta olisi *vaikea luopua*. Ja vaikka vaatteessa olisi jotain vikoja tai vaikka se olisi jopa hieman ruma, niin siitä luopuminen tuntui silti vaikealta. Näin ollen itsetehdyn vaatteen kierto ei ole kovin nopea, toisin kuin vaikka pikamuoti vaatteen. Itsetehdyistä vaatteista pidetään parempaa huolta ja niiden ei toivota katoavan, sillä samanlaista ei voi ostaa kaupasta uudelleen vaan vaate on työn tuotoksen takana. Aakon ja Koskennurmi-Sivosen (2013) mukaan vaatteen elinkaarta voi pidentää merkittävästi sen käyttövaiheessa, pitämällä siitä hyvää huolta ja pesemällä niitä harvemmin. Haastattelutuloksista nousi esiin, että osa haastateltavista pesee itsetehtyjä tuotteita tarkemmin ja harvemmin:

”Mä pesen niitä paljon tarkemmin. Saatan pestä käsin mitä mä en tee vaikka kaupasta ostetuille vaatteille. Mä myös käytän niitä varovaisemmin.” (H3)

”Kyllä niistä pitää niinku paremmin huolta, kuin kaupasta ostetuista tai ainakaan ehkä ei pese niitä mitenkään liikaa, jos niitä voi pestä tai sitten just vaan tuulettaa niitä tai muuta vastaavaa.” (H8)

Tämä viittaa siihen, että itsetehdyistä vaatteesta huolehditaan niin, että se voi johtaa tuotteen elinkaaren pidentymiseen.

Vastaajilla oli erilaisia näkemyksiä siitä, voiko itsetehty vaate olla verrattavissa kaupasta ostettuun. Useat haastateltavat sanoivat, että itsetehdyt vaatteet ja kaupasta ostetut voivat olla verrattavissa. Verrattavuus voitiin nähdä kuitenkin hieman eri tavoin. Yksi haastateltavista painotti, että verrattavuus riippuu siitä mitä verrataan. Mikäli verrataan niiden käytännöllisyyttä ja ulkonäköä, niin vaatteet ovat verrattavissa, mutta mikäli

verrataan vaikka vaatteiden vastuullisuutta toisiinsa, niin silloin kaupasta ostettua ja itsetehtyä vaatetta ei nähty verrattavina tuotteina:

”Ei ehkä verrattavissa siinä, että tota käsintehdyt on varmasti tai voi olla vaikka parempilaatuisia tai sitten ne voi olla just vaikka vastuullisempia kuin kaupoista ostettu vaate, niin sitten siinä suhteessa ei välttämättä ole verrattavissa. Mutta siinä suhteessa, että ihan yhtä lailla kaupasta ostettu paita ja itse tehty paita voi olla täysin niinku yhtä hienoja.” (H8)

Erona kaupasta saatavalla- ja itsetehdyllä vaatteella nähtiin *ainutlaatuinen arvostus*, jota tuntee itsetehtyä kohtaan. Osa vastaajista näkivät kuitenkin, että myös hyvin kalliilla esimerkiksi jollakin merkkivaatteella voi olla samanlainen arvostus.

*”Kyllä, ehdottomasti. Ulkonäkö, materiaalit ovat verrattavissa. Ainoa mikä eroaa, on sitten se **arvostus**, mikä on käsittehtyä vaatetta kohtaan. Vaikka voi sitten myös varmaan arvostaa kaupan kallista villapaitaa, yhtälailla.” (H1)*

Itsetehtyjen vaatteiden funktionaalisuus koettiin paremmaksi, kuin kaupasta ostettujen, sillä itsetehdyt vaatteet on useimmiten tehty omiin mittoihin, niin että se istuu hyvin. Myöskin se, että itse tehdyssä vaatteessa voi tuoda esiin omaa persoonallisuutta eritavalla kuin kaupasta ostetussa tuotteessa.

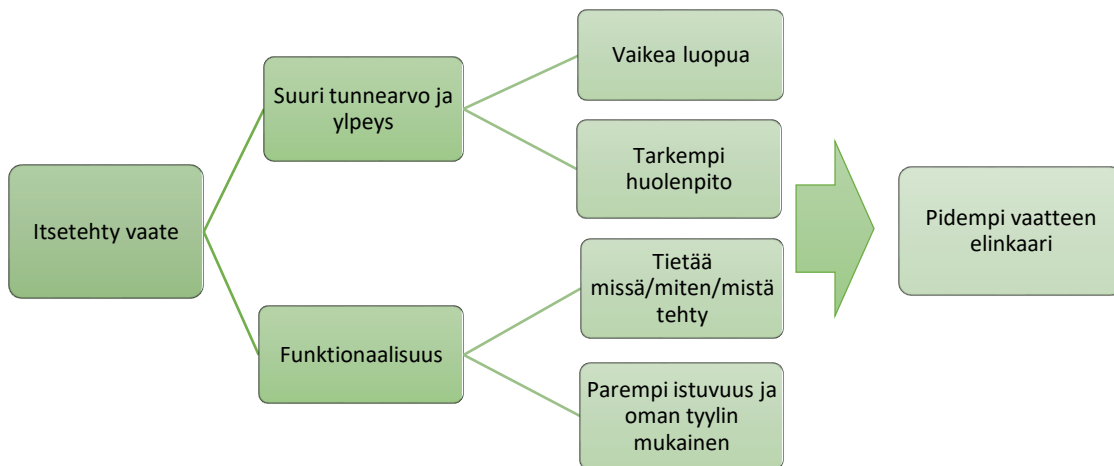
”Yleensä itsetehdyissä vaatteissa näkyy, että ne on mitoitettu paremmin ja ne on ehkä paremmin mietitty, että funktionaalisuus saattaa olla parempi. Sitten se niinku tuo just sitä persoonaa ehkä enemmän esiin verrattuna kaupassa ostetussa vaatteista, mutta ehkä juurikin se mitta, mitoitus on parempi itse tehdyissä niissä niin kun on ehkä se eniten tulee tässä mieleen.” (H5)

Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että kaupan vaatteet ja itse tehdyt vaatteet eivät ole verrannollisia. Syy siihen oli se, että kaupasta ostetun vaatteen alkuperää on vaikea tietää täydellä varmuudella, kun vaatteen tekee itse, tietää miten se on tehty ja missä.

*“Ei. Tai siinä mielessä, että molemmat on vaatteita. Se, että toisen vaateen sä oot tehnyt itse ja vaate, joka on ostettu kaupasta, sä et tiedä sen alkuperää ja et tiedä kuka sitä on tehnyt tai niitä olosuhteita missä se vaate on valmistettu. Sitten kun sulla on vaate, jonka oot tehnyt itse niin sulla on ensinnäkin se tunneside siihen vaatteeseen ja sitten voit kantaa vaatteista jopa sellaista pientä ylpeyttä, että tää on mun itse tekemä. Niin kyllä niinku koen, että semmoinen itsetehty tai käsityönä tehty vaatekappale on **arvokkaampi** kuin massatuotannosta tuleva Zaran toppi.” (H2)*

Itsetehdyillä vaatteella koetaan olevan useita erilaisia etuja, jotka vaikuttavat sen vastuullisuuteen ja käyttöön (kuvio 7). Leen ja DeLongin (2017) tutkimuksen mukaan, itsetehdyt vaatteet voivat olla pitkäikäisempiä kuin kaupasta ostetut, sillä itsetehdyillä tuotteilla on usein korkeampi tunnearvo kuin kaupasta ostetuilla. Tämän tutkimuksen haastatteluista saatujen vastausten perusteella voidaan tulla samaan lopputulokseen, sillä usea vastaaja perusteli itsetehdyn vaateen kestävyyttä juurikin sen *tunnearvolla* sekä *merkityksellisyydellä*.

*“Niihin (itsetehtyihin vaatteisiin) on varmaan lähtökohtaisesti suurempi **tunnearvo**, koska joku muu - mahdollisesti joku oma läheinen on ne sulle tehnyt. Niihin liittyy myös ehkä semmoista ylpeyttä, että jos joku vaikka kehuu mulle tehtyä itse tehtyä laukkua niin mä voin sanoa, että mun sisko on tehnyt tän. Ja just sitä tunnearvoa, että ei niitä halua niinku liata tai hukata tai rikkoa tai tälleen kun tietää just, että toinen ihminen on siihen laittanut aikaa niin semmoinen suurempi arvostus varmasti kuin montaa muuta, vaikka vastaavaa vaatetta kohtaan.” (H1)*



Kuvio 7 Itsetehdyn vaatteiden vastuullisuutta tukevat edut

Itsetehdyn vaatteiden elinkaaren pituuteen voi vaikuttaa monet eri tekijät. Niin kuin aiemmin on mainittu, on tunnearvo ja ylpeys sellaisia tekijöitä, joiden ansiosta vaatteiden elinkaari voi kestää kauemmin. Vaatteesta pidetään tarkemmin huolta ja siitä ei myöskään luovuta helpolla. Toinen asia, joka vaikuttaa itsetehdyn vaatteiden mahdollisesti pidempään elinkaareen on sen funktionaalisuus. Tehdessä vaatteiden itse, voi kuluttaja päättää minkä kokoinen vaatteesta tulee ja vaatteesta voi tehdä itselleen juuri oikean kokoinen. Vaatteeseen voi tällöin myös valita itselle mieluisat materiaalit ja tehdä tuotteen ulkonäöstä sellaisen, mikä sopii omaan tyyliin. Tämän lisäksi itsetekemisen etuna on se, että vaatteiden tuotantoprosessin kulun tietää paremmin. Kuluttaja voi valita tuotteeseen vastuulliset ja kestävätkin materiaalit ja tehdessä vaatteiden itse, ei tarvitse huolehtia mahdollisista epäeettisistä työoloista. Yhdessä nämä tekijät luovat mahdollisuuden pidemmälle vaatteiden elinkaarelle. Pitkä vaatteiden elinkaari ja sen edistäminen mahdollisuuksien mukaisesti on hitaan ja vastuullisen muodin periaatteiden mukaista (Niinimäki, 2013).

4.4.2 Neulontaharrastuksen rooli vastuullisen kuluttamisen edistämässä

Monet haastateltavista tunnistivat myös muutoksen, joka on tapahtunut heidän ostokäyttäytymisessä neulomisen myötä. Haastateltavat kertoivat, että neulominen on vaikuttanut siihen, miten he suhtautuvat vaatteiden kulutukseen, lisäten arvostusta vaateen valmistusprosessia kohtaan. Monet huomauttivat, että neulomisen myötä he ovat tulleet tietoisemmiksi vaatteiden ostopäätöksistään ja suosivat laadukkaampia tai kestävämpiä vaihtoehtoja.

”Osaa ehkä arvostaa enemmän ja ymmärtää paremmin vaikka käsityön hinnan. Ja tiedostaa sen työn, mikä laadukkaan tuotteen takana pitäisi olla. Niin sitten semmoinen pikamuotiin suhtautuminen on ehkä vähän kriittisempää, koska tiedostaa sen, ettei minkään pitäisi tulla ehkä niin halvalla ja siinä on joku epämääräinen syy, että miksi se sitten on niin halpa.” (H3)

”Mutta nyt kun on tehnyt vaatteita itse, niin sitten sitä ehkä miettii enemmän, että mistä materiaalista itse haluaa tehdä vaateen ja mistä materiaaleista suostuisi sitten ostamaan vaateen.” (H8)

Useat haastateltavista tunnistivat omasta ajatteluprosessista sen, että jos näkee jotakin kivaa neulottua esimerkiksi vaatekaupassa, niin saattaa ajatella, että ehkä tämän voisi tehdä itse. Varsinkin sellaisissa tilanteissa kun on mahdollista välttää pikamuodin ostamista, niin itsetekeminen tuntuu vaihtoehtona hyvältä.

”No jos näkee jonkun neulotun pipon ja ajattelee että ehkä voin itse tehdä itselleni tuollaisen enkä osta sitä uutena, vaan sitten teen ehkä itse sen. Sama jonkun kaulaliinan tai muiden neulottujen vaatteiden kanssa.” (H5)

Neulomisen kautta monet kokevat pystyvänsä edistämään vastuullista muotia. Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että neulomalla voi tehdä vastuullista muotia. Tätä perusteltiin sillä, että itsetehtyjen vaatteiden elinkaari on usein pidempi ja valmistusprosessin hallitseminen mahdollistaa kestävämmät valinnat, kuten

vastuullisten materiaalien valinnan. Kuitenkin juuri se, että neulomiseen valitsee kestäviä materiaaleja, on tärkeää.

*”Just se, että siinä ei ole myöskään sitä mahdollisesti epäeettistä työvoimaa takana. Sitten varmaan myös se **elinkaari**, että jos johonkin laittaa enemmän aikaa niin sä todennäköisesti ehkä myös säilytät ja käytät sitä pidempään kuin jotain halpaa, minkä sä oot ostanut kaupasta.” (H1)*

*”Mutta koen, että neulominen vaatii ihmiseltä enemmän aikaa ja panosta ja ennen kaikkea **halua**. Niin ehdottomasti koen että se on paljon **vastuullisempi** valinta, jos päätät että no hei, mä en ostakaan nyt tätä huivia vaan nyt mä teen tän huivin itse.” (H2)*

Haastateltavilta kysyttiin myös siitä millaisia lankoja he käyttävät neulomiseen ja useimmilla vastaajista langan valintaan vaikuttaa *materiaalin laatu* ja *langan koostumus*. Monille vastaajille myös langan *ulkonäkö* sekä *värivalikoima* olivat valintaan vaikuttavia tekijöitä. Myös neuleohjeen suosittelema lanka oli monelle langanvalintaan vaikuttava asia. Esiin nousi myös kotimaisuus sekä vastuullisuus langan valinnassa.

”Olen valinnut langat yleensä niiden materiaalien perusteella. Kyllä sit tietenkin vähän kanssa niiden ulkonäön perusteella, että miltä se tulee näyttämään, että onko se semmoinen pehmeä, mistä ei niin näy ne neulontakuviot vai sitten onko se semmoinen mikä taas puolestaan korostaa sitä neulosta.” (H2)

”Olen käyttänyt Novitan lankoja, kun se on suomalaista ja hyväksi todettua. Kun vähän sijoittaa hyvään lankaan niin se on mukavampi se itse prosessi ja lanka kestää paremmin ja väritkin näyttävät nätimmältä, kun on kunnolla värjätty.” (H5)

Nämä erilaiset kriteerit langan valinnassa kertovat syvemmästä halusta tehdä tietoisia sekä kestäviä valintoja, jotka ovat sopusoinnussa hitaan muodin periaatteiden kanssa. Tekemällä vaateen itse pystyy vaikuttamaan niin materiaalien valintaan kuin myös vaateen valmistusprosessiin. Useat haastateltavat korostivat sitä, että itse tekemällä voi varmistua siitä, että vaatteita ei ole valmistettu epäeettisissä työolosuhteissa, mikä tukee

hitaan muodin periaatetta. Itse neulotun vaatteen vastuullisuus ei rajoitu pelkästään sen pitkäikäisyyteen, vaan se ulottuu myös neulomisessa käytettyjen materiaalien alkuperään. Monet haastateltavista toivat esille sen, että vaikka itse valmistamisen kautta voi välttää epäeettisen työvoiman käytön itse vaatteiden valmistuksessa, on materiaalien, kuten lankojen, tuotantoprosessin vastuullisuuden varmistaminen haasteellista. Tämä korostaa tarvetta läpinäkyvyydelle ja luotettavalle tiedolle materiaalien alkuperästä, jotta neulominen voisi todella olla kestävän kehityksen mukaista.

“Varmasti siihen paljon vaikuttaa sitten se mitä ei ehkä itse ajattele ainakaan niin paljon, eli se että mistä ne langat tulee. Niin mikä on niiden lankojen tuotantoprosessi ja kuinka vastuullinen se on, mutta silti. Kyllähän siinä varmasti jää jo paljon eri turhia vaiheita pois, mitkä tuo päästöjä. Sanotaan vaikka kaikki kuljetukset. Totta kai lankoja pitää kuljettaa, mut on siinä varmasti pienempi kuljetusketju kuin, että niitä vaatteita pitää kuljettaa toiselta puolelta maapalloa.” (H1)

“No siinä on ehkä tämmöinen just, että tietää ainakin, että missä ne (itsetehdyt vaatteet) on niinku tehty. Jos pystyy jotenkin edes ajattelemaan, että mistä ne alkuperäiset langat tulee, mutta harvemmin ne tulee mistään tämmöisestä niinku massateollisuus hommasta kuitenkaan. Että on itsetekeminen ainakin sen verran vastuullisempaa, kuin että se vaate olisi lapsityövoimalla tehty jossain tuolla niin ties missä pimeessä tehdas halleissa.” (H6)

Näiden teemojen perusteella voidaan todeta, että itsetehdyn vaatteiden elinkaari voi mahdollisesti olla pidempi kuin kaupasta ostetun. Itsetehtyä vaatekappaletta pidetään suuremmassa arvossa kuin kaupasta ostettua ja siitä voidaan kokea jopa ylpeyttä. Nämä ovat tekijöitä, jotka motivoivat vaatteiden käyttäjää pitämään vaatekappaleesta parempaa huolta ja vaatteesta luovutaan myös korkeammalla kynnyksellä. Näin ollen vaatteiden elinkaari voi olla huomattavasti pidempi kuin kaupasta ostetun, johon ei ole suurta tunnearvoa ja jonka pois heittäminen ei tunnu vaikealta. Myöskin se, että itse tehdyn vaatteiden tuotantoprosessiin pystyy vaikuttamaan, oli toistuva teema haastattelujen vastauksissa. Se, että tietää miten vaate on tehty, vaikuttaa vahvasti sen vastuullisuuteen.

Lisäksi se, että vaatteiden istuvuuteen ja ulkonäköön voi vaikuttaa, oli motivoiva tekijä neulomisen taustalla.

4.5 Yhteenveto

Hidas muoti pyrkii edistämään hitaampaa tuotantoa, reiluja työoloja, maltillista kulutusta sekä vaatteiden elinkaaren pidentämistä. Hitaan muodin periaatteiden mukaan vaatteiden pitäisi olla tuote, jota arvostetaan ja jolla on merkitys sen käyttäjälle. Se kannustaa kuluttajia hankkimaan vaatteita, jotka ovat laadukkaita ja pitkäkestoisia. (Vehmas ja muut, 2018.) Nämä ovat kaikki sellaisia teemoja, jotka tulivat esille haastatteluissa. Neulomisen myötä, kuluttajat kokivat pohtivansa vaateostoksiaan yhä tarkemmin heijastaen maltillisempaa kuluttamista. Kuluttajat kertoivat myös miettivänsä tarkkaan vaatteiden tarpeellisuutta sekä sitä, että onko kaupasta löytyvä vaate voitu tehdä vastuullisesti, mikäli sen hinta on alhainen. Tekemällä vaatteiden itse, kuluttajat kokivat vaatteiden olevan vastuullinen, sillä tiesivät miten se on valmistettu.

Itse tehtyihin vaatteisiin liittyy vahva tunneside ja niiden arvo on selkeästi korkeampi, kuin kaupasta ostettujen vaatteiden. Tämä tukee hitaan muodin peruseriaatteita, jossa pyritään pidentämään vaatteiden elinkaarta tuottamalla korkealaatuisia vaatteita, joilla on myös suuri henkilökohtainen arvo (Ozdamar Ertekin & Atik, 2015). Itse tehdyt vaatteet nähdään kestävämpinä ja niiden ulkonäkö ja materiaalit ovat paremmin mietittyjä, kun ne on tehty alusta saakka itse. Useat haastateltavista kertoivat, että neulomisen myötä he olivat tulleet tietoisemmiksi vaatteiden kulutuksesta ja suosivat kestävämpiä vaihtoehtoja ymmärtäessään vaatteiden tuotantoprosessin paremmin.

Neulomisen motiiveina korostuivat luovuus ja mahdollisuus luoda ainutlaatuisia vaatteita. Haastatteluista kävi ilmi, että itseilmaisuuksensa toteuttamisen luovat keinot ovat tärkeä osa käsityön ja neulomisen harrastuksessa (Rauhala, 2019). Monet kertoivat myös neulomisen rentouttavasta vaikutuksesta. Neulomisella on todettu olevan monia hyvinvointia nostattavia vaikutuksia ja sen koetaan rentouttavan ja

vähentävän stressiä (Riley ja muut, 2013). Vastuullisuus ja eettiset tekijät olivat monille haastateltavista tärkeitä tekijöitä neulomisessa, sillä neulominen mahdollisti vaatteiden valmistusprosessiin vaikuttamisen. Tämä antoi heille mahdollisuuden valita vastuullisia materiaaleja, välttää massatuotantoa ja vähentää ympäristövaikutuksia.

5 Johtopäätökset

Tässä luvussa käydään läpi tutkimuksen keskeiset tulokset ja johtopäätökset sekä vastataan tutkimuksen tarkoitukseen sen kolmen tavoitteen kautta. Tämän lisäksi käydään läpi tutkimuksen mahdollisia rajoitteita ja jatkotutkimusehdotuksia.

5.1 Keskeiset tulokset

Tämän tutkimuksen tarkoituksena on ymmärtää, kuinka neulominen kytkeytyy osaksi hitaan muodin ilmiötä. Tutkimus pyrkii vastaamaan tähän tarkoitukseen aiempien tutkimusten ja tutkimusta varten tehdyn laadullisen haastattelututkimuksen avulla. Tutkielman tarkoitusta tuki kolme tutkimuksen tavoitetta. Tutkimuksen ensimmäisenä tavoitteena oli luoda *teoreettinen ymmärrys hitaan muodin ilmiöstä vastuullisen muodin kontekstissa*. Ensimmäiseen tavoitteeseen vastattiin luvussa 2. Tätä tavoitetta varten tutkittiin aiempia tutkimuksia ja artikkeleita aiheesta, jonka pohjalta luotiin teoria, joka selventää hitaan muodin roolia ja sen merkitystä vastuullisen kuluttamisen osana.

Toisena tavoitteena oli tutkia tekijöitä, jotka motivoivat ihmisiä neulomaan. Tämän tavoitteen kautta tutkimus syvensi ymmärrystä siitä, *millaiset motivaatiot vaikuttavat kuluttajien päätökseen valita neulominen vaatteiden ostamisen sijasta*. Tähän tavoitteeseen vastattiin tutkimuksen analyysi luvussa (luku 4) tutkimuksen haastattelututkimuksen aineiston pohjalta. Haastatteluista saadun aineiston perusteella motivaatiot jakoutuivat kolmeen eri teemaan. Nämä teemat olivat luovuus, hyvinvointi ja vastuullisuus. *Luovuus* ja itseilmaisuu neulomisessa koettiin tärkeäksi motivoivaksi tekijäksi. Se, että vaatteesta saa tehtyä oman näköisen ja ainutlaatuisen vaikuttivat positiivisesti kuluttajien valintaan tehdä vaatteita itse neulomalla. Myös se, että vaatteesta voi tuntea ylpeyttä motivoi neulomaan. *Hyvinvointiin* vaikuttavat tekijät olivat toinen teema, mikä tuli tuloksissa esille. Neulomisen koettiin rentouttavana harrastuksena, jolla on mielialaa ja keskittymistä parantavia vaikutuksia. Yksi löydös oli myös se, että neulominen tarjosi mahdollisuuden ajanviettoon, mihin ei kuulu

älylaitteita tai nettiä. Kuluttajat arvostivat ruudutonta aikaa ja rentouttavaa tekemistä. Kolmas motivoiva teema oli *vastuullisuus*. Aineiston analyysistä selvisi, että kuluttajat arvostivat neulomisen tuomaa mahdollisuutta tuottaa laadukkaita ja vastuullisesti tuotettuja vaatteita. Tuloksista voitiin huomata, että kuluttajat arvostivat itsetehtyjä vaatteita todella paljon ja *mahdollisuus luoda hidasta muotia itse neulomalla motivoi kuluttajia neulomaan*.

Kolmantena tavoitteena oli selvittää millä tavoin hidas muoti ja vastuullisuus näkyy osana neulomisen motivaatioita ja kuinka hitaan muodin periaatteet, ja vastuullisuuden tavoitteet ilmenevät neulomisen käytännöissä. Myös kolmanteen tavoitteeseen vastattiin tutkimuksen neljännessä luvussa haastattelutulosten pohjalta. Aineiston analyysissä havaittiin, että haastatteluihin osallistuneet neulovat kuluttajat ovat kiinnostuneita vastuullisesta kuluttamisesta ja pyrkivät tekemään vastuullisia kulutusvalintoja aina mahdollisuuksien mukaan. Tuloksista selvisi, että hidas muoti ilmenee neulomisessa harkituissa ostopäätöksissä ja itse tekemisen hitaudessa, mutta myös itsetehtyjen vaatteiden pitkässä elinkaareissa, joka on hitaan muodin keskeinen arvo. Muun muassa itsetehtyjen vaatteiden laatu, ajattomuus ja suuri tunnearvo olivat asioita, joiden ansiosta itsetehdyn vaateen elinkaari saattaa pysyä pidempänä kuin kaupasta ostetun vaateen. Vaateen elinkaaren kestäessä pidempään, ei tarvetta uuden vaateen hankinnalle tule välttämättä välittömästi. Tämä tukee hitaan muodin arvoja, sillä on hitaan muodin periaatteiden mukaista, että kulutus siirtyy määrästä laatuun.

Tutkimuksessa selvisi, että kuluttajat arvostavat neulomisessa sitä, että neulomalla vaatteita itse, he voivat vaikuttaa suoraan vaatteidensa laatuun ja kestävyYTEEN valitsemalla korkealaatuisia ja eettisiä materiaaleja neulomisprojekteihinsa. Neulominen mahdollistaa myös itse ilmaisun vaatteiden muodossa, sillä tekemällä vaateen itse saa siitä juuri sellaisen kuin itse haluaa. Nämä olivat neulomisen vastuullisuuteen liittyviä motivaatioita, jota moni haastateltavista arvosti suuresti. Kun vaate on sellainen, joka sopii käyttäjälleen ja sen tekemiseen on laitettu aikaa sekä vaivaa, sitouttaa se myös käyttäjän vaatteeseen pidemmäksi aikaa, kuin jos vaate olisi ostettu valmiina kaupasta.

Tutkimuksessa havaittiin myös haasteita, jotka liittyvät vaatteiden itse tekemiseen neulomalla. Suurin haaste, joka nousi esiin oli aika. Aika, joka menee siihen, että valmiin vaatteen saa käyttöön oli haaste, joka saattoi vähentää mielenkiintoa vaatteiden neulomista kohtaan. Toinen haaste vaatteiden itse neulomisessa oli sen vaatimat taidot. Isompiin ja haastavampiin neuleprojekteihin tarvittavat taidot voitiin nähdä esteenä työlämpien neuleprojektien aloittamiselle. Näiden tekijöiden lisäksi tutkimuksen tuloksista havaittiin haaste, joka koskee neulomisen vastuullisuutta. Lankojen vastuullisuus sekä eettisyys oli asia, jota monet kuluttajista pohtivat. Kuluttajat uskovat, että neulomalla on mahdollista luoda vastuullista muotia, kunhan neulomisessa käytetty lanka on eettisesti ja vastuullisesti tuotettua. Tämä tarkoittaa sitä, että mikäli neulomista vastuullisen muodin osana halutaan edistää, olisi lankojen tuotantoprosessi oltava mahdollisimman läpinäkyvä kuluttajalle. Nämä eri haasteet osoittavat, että vaikka neulominen tarjoaa monia mahdollisuuksia ja sen takana on useita positiivisia motivaattoreita, on tärkeää tunnistaa myös neulomisen esteet ja haasteet, jotka voivat vaikeuttaa itse neulomista tai sen vastuullisuutta.

Tutkimuksesta saadun aineiston perusteella voidaan todeta, että neulominen ilmentää hitaan muodin periaatteita monin eri tavoin. Neulominen mahdollistaa korkealaatuisten, kestävien ja persoonallisten vaatteiden luomisen. Näillä vaatteilla on mahdollisuus pitkään elinkaareen, ollessaan ajattomia ja arvokkaita tuotteita käyttäjälleen. Tutkimuksen tuloksista voidaan päätellä, että neulominen edistää vastuullista muotia tarjoamalla vaihtoehdon pikamuodille ja vaateteollisuuden massatuotannolle. Se myös edistää harkittua kulutusta ja kannustaa miettimään vaatteen todellista tuotantoprosessia. Näin ollen se voi lisätä kuluttajien tietoisuutta vaateteollisuuden epäeettisyydestä ja mahdollisesti myös muokata kulutustottumuksia kohti vastuullisempia valintoja.

5.2 Tutkimuksen rajoitukset ja jatkotutkimusehdotukset

Tutkimusta rajoittavina tekijänä voidaan nähdä se, että tutkimukseen osallistui hyvin rajattu määrä suomalaisia kuluttajia. Laajentamalla tutkimuksen otoskokoa, olisi tutkimustulokset voineet olla erilaisia. Tutkimusta voisi jatkossa laajentaa suuremmalla otoskoolla tai erilaisella haastattelumetodilla, esimerkiksi ryhmähaastattelu voisi olla sopiva keino tutkia kuluttajien näkemyksiä neulomisen vastuullisuudesta.

Tutkimuksen haastatteluihin osallistuneiden vastauksissa toistui samoja aiheita, joka kertoo tutkimuksen saturaatiosta. Tässä tutkimuksessa käytetyn laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmän, eli haastattelumenetelmän myötä, voi syntyä väärinymmärryksiä tai tulkitsemisvirheitä. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkijan omat ennakkokäsitykset sekä kokemukset ovat voineet vaikuttaa tutkimusaineiston analyysiin ja tulkintaan, joka voi rajoittaa tutkimuksen luotettavuutta.

Tässä Pro gradu tutkielmassa on käytetty OpenAi:n tekoälyohjelmia ChatGPT3.5 sekä ChatGPT4 tutkimusprosessin eri vaiheissa. Tutkimuksen alussa ohjelmia käytettiin aiheen ideointiin sekä sopivien lähteiden löytämiseen. Tämän jälkeen tekoälyohjelmia on hyödynnetty kielenhuollossa ja kirjoittamisen sekä ideoinnin apuna. Tekoälyohjelmia käytettiin myös tekstin tiivistämisessä ja haastattelukysymysten ideoimisen apuna. Tekoälyohjelmien käytössä on noudatettu Vaasan Yliopiston tekoälyä koskevia ohjeistuksia ja tekoälyohjelmien tarpeellisuutta sekä niiden tuottamaa materiaalia on arvioitu kriittisesti pitkin tutkimuksen prosessia.

Tämän tutkimuksen jatkotutkimuksessa voitaisiin hyödyntää laajempaa tutkimusotosta, joka kattaisi monipuolisemmin erilaisia demografisia ryhmiä. Tämä voisi tarjota laajemman kuvan neulomisen mahdollisista vaikutuksista kulutukseen sekä neulomisen taustalla olevista erilaisista motivaatioista. Lisäksi erilainen tutkimusmetodi, kuten ryhmähaastattelu, voisi tuoda esiin erilaisia tuloksia aiheesta.

Tutkimuksen aihetta voisi olla mielenkiintoista verrata eri käsityömuotojen välillä. Vertaileva tutkimus esimerkiksi vaatteiden ompelun ja neulomisen välillä voisi näyttää, kuinka erilaiset käsityöharrastukset vaikuttavat vastuullisuuteen hitaan muodin ilmiön kontekstissa. Tutkimuksessa esille tullut haaste, eli neulelankojen eettisyys ja ympäristöystävällisyys, on aihe, jonka tutkiminen voisi olla hyödyllistä neulomisen vastuullisuuden aihepiirissä. Tulevaisuuden tutkimuksissa voisi myös tutkia erilaisia keinoja, joilla neulomisen ja itse tekemisen houkuttelevuutta voisi parantaa osana vastuullisen kuluttamisen edistämistä. Näin neulomiseen liittyviä haasteita ja esteitä voitaisiin vähentää ja harrastuksen vastuullisia etuja edistää, korostamalla sen mahdollista roolia vastuullisen muodin osana.

Lähteet

- Aakko, M., Koskennurmi-Sivonen, R. (2013). *Designing Sustainable Fashion: Possibilities and Challenges*. Noudettu 14.11.2023 osoitteesta:
<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/RJTA-17-01-2013-B002/full/pdf>
- Arjanne, I. (2019). Kierrätysmuodin ammattilainen Outi Pyy vihaa elastaania, mutta 60 vuotta vanhaa polyesteripaitaa hän ihailee. Noudettu 4.2.2024 osoitteesta:
<https://yle.fi/aihe/artikkeli/2019/03/10/kierratysmuodin-ammattilainen-outi-pyy-vihaa-elastaania-mutta-60-vuotta-vanhaa>
- Bain, J. (2016). “Darn right I'm a feminist...Sew what?” the politics of contemporary home dressmaking: Sewing, slow fashion and feminism, *Women's Studies International Forum*, Volume 54, Pages 57-66. DOI: 10.1016/j.wsif.2015.11.001.
- Campbell, C. (2005). The Craft Consumer. Culture, craft and consumption in a postmodern society. Vol 5(1): 23–42 1469-5405 DOI: 10.1177/1469540505049843
- Caniato, F., Caridi, M., Crippa, L., Moretto, A. (2012). Environmental sustainability in fashion supply chains: An exploratory case based research. *International Journal of Production Economics*, Volume 135, Issue 2, 2012, Pages 659-670.
<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.06.001>.
- Chen, T. & Chai, L. (2010). *Attitude towards the Environment and Green Products: Consumers' Perspective*. Noudettu 11.11.2023 osoitteesta:
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.854.725&rep=rep1&type=pdf>
- Clark, H. (2008). SLOW + FASHION—an Oxymoron—or a Promise for the Future ...?, *Fashion Theory*, 12:4, 427-446, DOI: 10.2752/175174108X346922
- Domingos, M., Vale, V.T., ja Faria, S. (2022). Slow Fashion Consumer Behavior: A Literature Review. *Sustainability*, 14, 2860. <https://doi.org/10.3390/su14052860>
- Ellen MacArthur Foundation, (2021). Circular business models: redefining growth for a thriving fashion industry. Noudettu 19.12.2023 osoitteesta:
<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/fashion-business-models/overview>

- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995), *Consumer Behavior*, 8th ed., Dryden Press, Fort Worth, TX
- Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2016). *Qualitative Methods in Business Research: A Practical Guide to Social Research*. SAGE Publications. Noudettu 3.5.2024 osoitteesta:
<https://elevate.talis.com/uwasa/player/modules/63bc044df62dbb7585d7e107/epubs/645c04ba1cf02120386e0721?chapter=4>
- Fletcher, K. (2007). "Slow fashion," *Ecologist*, (June 1). Noudettu 4.1.2024 osoitteesta:
http://www.theecologist.org/green_green_living/clothing/269245/slow_fashion.html].
- Fletcher, K. (2008). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*. Second Edition.
- Fletcher, K. (2010). *Slow Fashion: An Invitation for Systems Change*, *Fashion Practice*, 2:2, 259-265, DOI: 10.2752/175693810X12774625387594
- Henninger, C., Alevizou, P., & Oates, C. J. (2016). What is sustainable fashion? *Journal of Fashion Marketing and Management*, 20(4), 400-416.
<https://doi.org/10.1108/JFMM-07-2015-0052>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. (2001). *Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Yliopistopaino.
- Honkaheimo, M. & Koivunen, N. (2022). Sosiaalinen media neulojan inspiraation lähteenä. Instagram inspiroi käyttäjiään neulomaan. Noudettu 20.2.2024 osoitteesta:
https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/153685/Opiskelija1Honkaheimo_Maiju_Opiskelija2Koivunen_Nenna_opinnayte.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Johansson, E. (2010). *Slow fashion: the answer for a sustainable fashion industry?* (Dissertation, University of Borås/Swedish School of Textiles). Noudettu 3.11.2023 osoitteesta: <https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:hb:diva-20182>
- Jones, S. (2023). Making time: Knitting as temporal-material entanglement. *Journal of Material Culture*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13591835231206231>
- Jung, S. & Jin, B. (2014). A theoretical investigation of slow fashion. *International Journal of Consumer Studies*, 38: 510-519. <https://doi-org/10.1111/ijcs.12127>

- Jung, S. & Jin, B. (2016). Sustainable Development of Slow Fashion Businesses: Customer Value Approach. *Sustainability*, 8(6), 540.
<https://doi.org/10.3390/su8060540>
- Kim, H, E. (2015). A Study on the Characteristics and Trends of Sustainable Fashion through Esthetica at London Fashion Week. *Fashion & Text. Res. J.* Vol. 17, No. 2, pp.168-177. Noudettu 2.1.2024 osoitteesta:
[https://www.sfti.or.kr/pdf_files/pdf_file/17_2_15_168-177\[15-11\].pdf](https://www.sfti.or.kr/pdf_files/pdf_file/17_2_15_168-177[15-11].pdf)
- Kiron, D., Kruschwitz, N., Haanaes, K., & Von Streng Velken, I. (2012). Sustainability nears a tipping point. *MIT Sloan Management Review*, 53(2), 69-74. Noudettu 2.1.2024 osoitteesta: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/sustainability-nears-tipping-point/docview/914415957/se-2>
- Knitting Sustainably. (2020). When i'm yarn shopping, how can i decide which yarn is sustainable? Noudettu 19.3.2024 osoitteesta: <https://making-stories.com/blogs/blog/2020-11-4-when-im-yarn-shopping-how-can-i-decide-which-yarn-is-sustainable>
- Koivusalo, E. (1981). Neuloa – kutoa – ommella. *Käsityöalan sanojen työnjako*.
<https://www.kielikello.fi/-/neuloa-kutoa-ommella-kasityoalan-sanojen-tyonjako>
- Krajcso, N. (2015). Is It Possible to Really Slow Down in Our Everyday Lives? The New Challenges of the Slow Movement and Why Has the Slow Food Movement Approach Been Exceeded? Noudettu 11.12.2023 osoitteesta:
<https://acta.sapientia.ro/content/docs/is-it-possible-to-really-slow-down-in-ou.pdf>
- Lankamaailma. (2024). Sukkalangat. Noudettu 22.2.2024 osoitteesta:
https://www.lankamaailma.fi/Sukkalangat/ekauppa/g100/?search_group=100
- Lawless, E. & Medvedev, K. (2016) Assessment of sustainable design practices in the fashion industry: experiences of eight small sustainable design companies in the Northeastern and Southeastern United States. *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*. DOI: 10.1080/17543266.2015.1116616

- Lee, Y. K., & DeLong, M. (2017). American and Korean Youths' Attachment to Handcraft Apparel and Its Relation to Sustainability. *Clothing and Textiles Research Journal*, 35(2), 67-80. <https://doi.org/10.1177/0887302X16679270>
- Maegan, Z. W., & Yan, R. (2013). An exploratory study of the decision processes of fast versus slow fashion consumers. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 17(2), 141-159. <https://doi.org/10.1108/JFMM-02-2011-0045>
- Martindale, a. & McKinney, E. (2018). "Sew or purchase? Home sewer consumer decision process", *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 22 No. 2, pp. 176-188. <https://doi-org/10.1108/JFMM-07-2017-0066>
- Mayne, A. (2016). Feeling lonely, feeling connected : amateur knit and crochet makers online. *Craft Research Journal*, 7 (1), 11-29. Noudettu 3.3.2024 osoitteesta: <https://shura.shu.ac.uk/12272/1/Mayne%20Feeling%20lonely%2C%20feeling%20connected.pdf>
- McKeown, C., & Shearer, L. (2019). *Taking sustainable fashion mainstream: Social media and the institutional celebrity entrepreneur. Journal of Consumer Behaviour*, 18(5), 406–414. <https://doi-org/10.1002/cb.1780>
- Määttä, K. (2014). Luova tekstiilityö : tekstiilityön opettajien käsityksiä luovuudesta ja sen tukemisesta koulussa. Noudettu 15.3.2024 osoitteesta: <https://urn.fi/URN:NBN:fi:oulu-201502061062>
- Nayak, Rajkishore. (2023). <i>Sustainable Fibres for Fashion and Textile Manufacturing - 1.2.1 Fibre Types. (pp. 4). Elsevier. Noudettu 15.3.2024 osoitteesta: <https://app.knovel.com/hotlink/pdf/id:kt01395442/sustainable-fibres-fashion/fibre-types>
- Niinimäki, K., Peters, G., Dahlbo, H., Perry, P., Rissanen, T. & Gwilt, A. (2020). The environmental price of fast fashion. *Nat Rev Earth Environ* 1, 189–200 (2020). <https://doi.org/10.1038/s43017-020-0039-9>
- Niinimäki, K. (2013). *Sustainable fashion: New approaches*. Noudettu 10.11.2023 osoitteesta: <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/13769/isbn9789526055732.pdf?isAllowed=y&sequence=1>

- Novita Oy. (2024). Vastuullisuus. Noudettu 19.2.2024 osoitteesta:
<https://novita.com/pages/tietoa-novitasta>
- Nykänen, I. (2014). Käsitöiden tekeminen vapaa-ajalla. Noudettu 15.3.2024 osoitteesta:
<https://helda.helsinki.fi/server/api/core/bitstreams/fa942a44-fc47-4afd-83b3-900c9d42e0a7/content>
- O'Donoghue, S. (2023). Sweater weather: Experts say knitting could help fashion be more sustainable. Noudettu 2.11.2023 osoitteesta:
<https://www.euronews.com/culture/2023/09/29/sweater-weather-experts-say-knitting-could-help-fashion-be-more-sustainable>
- Ozdamar Ertekin, Z., & Atik, D. (2015). Sustainable Markets: Motivating Factors, Barriers, and Remedies for Mobilization of Slow Fashion. *Journal of Macromarketing*, 35(1), 53-69. <https://doi.org/10.1177/0276146714535932>
- Palm, C. (2023). Sustainable fashion: to define, or not to define, that is not the question, *Sustainability: Science, Practice and Policy*, 19:1. <https://doi.org/10.1080/15487733.2023.2261342>
- Pookulangara, S. & Shephard, A. (2013). Slow fashion movement: Understanding consumer perceptions—An exploratory study, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Volume 20, Issue 2, Pages 200-206.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2012.12.002>.
- Puusa, A. & Juuti, P. (2020). Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät.
- Rauhala, A. (2019). Neulonnan taito. Noudettu 24.1.2024 osoitteesta:
<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-6655-15-4>
- Ray, S. C. (2012). *Fundamentals and advances in knitting technology / Sadhan Chandra Ray*. Woodhead Publishing India. Noudettu 4.2.2024 osoitteesta:
<https://www.sciencedirect.com/book/9780857091086/fundamentals-and-advances-in-knitting-technology#book-description>
- Reenpää, A. (2021). Neulominen vähentää stressiä ja ehkäisee dementiaa – listasimme neulomisen 5 uskomatonta terveyshyötyä. Noudettu 24.2.2024. osoitteesta:
<https://kotiliesi.fi/kasityo/neulonta/neulomisen-terveyshyodyt/>

- Rennie, D. (2012). Qualitative Research as Methodical Hermeneutics. *American Psychological Association*, Vol. 17, No. 3, 385–398. DOI: 10.1037/a0029250
- Riley, J., Corkhill, B., ja Morris, C. (2013). The Benefits of Knitting for Personal and Social Wellbeing in Adulthood: Findings from an International Survey. <https://doi.org/10.4276/030802213X13603244419077>
- Robinson, S. & Wood, S. (2018). A “good” new brand — What happens when new brands try to stand out through corporate social responsibility, *Journal of Business Research*, Volume 92, 2018, Pages 231-241, ISSN 0148-2963. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.031>.
- Rouhiainen, L. (2024). Fenomenologis-hermeneuttinen tutkimusote. Noudettu 15.3.2024 osoitteesta: <https://www.xip.fi/tutkija/0401.htm>
- Saarinen, M. (2021). ”Kun talous ja maailmantila huolettaa, neulomisen suosio kasvaa” – Käsityölankoja valmistavan Novitan myynti kasvoi 50 prosenttia. Noudettu 7.11.2023 osoitteesta: <https://www-kauppalehti-fi.proxy.uwasa.fi/uutiset/kuntalous-ja-maailmantila-huolettaa-neulomisen-suosio-kasvaa-kasityolankoja-valmistavan-novitan-myynti-kasvoi-50-prosenttia/9f01b36d-38cc-4250-9872-d3baa986cb03>
- Savitz, A. (2013). *The Triple Bottom Line*. Noudettu 18.12.2023 osoitteesta: https://books.google.fi/books?hl=fi&lr=&id=9TikAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=savitz+the+triple+bottom+line+incorporated&ots=OtfK0sEyoZ&sig=2nppzXCesJDaBokU-sOFJwul0mw&redir_esc=y#v=onepage&q=savitz%20the%20triple%20bottom%20line%20incorporated&f=false
- Sillgren, N. (2022). Neulominen vie mukanaan, antaa käsille tekemistä ja tuo hyvää mieltä – ”Neuloosi on hyvin kuvaava sana”. Noudettu 24.1.2024 osoitteesta: <https://moreenimedia.fi/2022/02/08/neulominen-vie-mukanaan-antaa-kasille-tekemista-ja-tuo-hyvaa-mielta-neuloosi-on-hyvin-kuvaava-sana/>
- Taitoliitto. (2021). Käsitöiden harrastaminen Suomessa – kuluttajakysely. Noudettu 24.1.2024 osoitteesta:

- <https://www.taito.fi/ajankohtaista/kasityoblogi/kasitoiden-harrastaminen-suomessa-kuluttajakysely-2021/>
- Tam, D. (2008). Slow Journeys. What does it mean to go slow? *Food, Culture & Society*, 11:2, 207-218, DOI: 10.2752/175174408X317570
- Textile Exchange. (2023). Materials Market Report 2023. Noudettu 3.2.2024 osoitteesta: <https://textileexchange.org/knowledge-center/reports/materials-market-report-2023/>
- Torikka, T. (2022). *Neuloosista näyttää tulleen maailmanlaajuinen ilmiö – myös yhä useampi mies neuloo*. Noudettu 20.4.2024 osoitteesta: <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/lukemisto/5685e90c-6eb9-54ee-9f8d-4876faeea59c>
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789520400118>
- Tuomi, J., & Sarajärvi, A. (2009). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Kustannusosakeyhtiö Tammi. 6., uudistettu laitos.
- United Nations Environment Programme, & United Nations Framework Convention on Climate Change (2023). The Sustainable Fashion Communication Playbook - Shifting the narrative: A Guide to Aligning Fashion Communication to the 1.5-Degree Climate Target and Wider Sustainability Goals. Noudettu 11.11.2023 osoitteesta: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/42819>.
- United Nations. (2023). Sustainability. Noudettu 18.12.2023 osoitteesta: <https://www.un.org/en/academic-impact/sustainability>
- Vehmas, K., Raudaskoski, A., Heikkilä, P., Harlin, A. and Mensonen, A. (2018). *Consumer attitudes and communication in circular fashion*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 22 No. 3, pp. 286-300. <https://doi-org/10.1108/JFMM-08-2017-0079>
- Werner, K., Griese, K. & Bosse, C. (2021) The role of slow events for sustainable destination development: a conceptual and empirical review, *Journal of*

Sustainable Tourism, 29:11-12, 1913-1931. DOI:
10.1080/09669582.2020.1800021

Wiederhold, M., & Martinez, L. F. (2018). *Ethical consumer behaviour in Germany: The attitude-behaviour gap in the green apparel industry. International Journal of Consumer Studies*, 42(4), 419–429. <https://doi-org/10.1111/ijcs.12435>

Liitteet

Liite 1. Haastattelu runko

Taustakysymykset

1. Kerro itsestäsi, kuka olet, mitä teet?

Neulominen

2. Neulotko/teetkö jonkinlaisia käsitöitä?
3. Onko sinulla tällä hetkellä kesken jokin neuletyö? Jos kyllä, niin mitä olet tekemässä?
 - Mikä sai sinut kiinnostumaan neulomisesta?
 - Miten opit neulomaan?
 - Mitä olet neulonut?
 - Mistä olet löytänyt neuleohjeen, jos käytit sellaista?

Neulelangat

4. Millaista lankaa olet käyttänyt neulomiseen?
 - Millä perusteilla valitsit langan? (materiaali, vahvuus, värivalikoima, hinta, vastuullisuus..?)

Hidas muoti

5. Oletko kuullut hitaan muodin ilmiöstä / slow fashion liikkeestä?
 - Jos olet niin missä tilanteissa olet törmännyt / missä yhteydessä olet kuullut ilmiöstä?
 - Mitä mieltä olet hitaasta muodista?

Hidas muoti eli Slow Fashion on liike, joka pyrkii luomaan vaateteollisuuden prosesseista sekä kulutuksesta vastuullisempaa. Hidas muoti tarkoittaa paitsi kulutus- ja tuotantoprosessien hidastamista, myös työntekijöiden, yhteisöjen ja ympäristön hyvinvoinnin suojelua. (Ozdamar Ertekin & Atik, 2015.)

Hidas kuluttaja

6. Millainen kuluttaja olet itse jos mietitään vaatteiden kuluttamista?

- Ostatko pikamuotia/ kierrätettyä/ vastuullista muotia?
- Mitkä tekijät vaikuttavat ostopäätöksiisi?
- Vaikuttaako hitaan muodin periaatteet / vastuullisuus ostokäyttäytymiseesi?

Neulomisen motivaattorit

7. Pidätkö neulomisesta? -> minkä takia neulot?
 - Mitkä tekijät ovat motivoineet sinua neulomaan?
 - (Hyvinvointi, ajanviete, itseilmaisu, luovuus, tarve vaatteelle, kivan neuleen näkeminen somessa, vastuullisuus....?)

Neulominen ja hidas muoti

8. Oletko joskus päättänyt tehdä jonkin vaateen itse, sen sijaan että ostaisit sen kaupasta?
 - Mitkä tekijät ovat vaikuttaneet päätökseesi valita neulominen vaatteiden hankkimisen sijaan?
 - Onko ympäristövaikutukset vaikuttaneet päätökseesi tehdä vaatteita itse neulomalla?
9. Oletko kohdannut joitakin haasteita vaatteiden itsetekemisessä / neulomisessa?
 - Mitä / millaisia haasteita?

Käsintehty muoti

10. Omistatko itsetehtyjä vaatekappaleita, itsetekemiäsi tai jonkun muun itse tekemiä?
 - Mitä mieltä olet näistä itsetehdyistä vaatteista?
 - Onko nihin suurempi kiintymys/ vaikea heittää pois?
11. Mitä mieltä olet itse tekemistäsi vaatteistasi? -> Pidätkö niistä?
 - Millaisia tunteita ja merkityksiä liittyy itse neulottuihin vaatteisiisi verrattuna kaupasta ostettuihin vaatteisiin?
 - Onko itsetehtyjen vaatteiden arvo suurempi kuin kaupasta ostettujen?
 - Miten pidät huolta itsetehdyistä vaatteista? Koetko pitäväsi niistä parempaa huolta? Jos kyllä niin miksi?
12. Mitä mieltä olet itse tehdyistä vaatteista, jos niitä vertaa kaupasta ostettuihin?

- Onko sinusta itseneulotut vaatteet verrattavia kaupasta ostettuihin?
- Miksi? / Miksi ei?

Vastuullisuus ja neulominen

13. Onko neulominen vaikuttanut suhtautumiseesi vaatteiden kulutukseen?
 - Onko neulominen vaikuttanut ostokäyttäytymiseesi muilla tavoin?
 - Jos kyllä niin miten? Miksi?
14. Voisitko nähdä, että tekisit tulevaisuudessa enemmän vaatteita itse? Tai haluisitko tehdä?
15. Koetko että neulomalla voi tehdä vastuullista muotia?
 - Jos kyllä niin miksi?

Muuta?

16. Tuleeko mieleen jotain aiheeseen liittyvää mikä ei käynyt vielä ilmi?