

16.05.2010

[Natalia Mustonen](#)

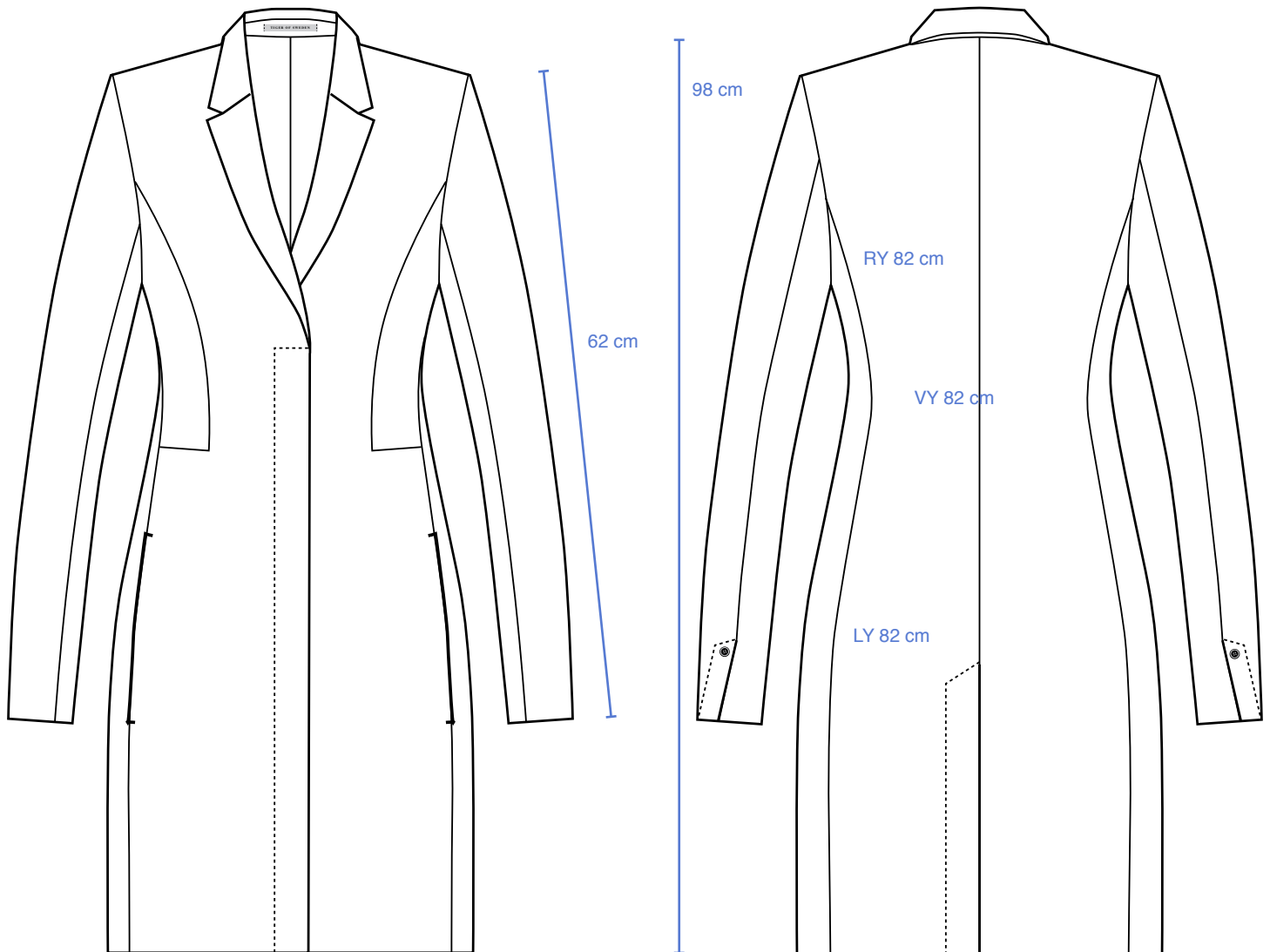
[Muotoilun laitos / Vaatetus suunnittelu ja pukutaide, TaM-ohjelma](#)

[Aalto-yliopiston taideteollinen korkeakoulu](#)

The image shows two dark, long coats hanging side-by-side on a mannequin. The coat on the left is a dark grey or charcoal color, while the one on the right is a darker, almost black color. Both coats have a structured, tailored appearance with visible lapels and buttons. The background is a plain, light-colored wall. The text "SEMIOOTTINEN ANALYYSI" is overlaid in large, white, bold, sans-serif capital letters on the right side of the image.

SEMIOOTTINEN ANALYYSI

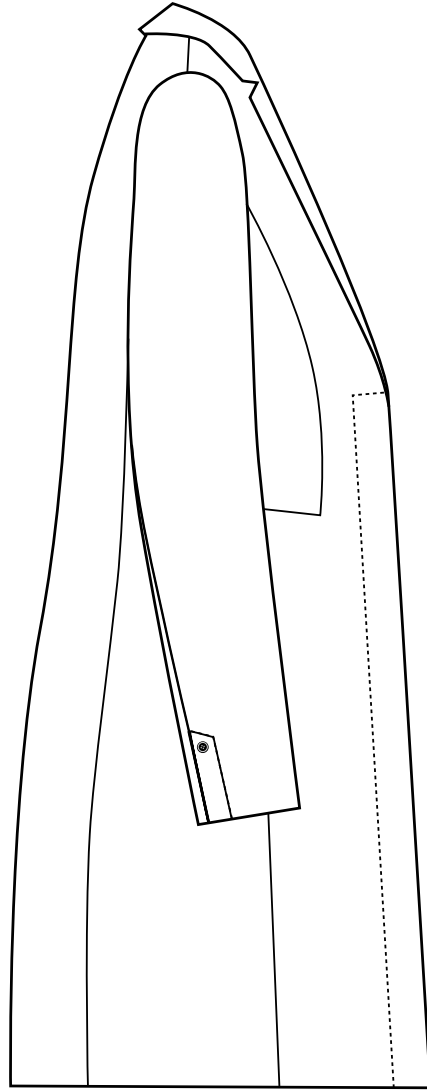
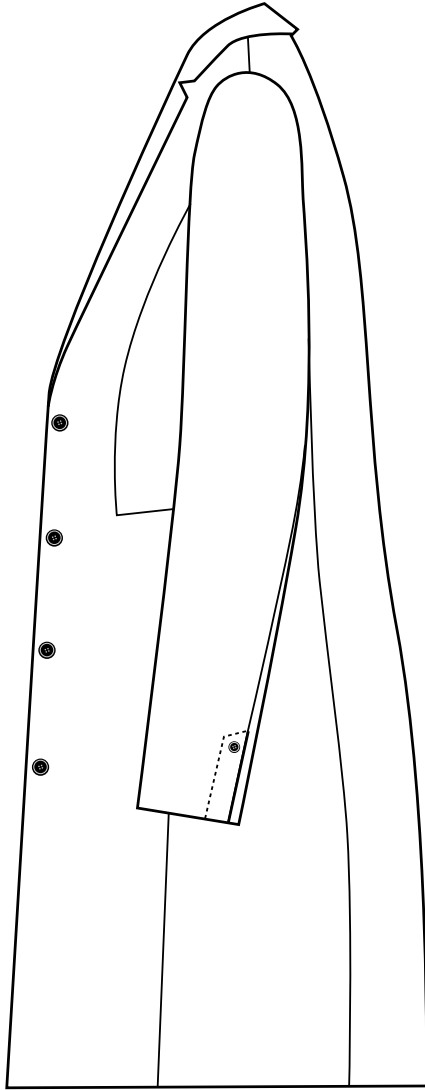
TEKNINEN PIIRUSTUS EDESTÄ JA TAKAA



1 OBJEKTIN KUVAILU

Analyysin kohteena on objekti, vaatekappale, joka tarkoitettu käytettäväksi naispuolisen ihmisen päällä ulkona kylmässä. Sitä kutsutaan "villakangastakiksi". Takki on väriltään tummansininen, siinä on pitkät hihat ja herrainkaulus. Malli on istuva ja helma ulottuu (käyttäjän pituudesta riippuen) polven yläpuolelle (pitkälle käyttäjälle), olkapäästä mitattuna 98 cm. Hihan pituus on 62 cm, vyötärön ympärys 82 cm, rinnanympärys 89 cm, lantionympärys 99 cm (napitettuna). Takissa on kaksi sivutaskua, piilonapituslista, 4 nappia edessä keskellä, kolme nappia kussakin hihassa, joista 2 piilossa ja yksi näkyvillä. Takana on halkio, jossa on 3 nappia, myös piilossa. Sisätaskussa on 1 nappi. Koko takin kaava on symmetrinen (ellei lasketa funktionaalisia vaatimuksia, napituslistoja, sisätaskua ja takahalkiota) ja koostuu yhteensä 43 kappaleesta. Päällisen miehustassa on $4 \times 2 = 8$ kpl, lisäksi kaulus 1kpl, taskupussi ja kauluksen tukikangas yhteensä 5 kpl. Hihat koostuvat $2 \times 2 = 4$ kappaleesta. Takin sisäpuolella on villakangaspaloja yhteensä 4 kpl ja viskoosipaloja yhteensä 21 kpl. Lisäksi sisäkaulusessa on harmaa niskalappu joka toimii samalla niskalennkinä. Sisätas-

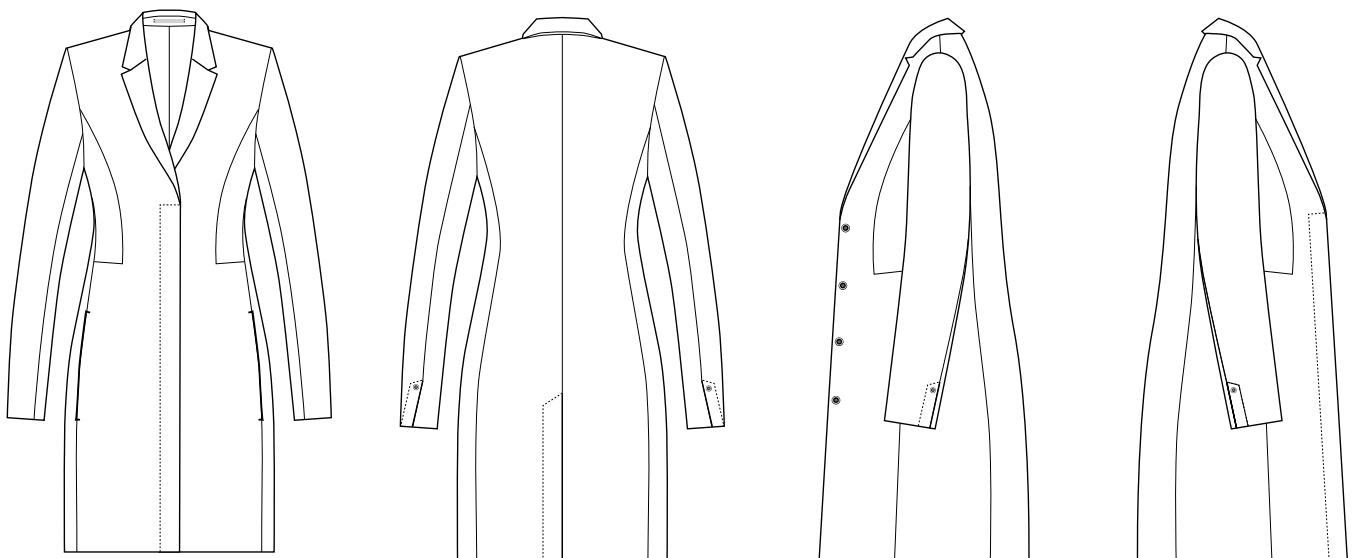
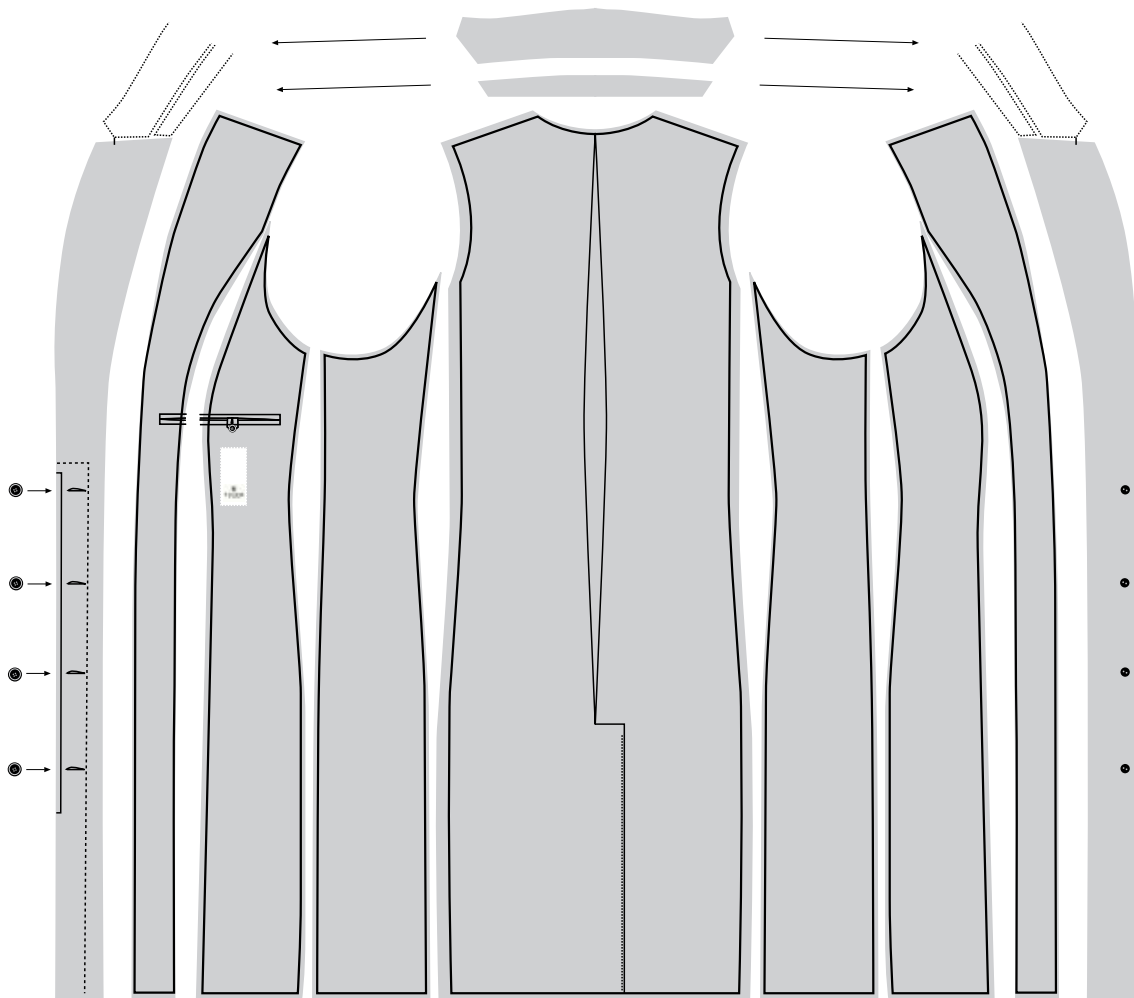
TEKNINEN PIIRUSTUS SIVUSTA, VASEMMALTA JA OIKEALTA



VALOKUVAT EDESTÄ, TAKAA JA SIVUSTA



MIEHUSTAN KAAVA SISÄLTÄPÄIN KATSOTTUNA:
TAKIN VUORI (MUSTAT ÄÄRIVIIVAT), TAKIN PÄÄLLINEN (HARMAA TAUSTA)



kuun on kiinnitetty 3,5 cm x 8 cm harmaa "Tiger of Sweden"-merkki. Takin ryhdikäs ilme on saatu olkatoppauksilla, muttei liioitelluilla. Takin sisätaskun sisältä löytyy valkoinen kangaspala, johon on painettu kuluttajalle pakollinen informaatio, seuraavassa järjestyksessä ylhäältä alaspäin: merkki, mallin nimi ja numero, koostumus, joku toinen koodi, yrityksen internet-osoite sekä valmistusmaa. Takki on Tiger of Sweden-merkkinen. Päällinen on materiaaaliltaan 80% villaa, 20% akryyliä, vuori 100% viskoosia. Se on suunniteltu Ruotsissa ja valmistettu Kiinassa. Lapun päällä on kokonumero, ommeltuna myös saumaan, ja koko on eurooppalainen 36. Valkoisen lapun toiselta puolelta löytyvät pesuohjeet. Tiedot on ilmoitettu useilla kielillä.

Takin hinta oli Stockmannin alennusmyynneistä ostaessa 290 euroa, mutta takki on maksanut alunperin 550 euroa. Se on ostettu tammikuussa ja kuuluu Tiger of Swedenin vuoden 2009 talvimallistoon.

Takin malli lähentelee peruskaavaa, josta sen erottaa rintamuotolaskos. Se on kaavoitettu erilliseen kappaleeseen, eikä otettu vain sisään. Kaavaa on luultavasti myös kuositeltu (peruskaavan muokkausta tarkoittava kaavoitustermi) Tiger of Swedenin tyylin mukaiseksi. Melkein kaikki mahdolliset detaljit, mitä takissa voisi kuvitella olevan, on karsittu. Sen takia takkia voi kutsua minimalistiseksi, joka on taas osa modernia perinnettä. Esimerkiksi taskuja ei huomaa lainkaan, koska niiden linja jatkuu samassa sivusauman kanssa. Napit ovat ainut pakollinen lisätarvike, joka on välttämätön funktion näkökulmasta. Herrainkaulusta voisi sanoa ainoaksi "koristeeksi", joka taas sitoo takin tietynlaiseen klassiseen miesten takkimalliin.

2 SEMIOOTTINEN ANALYYSI

2.1 CHARLES S. PEIRCEN KOLMIOSAISEN MERKIN VIITTAUSSUHTEET

2.1.1 Ikoninen viittaustapa

Objekti on vaate tai tarkemmin takki. Se esittää naisen vaatetta ja takkia olemalla kaavoitettu, leikkattu ja ommeltu naispuolisen ihmisen vartalon muotoon sekä koostumalla lämpimästä kankaasta ja vuorikankaasta.

Takki muistuttaa klassista miesten pikkutakkia tai ulkotakkia, jonka malli tai sen esiaste on kehitetty 1700-luvulla, teollistumisen syntyessä, kehittyessä ja kiihtyessä, modernin ajattelutavan saadessa tähän asti pysyvää jalansijaa. Vaikkakin Englannissa syntynyt "herrasmiesten" (gentlemen) pukeutumismuoti on ollut aina 1900-luvulle saakka enemmän räätälien kuin tehtaiden hallussa.

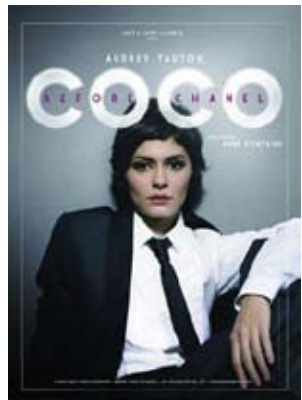
Eniten klassisista miesten takeista (overcoats) kyseinen objekti muistuttaa mallia nimeltä "Crombie", joka on aikalailla identtinen, sisältäen kuitenkin yleensä taskuläppiä ja yhden rintataskun. Crombie ei ole "esittävä" vaate eli sitä ei voi assosoida mihinkään muuhun teemaan kuin her-

rasmiehen pukeutumisetiketti tai dandyismi. Gentleman-kirjassa (Roezel 2004) kerrotaan, että tummansininen Crombie on klassinen englantilainen kaupunkitakki, joka on räätälöity paksusta villakankaasta. ”Se sopii erityisesti ilottomiin syys- ja talvipäiviin.” Melkein kaikilla klassisilla valmisvaatemerkeillä on kyseinen malli, modifioituna tavalla tai toisella. Mallin juuret ovat perinteisessä räätälöijästä nimeltä Tibbett, joka on perustettu Englannissa vuonna 1898.

1800-luvun Englannissa syntynyt ilmiö nimeltä dandyismi on omistautumista vaatteelliselle erinomaisuudelle (sartorial excellence) (Mackenzie 2009). Sen sanotaan alkaneen nuoresta miehestä nimeltä George Bryan ”Beau” Brummell, josta tuli aikanaan aristokraattien muodin oraakkeli. Hänen aloitteestaan miehet valitsivat tumman yksinkertaisen takin ja pitkät housut sekä kravatin kaltaisen kaulavaatteen. Imagoon kuului myös yleisesti ottaen erottautuminen (yläluokan) joukosta, hienostuneisuus, jopa stoalaisuus, joutilaisuus ja välinpitämätön olemus. Charles Baudelaire, jota pidetään myös dandynä, sanoo, että *dandyn kauneudelle on ominaista ennen kaikkea kylmä-kiskoiselta vaikuttava tyyli, joka perustuu horjumattomaan päätökseen olla antamatta mielenliikutuksen häiritä itseään; voisi puhua piilevästä tulesta, jonka voi aavistaa, ja joka voisi hehkua, jos hän sen itselleen sallisi* (Baudelaire 1863). Brummel kehitteli pukunsa räätälöidystä metsästysvaatetuksesta ja se koostui yleensä tummansinisestä nykyisen frakin kaltaisesta, istuvasta, takista ja pitkistä housuista (MacKenzie 2009). Ulkonäkö oli äärimmilleen huoliteltu ja edusti ”moderniutta”. Charles Baudelaire on merkittävässä roolissa käsitteen ”moderni” määrittäjänä. *On totta, että suuri perinne on mennyttä eikä uutta ole vielä saatu alulle*. Uuden alulle saaminen olikin modernin aikakauden ydin. Voisin myös väittää, että Coco Chanel oli naisten muodin suhteen eräänlainen dandy, joka yli sata vuotta Brummelin jälkeen riisui naiset röyhelöistä - ja joka tulee myös väistämättä mieleen pelkistetyistä, tummansinisistä, maskuliinisesta villakangastakista.

Moderniin (käsitteenä) liitetään mm. ihmisyyden ja rationaalisuuden ihannointia, tasa-arvon tavoittelua, tulevaisuuden optimismia, Ranskan vallankumous sekä nk. teollinen vallankumous. Englanti oli teollistumisen suhteen etujoukossa, ja sitä pidettiin myös ”vapauden maana” (Laver 2002) joten vallankumouksen jälkeisenä aikana Eurooppaan levisi anglomania. Virtaus vakiinnutti yksinkertaisen, ”modernin”, englantilaisen maaseututyylin Ranskankin yläluokassa, ja juuri tämän tyylin jälkeläinen taitaa takkini olla.



[illegible]

Tummansininen villakangas muistuttaa merestä ja merivaatteista (nautical) ja itseasiassa sellainen vaate voisi ihan hyvin olla laivaston jäsenellä päällä. Sininen väri kuuluu perusväriihin, joten tummansininen on murrettu perusväri. Se konnotoi rauhallisuutta, surumielisyyttä (eng. blue), viisautta, valtaa, järjestystä (poliisi, muu uniformu, joskus armeija) ja jossain tapauksissa, ainakin vaatteissa, ylempää yhteiskuntaluokkaa (tummansiniset puvut, Kokoomus yms. - vrt. punainen, vihreä, valkoinen, musta). Aikanaan indigo oli kallein väripigmentti, jolla ei ollut varaa kuin rikkaimmilla kuluttajilla. Tarkasteltavan takin sinistä sävyä kutsutaan englanniksi navy blue:ksi eli merivoimien sininen, mikä todistaa sen, että laivaston henkilökunta pukeutuu kyseiseen väriin. Samaista sävyä löytyy raa'asta denimistä eli pesemättömien tai entsyymikäsittelemättömien farkkujen materiaalista. Väri on tyypillinen nk. klassiselle pukeutumiselle, mikä on ominaisempaa miesten muodille, joten tummansinistä näkee enemmän miesten kuin naisten vaatteissa (paitsi tällä hetkellä, koska meriaiheet ovat muotia). Tummansininen denotoi jossain määrin syvän veden väriä tai yötaivasta. Sitä sanotaan kylmäksi väriksi (vrt. punainen).

Takin materiaali on villa-akryylisekoitetta, mutta se esittää villakangasta eli on "villakankaisuuden" replica. Viskoosivuori esittää kenties silkkiä. Villakangas konnotoi lämpöä, laatua (statusta?) ja klassisuutta. Sen matta ja pehmeä pinta muistuttaa huopaa, mokkaa tai jopa samettia. Paksua villakangasta on tapana käyttää ainoastaan takeissa ja se kutittaa vähän ollessaan ihon kanssa kosketuksissa. Materiaalin kudος on arvioni mukaan joko twillia tai satiinia, koska ne ovat yleisin kudostyyppi tiiviissä, paksussa villakankaassa.

Takki on ihmisen ruumiin muotoinen. Siluetti ja pituus on kuin torso, joten takki on ikonisessa suhteessa esimerkiksi päättömiin ja jalattomiin veistoksiin. Geometrisistä muodoista objektiin sopii parhaiten kaksiulotteisena kapeahko suorakulmio ja kolmiulotteisena sylinteri. Samantyyppisiä muotoja saattaa havaita pulloissa, kynttilöissä, tiimalaseissa, säilytysrasioissa, putkissa, savupiipuissa tai negatiivisina - kaivoissa.

2.1.2 Indeksinen viittaustapa

Takissa näkyy käytön jäljet. Pinnassa on koiran karvaa ja jopa hämärä jälki koiran oksennuksesta, joka muistuttaa pennun ensimmäisestä päivästä uuden perheenjäsenen sylissä. Takin pinnassa on myös jotain muuta pölyä ja selkäpuolelta takki on hieman venynyt käyttäjän huonoryhtisyyden vuoksi. Sieltä täältä löytyy välillä hius. Takki oli ostohetkellä istuvampi, koska sen alla on koko talven käytetty paksua villapaitaa, joka on venyttänyt villakangasta.

Mitoitus on suhteellisen pieni, eli tämän takin koko 36 on pienempi kuin esimerkiksi Marimekon 36. Tikkauksia on käytetty säästeliäästi, vain pakollisissa kohdissa. Takki on silitetty huolellisesti valmistuksen yhteydessä. Yksinkertaisuudestaan huolimatta vaate koostuu monista komponenteista, joten sen valmistamiseen menee huomattavasti enemmän aikaa kuin esimerkiksi kauluspaidan valmistamiseen.

Takissa on kahdenlaista pintaa: hieman karkea, lämmin ja matta villakangaspäällinen sekä silkinpehmeä, viileä, liukas viskoosivuori. Jälkimmäisen funktio on aiheuttaa mahdollisimman vähän kitkaa sisävaatteen ja takin välille, mikä helpottaa pukemista.

2.1.3 Symbolinen viittaustapa

Objektissa on runsaasti symboleja, joista näkyvin on takin sisätaskun päälle ommellun suorakulmaiseen harmaaseen kangaspalaan kudottu Tiger of Sweden-teksti. Sama teksti löytyy niskalenkistä ja jokaisen napin ulkoreunasta kaksinkertaisena. Teksti on englanninkielinen vaikka merkki on ruotsalainen. Se tarkoittaa käännettynä ”Ruotsin tiikeri”, mikä ei sinänsä, merkitykseltään, viittaa millään tavalla kyseiseen vaatekappaleeseen tai merkin ilmeeseen. ”Ruotsalaisuus” on yrityksen alkuperämaa, johon se perustettiin vuonna 1903, pikkukaupunkiin nimeltä Uddevalla. Perustajat olivat räätäleitä: Marcus Schwartzman and Hjalmar Nordström. Yrityksen nimi oli aluksi ”Schwarzman & Nordström” ja liikeideana oli tehdä laadukkaita räätälöityjä pukuja joustuen asiakkaiden sijainnin mukaan. Schwartzman matkusti toisin sanoen ympäri Ruotsia ottaen asiakkaista mittoja. Nordström valvoi valmistamista Uddevallassa, mutta kyllästyi liikekumppaniinsa pari vuotta myöhemmin ja lähti omille teilleen. Schwartzman ryhtyi rohkeana tekemään ready-to-wear-pukuja, mikä on räätälöidyn vastakohta, eli vaate on olemassa ennen asiakasta - eikä toisinpäin. Tämänhetkinen vaateteollisuus on nimenomaan ready-to-wearia, mutta siihen aikaan ajatus oli tuore, varsinkin miesten pukujen suhteen. Kysyntä olikin suuri ja yritys kasvoi nopeasti. Ensin tehtiin pieniä sarjoja ja 1920-luvun lopussa alettiin rakentaa isompaa tehdasta. Merkki edustanee ikonisesti ”ruotsalaista demokratiaa” samalla lailla kuin nykyään vaikka Ikea. Merkin toinen sana (jota itseasiassa puhekielessä käytetään merkistä puhuttaessa sellaisenaan, ilman ”of Sweden”:iä) - Tiger - tulee yrityksen internet-sivun mukaan eräästä suositusta pukumallista vuodelta 1926.

Brändinä ”Tiger of Sweden” yhdistetään nykyään laadukkuuteen, nuorekkuuteen ja tyylikkyyteen sekä ajankohtaisuuteen, muttei nopealla, kertakäyttötavaratavalla. Mielleyhtymät ovat vahvoja, koska yritys on pyrkinyt mainonnallaan, tuotteiden esillepanolla ja ulkomuodolla, markkinointikanaavillaan sekä myyntipaikoillaan viestiä kyseisiä asioita.

Toinen takista löytyvä symboli on pesulapun teksti, jonka yhteydessä on myös pieni lappu, jossa lukee ”36”. Numero kertoo eurooppalaiselle tai eurooppalaiset kokotaulukot hallitsevalle henkilölle takin koosta. Pesulapussa on ylimpänä isoilla kirjaimilla, luultavasti Times-fontilla, teksti ”TIGER”, sen alapuolella huomattavasti pienempänä ”OF SWEDEN”. Alempana tulee (puolipiste tarkoittaa rivin vaihtoa) Style: Susane; S31362001; Ytteryg/Shell/Aussenmaterial/Coquille/; Cáscara/Exterior/Внешний слой/; Czesć zewnetrzna (*puutteelliset merkit*)/aasialaiset merkit/arabialaiset merkit; 80% Ull/Wool/Wolle/Laine/Lana/; Lã/Шерсть/Welna/aasialaiset merkit/arabialaiset merkit; 20% Akryl/Acrylic/Acryl/Acrylique/Acrilico/Акрил/aasialaiset merkit/arabialaiset merkit; Foder/Lining/Futter/Doublure/Forro/; Подкладка/Podszewka/aasialaiset merkit/arabialaiset merkit; 100% Ciskos/Viscose/Viscose/Viscosa/; Вискоза/Wiskoza/aasialaiset merkit/arabialaiset merkit; CA 30 410; www.tigerofsweden.com; Made in China; сделано в Китае; aasialaiset merkit; arabialaiset

merkit. Materiaaliluettelossa on käytetty käsittääkseni ruotsia, englantia, saksaa, ranskaa, espanjaa, venäjää, puolaa, japania tai kiinaa ja arabiaa - eli yhdeksää kieltä. Tämä viittaa yrityksen laajaan kansainväliseen markkina-alueeseen. Lisäksi valmistusmaana toimiva Kiina todistaa ettei kyseessä ole ruotsalainen räätäli vaan täysin globalisaation säännöillä pelaava iso yhtiö. Tämä johtuneekin Tigerin internet-sivulla kerrotusta tapahtumasta: 1960-luvulla tekstiili- ja vaateteollisuuden ollessa Ruotsissa syvässä kriisissä, valtio osti Tigerin usean muun yrityksen joukossa ja asetti tehtäväksi viennin eli pukujen myynnin ulkomaille. Merkistä tulikin suosittu Iso-Britanniassa ja USA:ssa. Ylä- ja alamäkien jälkeen Tiger:n nuoret vaikuttajat aloittivat aivan uuden linjaukset josta internetissä ei ehditty vielä kirjoittaa. Luultavasti veivät sitä pukupuolelta enemmän muodin pariin - myös naisten vaatetukseen. Nykyään brändiä myydään Stockmannin kaltaisten tavaratalojen lisäksi myös omissa putiikeissa tai hyvinkin trendikkäissä (laadukkaalla tavalla, Helsingissä esimerkiksi Beam) vaateliikkeissä.

Miksi valmistusmaa-teksti on vain englanniksi, venäjäksi, japaniksi/kiinaksi ja arabiaksi? Luultavasti "Made in China" on jokaiselle tuttu lause.

Pesulapun toisella puolella ovat rivissä kansainväliset pesuohjesymbolit:

Niiden alapuolella lukee: Endast kemtvätt;
Dry clean only; Nur chem. Reinigung;
Nettoyage à sec seulement; Solo limpie-
za en seco; Só pode ser limpo a seco;
Только сухая чистка; Wylascznie pranie
chemiczne; *aasialaiset merkit; arabialaiset
merkit*; IC Companys A/S; Denmark. Vii-
meiset pari riviä tarkoittavatkin tanskalaista
yritystä, joka nopean googlauksen perus-
teella omistaakin koko Tiger of Swedenin.
Tästä asiasta ei tosin löydy tietoa Tigerin
omilla sivuilla, joilla painotetaan ruotsalai-
suutta.



“Takki” sana on myös tarkastelun alla olevan objektin symboli. Luultavasti jokainen suomenkielinen ihminen käyttäisi siitä sanaa “takki” kun taas englanninkielinen sanoisi “coat”. Lisäksi, kuten aiemmin tulin maininneeksi, tämänkaltaisesta mallista saatetaan käyttää englanniksi nimitystä “Crombie”. Englannissa on olemassa myös Crombie-niminen yritys joka on vuodesta 1805 valmistanut räätälöityjä - ja myöhemmin myös sarjottuja - miesten (ja nykyään myös naisten) vaatteita.

2.2 ALVISE MATTOZZIN SEMIOOTTINEN OBJEKTIN ANALYYSI

Objektia kutsutaan “takiksi” tai “naisten villakangastakiksi” ja sen voi liittää “takkien” systeemiin koska se

- A) on muodoltaan naispuolisen ruumiin päälle laitettavissa
- B) on tehty materiaaleista, jotka sopivat ulkoilmakäyttöön eli suojaa kylmältä
- C) sisältää elementtejä, kuten pitkät hihat ja puolireiteen ulottuva helma, jotka laajentavat lämmöneristysaluetta
- D) on edestä avattava
- E) muistuttaa lukemattomia objekteja, joita kutsutaan myös “takeiksi”

2.2.1 Intra-objectual relations

Kuten aiemmin kuvailtu, takki koostuu 43:sta kappaleesta. Suurimmat ovat miehustan taka- ja etukappaleet. Pienimmät palat löytyvät kauluksesta, hihoista ja vuorin yksityiskohdista. Koko suunta on vertikaalinen ja takin painopiste on yläosassa - olkapäät, kailus, hihojen ja miehustan yhtymäkohta. Niin keskellä oleva miehusta kuin sivuissa olevat hihat ovat ihmisen ruumiin vaatimia sylinterimaisia muotoja. Takin “sisäiset suhteet” muodostuvat siis yhdestä isosta ja kahdesta pienestä sylinteristä, joissa iso on “ruumis” tai “ydin” ja pienet ovat siihen liitetyt “kuoriosat”. Takin narratiivinen ohjelma on lämmittää ja peittää ihmisen ruumista, joista tärkein on sisäelimet sisältävä keskivartalo. Toisaalta voisi ajatella että takin päällinen on ydin kun taas vuori nappeineen ja merkkeineen on kuori, koska takki lämmittäisi, vaikka olisi ommeltu pelkästä villakangassekoitteesta. Vai lämmittääkö se niin hyvin juuri siksi että siinä on kuori, koska lämmittämisessä on oikeastaan kyse ruumiin ja ulkoiman välisessä ilmassa (vrt. untuvatakki)? Samoin takin sisällä olevaa ihmisen muotoista tilaa voisi sanoa yhdeksi kuoriosaksi takkia, koska tyhjä tila on välttämätön käytön kannalta, muttei varsinaisesti ole se lämmittävä osa. Myös kaulus on kuorta, eikä ole edes välttämätön funktion näkökulmasta, vaan sen tehtävä on enemmän perinteiden noudattaminen.

Takin sisäiset suhteet eivät ole kovin monimutkaiset koostuen kahdesta materiaalista (+ niska-laput yms.) ja kolmesta väristä (tummansininen päällinen, musta vuori ja napit ja vaaleanharmaat merkit).

2.2.2 Inter-objectual relations

Takin funktio on ilmeinen muistuttaen selkeästi kohteensa (ihmisen) muotoa. Sen syntagmaattiset suhteet voisi määrittää seuraavasti: takki - ihmisen ruumis; takki - henkari; takki - koukku; takki - ulkoilma (aurionpaiste, sade, tuuli); takki - sisäilma, esim kauppa, kauppakeskus, näyttely-tila, julkinen liikenneväline; takki - pinnat joita vasten ihminen on, esim. penkki, tuoli, raitiovaunun istuin, jopa asfaltti; takki - sen sisällä oleva tyhjä tila, takki - muut vaatteet, joiden seassa roikkuu kaupassa tai kaapissa; takki - muoti; takki - pukeutumisen perinteet. Tärkein suhde on kuitenkin takin ja ihmisen ruumiin sekä takin ja ulkoilman välillä, ts. takin rooli kohteen ja sen ympäristön välillä. Ympäristöä voisi ajatella sekä fyysiseksi (ulko- ja sisäilma) sekä "henkiseksi" (symbolit, perinteet, muoti, historia, assosiaatiot). Fyysisen ympäristön kannalta takissa on otettu käytettävyyttä huolellisesti huomioon. Ainut ristiriita on materiaalisuudessa, joka ei ole vedenkestävä, vaikka takki on tarkoitettu ulkokäyttöön. Samoin lämmittämismuotoisuudet eivät yllä koviin pakkasiin, jolloin on turvaututtava johonkin paksumpaan. Toisaalta "henkinen" ympäristö määrittää takin istuvuuden (ei juurikaan lämmittävää ilmakerrosta ihmisen ja ulkoilman välillä) ja ohuuden viitaten miesten pukuun eli klassisuuteen ja laadukkuuteen sekä sinisellä värillään uniformuun tai merenkäyntiin. Edellämainittuja ominaisuuksia on pidetty muodikkaina viime aikoina. Samaiset elementit sisältävät statuksen idean, jota käyttäjä voi viestiä käyttämällä kyseistä takkia. Esimerkiksi pusakka, untuvatakki tai mikä tahansa ei-istuva päällysvaate ei välttämättä mahdollista samaa.

2.2.3 Inter-objective relations

Vaate toimii yleensä kahdenlaisessa ryhmässä kaltaistensa kanssa: ennen ostohetkeä malliston osana ja sen jälkeen omistajan garderoobin osana. En ole nähnyt kokonaisuudessaan mallistoa, jonka osana takki on toiminut, joten en voi sanoa siitä mitään. Voisi kuitenkin arvata, että siinä on ollut muitakin tummansinisiä, klassisesti kaavoitettuja vaatekappaleita ja yleensä mallistoja suunniteltaessa otetaan huomioon sen osien yhteensopivuus toisiinsa. Yhtälailta ostaja (tässä tapauksessa minä) yrittää ottaa huomioon vaatekappaleen yhteensopivuuden omien, aiemmin hankittujen, vaatteiden kanssa. Tummansininen, yksinkertainen ja istuva päällysvaate tuntuu helpolta yhdistää monipuoliseen vaatekirjoon, koska mikään ominaisuus ei ole liian ristiriidassa takin kanssa. Esimerkiksi "säkkimäinen" takki olisi hankala yhdistää löysiin housuihin, koska siten yleisilme olisi "säkkimäinen". Kun taas istuva takki ja istuva alaosa ei hyppää samalla lailla silmään. Kyseinen takki on hyvin ympäristöön sulautuva ja huomiota herättämätön. Se on myös erittäin samankaltainen muiden vaatteiden kanssa eikä sisällä mitään erottuvia tai innovatiivisia yksityiskohtia. En sanoisi takkia siis *teokseksi* koska se on äärimmäisen funktionaalinen objekti, joka ei viittaa mihinkään muuhun kuin itseensä ja samankaltaisiin nykyaikaisiin ja historiallisiin objekteihin. Samasta syystä takkia voisi pitää modernina tai modernistisena - itseensä viittaava, form follows function-ajattelua noudattava, jokaisella osalla on jokin funktio (jopa kauluksen voi nostaa pystyyn suojaamaan tuulelta). Ainut mikä erottaa takin modernistisesta ajattelusta on sen klassisuus tai perinteet, jotka ovat tavallaan *modernin* käsitteen vastakohtia.

3 JOHTOPÄÄTÖS

3.1 TAKKI MERKKINÄ

Tulkintasuhteen ympäröivään maailmaan voisi aikaisemmin käytettyjen metodien lisäksi jakaa yksinkertaisemmin Saussuren teorian mukaisesti *merkitsevään ja merkittyyn*. Takin merkittyjä ovat mm. kylmä ilma, englantilainen herrasmies, status, modernius ja meri. Lisäksi kaikki takista löytyvät symbolit kuuluvat merkittyjen ryhmään. Toisin sanoen aiemmin kuvaillut ikoniset, symboliset sekä objektin ja ympäristön väliset suhteet ovat merkittyjä, objektin itsensä ulkopuolelta tulevia elementtejä. Takin merkitsevä on naisen lämmin vaate, koska se on muodoltaan naisen vartalon kaltainen ja ominaisuuksiltaan lämmittävään. Sana *vaate* viittaa jo itsessään johonkin ruumista peittävään.

Takin merkin lähettäjä on Tiger of Sweden, joka objektin on luonut. Vastaanottaja taas on kuluttaja (minä). En usko, että takin lähettäjän merkin ja vastaanottajan merkin välillä on kovin suurta eroa, koska objekti ja viesti ovat hyvin yksinkertaisia.

3.2 TAKIN ESITTÄVYYS

Takki edustaa *moderniutta*, mikä liittyy massatuotannon ja ready-to-wearin syntyyn. Se on itseensä viittaava modernistisella tavalla klassinen tuote. Koska moderni tai modernismi kieltää perinteet, viittaa tässä *moderniin aikakauteen* - tyyliuuntauksena ja tietyn ajan ajattelutapana. Modernismillakin voisi sanoa olevan nykyään jonkinlaisia perinteitä ja takki on modernilla tavalla klassinen, eli viittaa vain modernin käsitteen synnyn jälkeiseen pukeutumisperinteeseen. Se ei viittaa mihinkään muuhun teemaan ja yhdistää vain ilmeisen funktion sekä perinteen. Karsittua ilmettä voisi kutsua myös minimalistiseksi, koska takki on riisuttu myös ylimääräisistä taskuista (ja ne kaksi mitä siitä löytyy ovat saumoihin rakennetut, näkymättömät) ja muista yksityiskohdista - jokaisella ratkaisulla on funktio.

Takki esittää muodollisuutta muistuttaen miehen puvun takkia tai naisen jakkupuvun takkia. Muodollisuus tuo mukanaan statuksen tai uskottavuuden hengen. Yksinkertaisuus viestii funktionaalisuuden, tasa-arvon ja kaavoituksellisen laadukkuuden ihannointia. Moni sanoisi takkia *tyylikkääksi* sen ryhdikkään, huolellisen ja pelkistetyn olemuksen takia. Väittäisin takkia asioiden ydintä arvostavan aikamme tuotteeksi: samaan trendiin kuuluvat fine dining-ravintolat, jotka ovat riisuneet pöytänsä valkoisista liinoista.

Yksittäisenä kappaleena takkini esittää myös hoikkaa naispuolista ihmistä (isommat koot esittävät vähemmän hoikkaa, mutta ovat saman tyyppin muita esiintymiä). Samoin se viittaa massatuotantoon, koska on osa sarjottua kokonaisuutta ja sisältää useita kansainvälisiä symboleja. Takki edustaa vahvasti globalisaatiota jo pelkästään valmistusmaan ja Tiger of Sweden-yrityksen histo-

rian puolesta. Hoikka olemus on myös osa globaalia, länsimaista peräisin olevaa kauneusihannetta - takin pysty, kapea ja ryhdikäs kaavoitus samoin kuin tumma väri on varmasti myös tarkoitettu ”hoikentavaksi”.

Miesten pukeutumiseen viittaamalla takki myös kertoo vallan, uskottavuuden tai symbolin olevan miehisiä ominaisuuksia. Naisen on toimittava miehen tavoin saadakseen vastaavaa arvostusta. Feminismin näkökulmasta kyseistä ajatusta voisi pitää naiseutta alentavana, vaikka naisen asema olisikin takin viestin mukaan yhteiskunnallisesti korkealla. Toisaalta mikä on naisellista ja mikä ei? Postmodernisti ajateltuna voisi unohtaa koko opitun sukupuoliajatuksen. Esimerkiksi tämä takki, joskin pukuun viittaava, voisi olla myös yksinkertainen funktionaalinen vaatekappale, joka ei edusta miehisyyttä, valtaa, perinteitä eikä statusta, vaan yksinkertaisesti peittää ja lämmittää tietynlaisen ihmisen ruumista.

4 LÄHTEET

4.1 KIRJALLISUUS (MYÖS OSA KUVISTA)

Laver, James *Costume and Fashion, a Concise History*, Thames & Hudson 2002

Lönnqvist, Bo *Vaatteiden valtapeli, näkymättömän kulttuurianatomia*, Schhilds 2008

MacKenzie, Mairi ...isms, *Understanding Fashion*, Herbert Press 2009

Roetzel, Bernhard *Gentleman, A Timeless Fashion*, Könemann 2004

Vihma, Susann (toim.) *Design Semiotics in Use*, Aalto university 2010

4.2 KUVALÄHTEET (INTERNET)

<http://www.answers.com/topic/frock-coat>

<http://www.kingmagazine.se/PageFiles/67188/hilfiger.jpg>

<http://uk.ebid.net/for-sale/crombie-coat-navy-marks-spencer-vintage-wool-coat-42-25175123.htm>

<http://cgi.ebay.co.uk/>

http://ny-image2.etsy.com/il_fullxfull.112380362.jpg

<http://lilylemontree.blogspot.com/2010/02/nautical-take-on-pea-coat.html>

http://www.prestoimages.net/store/rd3022/3022_pd2092771_1.jpg

<http://whisty.files.wordpress.com/2009/04/chanel-catwalk-cuffs1.jpg>

<http://www.catwalkqueen.tv/chanelaudreytautoubiopicposter.jpg>

http://www.wingnutdesigns.com/img/Torso_0098.jpg

http://www.architecturalwiremesh.com/images/projects/nelson_torso.jpg
