

VIIKONVAIHDE



PÄHKINÄ

Kesäodotukset

• "Pessimisti ei pety" on seuraavan pääministerimme suosikkisanonta. Oletko samaa mieltä? Päteekö se esimerkiksi sinun kesäodotuksiksi? Sinulla on tietysti toiveet kesälomasi suhteen. Mutta toteutuvatko nämä haaveet koskaan? – Pysytkö nimeämään edes seitsemän yhtäläisyyttä kesälomiesi ja oikeiden lomakokemuksiesi välillä?

Haave...

... mutta näin käy

SUDOKU

Taso: Vaikea

						3		8
				7	5			
3	4						7	
7				9				
		1	6		8			
	5		2			1	6	
1						4		
4	9							
			3	9				6

Sudoku-tehtävän 478 ratkaisu. Tehtävä numero 479.

1	3	2	4	9	8	7	5	6
8	7	5	6	3	1	9	2	4
4	9	6	5	2	7	8	1	3
3	4	9	8	1	2	6	7	5
5	8	7	9	6	3	2	4	1
6	2	1	7	5	4	3	9	8
9	6	3	1	7	5	4	8	2
2	5	8	3	4	9	1	6	7
7	1	4	2	8	6	5	3	9

Täytä ristikko siten, että jokaisella pysty- ja vaakarivillä (ja paksuilla viivoilla rajatuissa 3 x 3 laatikoissa) on jokainen luku yhdestä yhdeksään. Kerran ja vain kerran! Apua Sudokun ratkaisuun osoitteessa: www.sudoku.org.uk

EDELLISEN RISTIKON RATKAISU

AS	UT		JA	OT		LA	IS	TA	VA	TA	
NU	HA		OT	SA		II	TA	RI	VO		
KU	RI		NO	KI		EK	AT	RI	LO	TT	
AR	IS		TE	LU		KAR	U	SE	LL	LI	
TI	TT		LA	LL		K	A	OL	AA	T	
			MO	LL		IL	TI	IT		V	
PO	HT		IA	AA		E	LI	UK	AS		
I	I		TA	TAR			KAM	ARI		U	
AJ	OT		KAR	U		LI	HAS	HAKA	UR	HO	
NA	AR		ASK	IS	SA	EL	INA	AP	AT	IA	
U			ANO	A		I	SU	VAS	RAT	AS	
UH	MA		MIN	SK		OT	IL	AT	LU	UK	AS
KE	INU		AL	ATI		SAN	OVA	LAN	ATA	NATA	
K	K		IR	JAT		OM	MEL	KAL	VO	TI	UT
IV	ATA		TAP	PO		TO	PATA	TU	OT	TO	

Älylaite paljastaa lakanan digisisällön

Finlayson toi viime viikolla markkinoille tekstiilejä, joihin kuuluu digitaalista sisältöä. Sisällön tarkoitus on saada ihmiset nukkumaan paremmin.

Digitaalisen sisällön yhdistäminen kodintekstiileihin on 2010-luvulla yhtä innovatiivista kuin pussilakanan tuominen Suomen markkinoille 1960-luvulla. Tätä mieltä on Finlaysonin toimitusjohtaja **Jukka Kurttila**.
Miehen toki kuuluukin ajatella näin, sillä Finlayson toi juuri markkinoille kolme uutuuksia, joihin voi omalla älylaitteellaan hakea digitaalista sisältöä.
Lakanoihin on kuosista riippuen tarjolla Muumi-sarjakuvia tai linnunlaulua, meren kohinaa ja sateen ropinaa.
Essuun, pöytäliinaan sekä patalappuun ja -kintaisiin puolestaan on sisällytetty Marttojen luomia reseptejä iltapalaksi soveltuvista ruuista.
”Sisältö kannustaa rentoutumaan ja rauhoittumaan. Kodintekstiilit eivät ole koskaan tarjonneet mitään vastaavaa”, Kurttila sanoo.

Kurttila uskoo vakaasti tekstiilien digitalisoitumiseen. Hänen mukaansa pussilakanoinakin ihmeteltiin aluksi, mutta nyt liki jokainen käyttää niitä. Oudolta tuntuneesta asiasta tuli arkipäivää.
”Aluksi ihmiset eivät ymmärtäneet pussilakanaa ollenkaan. Joku meni lakanan sisälle nukkumaan, ja toinen ratkoi saumoja auki koska luuli, että niiden ompelussa oli tapahtunut virhe. Uskon, että samoin käy tekstiilien digitaaliselle sisällöllekin.”

Ei innovaatiota sitten pussilakanan
Kurttila perustelee Finlaysonin lanseerausta sillä, että heidän mielestään kodintekstiilialalla ei ole tapahtunut kuluttajainnovaatiota sitten pussilakanoiden.
Hänen mukaansa designin perimmäinen tarkoitus on kuitenkin helpottaa kuluttajien arkea, ei vain olla kauniisti piirretty ja väritetty kuosi.
”Tajusimme, että digitalisoituminen ja kotitaloudet ovat erkaantuneet toisistaan. Samalla tuntui myös, että käsitys design-



Finlaysonin toimitusjohtaja Jukka Kurttila uskoo, että tulevaisuudessa tekstiilien digitaalisesta sisällöstä tulee arkipäivää. Finlaysonin uudesta Haavemuumi-kuosista löytyy älylaitteen avulla Muumi-sarjakuvia.

nista piti kriisiyttää, koska se on jo pitkään ollut pelkästään erilaisia kuoseja ja materiaaleja.”
Älylaitteet alkavat myös olla arkipäivää suurelle osalle suomalaisista. Koska mobiilitekniologia on jo kiinteä osa ihmisten elämää, on sen hyödyntäminen myös kodintekstiileissä Kurttilan mukaan luonnollista.
”Vaikka tuotteissa on digitaalista sisältöä, ne on suunniteltu tuote eikä sisältö edellä. Sisältö on vain ekstrapalvelu, jota kenenkään ei ole pakko hyödyntää, ellei niin halua.”

Älylaitteet jo muutenkin makuuhuoneessa
Päätyminen juuri rauhoittavaan sisältöön ei ollut vaikea päätös, koska rauhoittuminen on keskeinen osa Finlaysonin aiempiakin tuotteita. Kurttilan mukaan Suomessa on myös 1,3 miljoonaa ihmistä, jotka kärsivät nukahtamisvaikeuksista vähintään viikoittain.
”Miksi emme tekisi sisältöä, jolla voimme auttaa ihmisiä nu-

kahtamaan”, mies kysyy.
Kurttila ei pidä ongelmana sitä, että rauhoittumiseen ohjaava uusi digisisältö tuo älylaitteet yhä kiinteämmin ihmisten makuuhuoneisiin. Hänen mukaansa puhelin on jo muutenkin lakanoiden välissä.
”Kyse ei ole mistään videopelistä, joka pistäisi veren kiertämään. Laitetta ei myöskään varsinaisesti tuijoteta, vaan esimerkiksi kuunnellaan. Lisäksi moni lukee ennen nukahtamistaan. Itse ainakin usein katson vielä sängyssä tuoreimmat otsikot, eikä se häiritse nukahtamistani lainkaan.”

Tulevaisuudessa ehkä digitaalisia pesuohjeita
Kurttilan mukaan digitalisoituminen on tullut jäädäkseen. Hän on myös varma, että tulevaisuudessa kaikkiin tekstiileihin tullaan liittämään enemmän tai vähemmän digitaalista sisältöä.
Finlaysoninkin kohdalla nyt markkinoille tuodut tuotteet

» Kyse ei ole mistään videopelistä, joka pistäisi veren kiertämään.

JUKKA KURTILA

ovat vain päänavaus. Tavoite on lisätä digitaalista sisältöä tuotteisiin esimerkiksi tuotetietojen muodossa, vaikka nyt onkin lähdeetty liikkeelle viihdelinjalla.
”Tietoa voisi olla vaikkapa tuotteen alkuperästä ja valmistuksesta tai hoito-ohjeista. Kaikkihan tietävät, kuinka ärsyttävää on, kun pesulappu ei enää ole kiinni tuotteessa. Digitaalinen sisältö ei kuitenkaan tule korvaamaan pesu- ja muita tuotelappuja, koska lain mukaan tuotteissa täytyy olla sellaiset”, Kurttila selittää.
Kuoseihin liitetyn digitaalisen materiaalin saa näkyviin lataamalla sitä varten suunnitellun sovelluksen älylaittee-



Puutarha-kuosista löytyy seitsemän Marttojen iltapalareseptiä. Niillä tehtyä ruokaa voi syödä ennen nukkumaanmenoa ilman pelkoa yönien häiritymisestä.

seensa. Kun sovelluksen kautta avatulla laitteen kameralla osoittaa kuosia, kamera tunnistaa kuosin muodot ja avaa oikean sisällön.
”Koska kamera tunnistaa muotoja, ei ole mahdollista, että jokaisella kuosilla olisi omanlaisensa sisältö. Hoito- ja pesuohjeet voisi saada näkyviin esimerkiksi yrityksen logoa kuvaamalla”, Kurttila suunnittelee.

ANNIINA KAJANDER

hissiyhtiö MAINIO Ruusunen ISOIHIN KULJETUKSIIN

JAPANISSA 2. **EI KOKO DUUNI** **WERT-MÜLLER** **MERK-KI**

3. **PIENI** **ILLOI-SEMPI** **ITALI-ASSA ENNEN** **VI-KING** **TAHVO**

4. **NAÄN KÄVI VAALEISSA!** **OOH!** **JUMALA TÖH-RITTY** **JEESATA SIOIT-TAJA** **SÄYSEÄ JALO-KIVI** **KAN-NAT-TAVIA**

SIPILÄSTÄ PÄÄMINISTERI! **ASSIS-TENTIN VERRI** **HAU-TAJAI-SISSA** **-MAA YLE-LISTÄ** **SAU-NOISSA** **LEIK-KEJÄ**

MT **4.** **ASIKAINEN** **MATTOJA** **HEL-LÉN** **KUS-TAN-TAA**

www.sanaris.fi / laadinta Erkki Vuokila, ulkoasu P. A. Manninen