

Helsingin yliopisto
Taloustieteen laitos
Kuluttajaekonomia

**”Siulle tää on vitosen ja kaks saat kympillä”
– Kirpputorit tavarasuhteiden ilmentäjinä ja
kirpputorituristien vapaa-ajanviettopaikkoina**

**MAISTERINTUTKIELMA KULUTTAJAEKONOMIASSA MAATALOUS-
METSÄTIETEIDEN MAISTERIN TUTKINTOA VARTEN**

Hannele Pekkonen
Syksy 2009

HELSINGIN YLIOPISTO — HELSINGFORS UNIVERSITET — UNIVERSITY
OF HELSINKI

Tiedekunta/Osasto — Fakultet/Sektion — Faculty		Laitos — Institution — Department	
Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta		Taloustieteen laitos	
Tekijä — Författare — Author			
Hannele Pekkonen			
Työn nimi — Arbetets titel — Title			
”Siulle tää on vitosen ja kaks saat kympillä” – Kirpputorit tavarasuhteiden ilmentäjinä ja kirpputorituristien vapaa-ajanviettopaikkoina			
Oppiaine — Läroämne — Subject			
Kuluttajaekonomia			
Työn laji — Arbetets art — Level	Aika — Datum — Month and year	Sivumäärä — Sidoantal — Number of pages	
Maisterin tutkielma	lokakuu 2009	82 s. + liitteet 9 s.	
Tiivistelmä — Referat — Abstract			
<p>Tutkielmani tavoitteena on kuvata tämän päivän kirpputoreja ilmiönä. Tarkastelen kirpputoreja kolmen teeman kautta. Ne ovat tavarasuhteet, puhtaus ja niin sanottu kirpputoriturismi. Tutkimukseni empiirinen osa koostuu 11 teemahaastattelusta sekä Valtteri-kirpputorilla tapahtuneesta havainnoinnista. Tutkimuskohteenä minulla ovat kirpputoreja käyttävät ihmiset. Haastateltavia hain ilmoituksella Valtteri-kirpputorilta. Lisäksi oma myyntipäiväni 15.11.2008 Valtterissa tuotti haastateltavia. Kirjoitin haastatteluista yhteenvedot ja analysoin aineistoa teemoittelun avulla.</p> <p>Suhde vanhoihin tavaroihin ja käytettyihin vaatteisiin ei ole yksiselitteinen. Kirpputoreilla esineet herättävät joskus henkilökohtaisia muistoja. Toisinaan ostaja ei edes halua tietää esineen historiaa, koska kontekstietojen liittäminen esineeseen saattaa vaikeuttaa omien merkitysten siirtämistä esineeseen ja täten hankaloittaa esineen haltuunottoa. Vanhoihin esineisiin liittyy myös nostalgiankaipuu. Tärkeintä ei välttämättä ole itse esine eikä sen historia, vaan esineestä saatu henkilökohtainen nostalginen muisto. Vanhojen tavaroiden ja käytettyjen vaatteiden puhdistus on rituaalinen toimenpide, jolla tavara tai vaate pyritään ottamaan haltuun. Puhdistamisen tarkoituksena on, että tavaran tai vaatteen sidos vanhaan omistajaan onnistuttaisiin katkaisemaan. Aineistoni perusteella varsinkin vanhemmat ihmiset saattavat edelleen epäillä kirpputorien puhtautta. Kirpputoreihin ei tänä päivänä kuitenkaan enää liitetä sellaisia inhon tunteita kuin ennen. Puhtaudelle on vaikea määritellä tiettyjä rajoja kulttuurista ja yleisestä normijärjestelmästä huolimatta.</p> <p>Haastatteluaineistoni perusteella kirpputoreja kierrellään mieluusti vapaa-ajalla. Kirpputorituristi tekee havaintoja ympäristöstä, ihmisistä sekä kirpputorin kulttuurista, joka saattaa poiketa perinteisestä kulttuurista. Kirpputorituristi kohtaa kirpputorilla myös kanssaihmiä. Vaikka toisten ihmisten kanssa kommunikointi ja oleminen kirpputorilla olisivatkin rentoa, voi väenpaljous silti ärsyttää kirpputorilla aikaansa viettävää ”lomalaista”. Ajanviettäminen kirpputorilla täyttää shoppailun tunnusmerkit. Näin ollen kirpputorilta voi olla vaikea poistua ilman niin sanottua matkamuistoa tai tuliaista.</p>			
Avainsanat — Nyckelord — Keywords			
kirpputori, tavarasuhde, puhtaus, kirpputoriturismi, kirpputorituristi			
Säilytyspaikka — Förvaringsställe — Where deposited			
Taloustieteen laitos, kuluttajaekonomia; Viikin tiedekirjasto			
Muita tietoja — Övriga uppgifter — Further information			

HELSINGIN YLIOPISTO — HELSINGFORS UNIVERSITET — UNIVERSITY OF HELSINKI

Tiedekunta/Osasto — Fakultet/Sektion — Faculty Faculty of Agriculture and Forestry		Laitos — Institution — Department Department of Economics and Management	
Tekijä — Författare — Author Hannele Pekkonen			
Työn nimi — Arbetets titel — Title “This is fiver for you and you get two tenner” – Flea market demonstrate goods relation and passing the time place for flea market tourists			
Oppiaine — Läroämne — Subject Consumer Economics			
Työn laji — Arbetets art — Level Master`s theses	Aika — Datum — Month and year October 2009	Sivumäärä — Sidoantal — Number of pages 82 p. + appendixes 9 p.	
Tiivistelmä — Referat — Abstract <p>The purpose of my thesis was to portray the contemporary flea markets as a phenomenon. I examined flea markets by using three themes; relationship to products, cleanliness and the flea market tourism. The empirical part of the thesis consisted of 11 interviews that covered all three themes and of observations made at flea markets. Interviewees were found through an ad posted at flea market Valtteri at the Vallila storehouses. Furthermore, I also found interviewees when I had my own stall at flea market Valtteri on 15th November 2008. I wrote summaries of the interviews and analysed the information by themes.</p> <p>The relation to used goods and clothing is not unambiguous. At flea markets, products evoke personal memories. Sometimes the buyer does not even want to know the history of the item. Associating background information with the item can hinder the creation of personal connection with the item and thus complicate custody. Old or used products also create a sense of nostalgia. The most important thing is not necessarily the product itself or its history, but rather a personal nostalgic memory that is created. Cleaning used goods and clothes is a ritual-like procedure, through which custody of the product is taken. The aim of the cleaning ritual is to cut the bond between the product and its previous owners. According to my findings, especially the elderly may be suspicious about the cleanliness of flea markets. However, feelings of disgust, previously associated with flea markets, do no longer exist. It is very difficult to define and measure cleanliness despite civilization and public standardsystem.</p> <p>According to my findings, people gladly browse through flea markets in their spare time. A flea market tourist perceives the environment, the people and the flea market culture, which may differ from the conventional culture. At flea markets, the flea market tourist also meets his or her fellowmen. Although conversing and socialising at flea markets is often relaxed, the throng can aggravate tourists spending time at the flea market. In addition, spending time at flea markets meets the criterion of shopping; hence it can be difficult to leave without a “souvenir”.</p>			
Avainsanat — Nyckelord — Keywords flea market, goods relation, purity, flea market tourism, flea market tourist			
Säilytyspaikka — Förvaringsställe — Where deposited Department of Economics and Management, Consumer Economics; Viikki Science Library			
Muita tietoja — Övriga uppgifter — Further information			

Isille.

Olisit minusta ylpeä.

SISÄLLYS

1 Johdanto	1
1.1 Tavoitteenasettelu	2
1.2 Tutkimuksen rajaaminen ja käsitteistö	3
1.3 Tutkimuksen eteneminen	4
2 Tutkimuksen lähestymistapa ja aineisto	5
2.1 Kirpputoritutkimuksen perinne	5
2.2 Tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat	8
2.3 Tutkimuskohde	9
2.4 Haastattelut ja havainnointi	11
2.5 Aineiston analyysi	17
3 Kirpputoriostelijoiden ja -myyjien suhde vanhaan tavaraan	19
3.1 Tavaroiden maailma	19
3.2 Tavaroiden sosiaalinen ulottuvuus	21
3.3 Tavara saa hyvän kodin	23
3.4 Toisen roska on toisen aarre	26
3.5 Vanhojen esineiden erityisyys	31
4 Puhtauden problematiikka kirpputoriostelussa	34
4.1 Lian ja puhtauden määritelmät	34
4.2 Kohti puhtaampaa ja siistimpää vaatevalikoimaa	36
4.3 Mikä on kyllin puhdasta käytetyksi?	39
4.4 Puhtauden rajat	42

5 Kirpputoriturismi	47
5.1 Kirpputori ajanviettopaikkana	48
5.2 Kohtaamisia	51
5.3 Kirpputori erityisenä kauppaympäristönä	55
5.4 Tinkiminen, matkamuisto ja tuliainen	61
6 Johtopäätökset ja tutkimuksen arviointi	66
6.1 Johtopäätökset	66
6.2 Tutkimuksen onnistuminen	68
6.3 Tutkimuksen luotettavuus	70
6.4 Jatkotutkimusaiheita	72
Lähteet	75
Muut lähteet	82
Liitteet	83

1 Johdanto

Tavarat ja niiden runsaus symboloivat länsimaista kulutusta. Kotitalouden tavaravali-koima riippuu vahvasti sen kiinnostuksen kohteista ja luonteesta: toiset hamstraavat kaiken, toisilla tavarat taas ovat nopeassa kierrossa. Itselle ylimääräiset tavarat voi sijoittaa monin eri tavoin, kun niitä ei enää tarvitse: ne voi sulloa komeroihin, vintille ja kellariin tai viedä vaikkapa kirpputorille myyntiin. Kirpputorit ovat Suomessa varsin suosittuja, sillä vuonna 2006 toreilla oli ostanut tai myynyt tavaroitaan noin 800 000 taloutta (Nurmela 2008, 297-299).

Maailman suurissa metropoleissa kirpputoreja on pidetty ainakin 1700-luvulta lähtien. Kirpputorit eivät ole Suomessakaan uusi ilmiö, sillä vastoin yleistä käsitystä kirpputoreja on järjestetty meillä jo 1700-luvun loppupuolelta lähtien. Tuolloin toreja kutsuttiin ”Narinkoiksi” ja niitä oli tietävästi ainakin Helsingissä, jonne ne olivat saapuneet Venäjältä isonvihan jälkeen (Pehkonen 1991, 111-115).

Suomessa kirpputorien historiallisen kehityksen voi nähdä siirtymisenä hyväntekeväisyystoreista yksityisten ihmisten kaupankäyntiin, sillä 1900-luvun alkupuolelta aina 1980-luvulle saakka Suomessa toimivat kirpputorit olivat suurimmaksi osaksi hyväntekeväisyyskirpputoreja. Näiden lisäksi kirpputoreja järjestivät erilaiset seurat ja yhdistykset, joilla on niilläkin merkittävä rooli suomalaisessa kirpputorihistoriassa. Nyky-
muotoinen kirpputori on peräisin 1980-luvulta. Pääkaupunkiseudun ehkä tunnetuin kirpputori, ”Hietsuntori” avattiin Hietalahden kauppahallin kupeeseen 1980-luvun alkupuolella. (Mäenpää 1993, 33.)

Tänä päivänä kirpputorit ovat koko kansan ostopaikkoja ja vanhaan tavaraan sekä käytettyihin vaatteisiin liitetty häpeä ja köyhyudentunne ovat antaneet tilaa uudelle, avarakatseisemmalle ajattelutavalle. Kirpputorien idean omaksumista sen nykyisessä muodossa voidaan kuvata useammalta taholta. 1990-luvun alun laman ohella (ks. Keskinen 1994) eräänä selityksenä kirpputorien suosiolle on esitetty kirpputorien ajanviettouttuvia. Yhä useammalle kirpputorilla kiertely on vapaa-ajanvietettä. Syitä kirpputorien suosioon voidaan löytää myös vallitsevista ekologisista trendeistä. Lisäksi kirppu-

torien eri vuosikymmeniltä peräisin oleva tavarapaljous viehättää niin keräilijöitä kuin nostalgiannälkäisiäkin.

Kasvaneen suosion myötä kirpputorit ovat joutuneet kuitenkin uudentyyppisten ongelmien eteen. Otsikoihin ovat nousseet varastetun tavarahan kaupustelu sekä ammattimainen myynti. Kaupan keskusliitto ja Liikealan ammattiliitot ovat kiinnittäneet huomiota kiihtyvään kirpputorikauppaan ja ovat vaatineet lainsäädännön ja valvonnan tiukentamista. Joidenkin toimijoiden mielestä kirpputorikauppa voidaan nähdä keinona harjoittaa ammattimaista liiketoimintaa kiertämällä veroja. Sääntöjen yhteiskunnassa säätely ulottumattomissa olevat markkinat kuitenkin kiehtovat.

1.1 Tavoitteenasettelu

Tarkastelen tässä tutkimuksessa ihmisten suhdetta ja suhtautumistapoja vanhoihin tavaroihin ja käytettyihin vaatteisiin. Tarkasteluympäristönä toimivat kirpputorit, sillä ne tarjoavat vanhojen tavaroiden ja käytettyjen vaatteiden tarkastelulle ihanteellisen tutkimusympäristön.

Käytetyistä vaatteista puhuttaessa on vaikeaa ohittaa niiden puhtauteen liittyviä kysymyksiä. Siksi pohdin tässä tutkimuksessa myös käytettyjen vaatteiden puhtautta ja puhtauteen liittyviä mielikuvia. Lisäksi luon katsauksen kirpputorien ilmapiiriin ja siihen, kuinka kirpputoreilla ollaan kun kirpputorituristi, eli vietetään aikaa ja tehdään ostoksia ikään kuin lomalla olevat turistit.

Tutkimusongelmani on selvittää kuluttajien suhdetta vanhoihin tavaroihin ja käytettyihin vaatteisiin, sekä tutkia käytettyihin vaatteisiin liittyviä mielikuvia ja näkemyksiä puhtauden näkökulmasta. Lisäksi tarkoitukseni on selvittää sitä, miten kirpputoreilla ollaan ja millaisia periaatteita siellä noudatetaan.

Tutkimuskysymykset olen muotoillut seuraavasti:

1. Miten ihmiset suhtautuvat vanhoihin tavaroihin?
2. Millaisia puhtauteen liittyviä mielikuvia käytettyihin vaatteisiin liitetään?
3. Millaisina ajanviettopaikkoina kirpputorit koetaan ja millaisia periaatteita niillä noudatetaan?

1.2 Tutkimuksen rajaaminen ja käsitteistö

Kirpputorit voidaan jakaa neljään ryhmään: hyväntekeväisyysjärjestöjen kirpputorit (esimerkiksi UFF), peruskirpputorit ja niiden pienemmät versiot esimerkiksi tyhjiksi jääneissä liiketiloissa (esimerkiksi Hietaniemen kirpputori), yhdistelmäkirpputorit (esimerkiksi kapakka ja kirpputori) ja amatöörikirpputorit (esimerkiksi taloyhtiöiden, koululuokkien ja seurojen kirpputorit). (Keskinen 1994, 156-159.)

Lisäksi kirpputorit voidaan jakaa edelleen kahteen luokkaan sen mukaan tapahtuuko myyntityö sisä- vai ulkotiloissa. Kokonaan oman ryhmänsä muodostavat pienelle ryhmälle suunnatut putiikit tai niin sanotut luksuskirpputorit. Ne ovat erikoistuneet kapealle alueelle, kuten tietyn vuosikymmenen tavaroihin tai keräilyesineisiin (esimerkiksi Play it again Sam Helsingissä). (mt., 156-159.)

Tämä tutkimus koskee pääasiassa peruskirpputoreja. Suurin osa havainnoista, joita tein tätä tutkimusta varten on kerätty Valteri-kirpputorilta Vallilan makasiineilta. Haastatteluaineistossa esiintyy tosin jonkin verran mainintoja myös hyväntekeväisyysjärjestöjen kirpputoreista. En kuitenkaan käsittele niitä sen enempää tässä tutkimuksessa, kuin mitä aineiston kannalta on tarpeellista eheän kokonaiskuvan muodostamiseksi. Samoin rajaan internetissä tapahtuvan kirpputoritoiminnan tutkimukseni ulkopuolelle.

Tutkimukseni käsitteistö rakentuu pääosin kolmen teeman ympärille. Ne ovat tavarasuhteet, puhtaus ja kirpputoriturismi. Käsitelen teemoihin liittyviä keskeisiä käsitteitä etenkin luvuissa 3, 4 ja 5. Kirpputorista käytän joko ”kirpputori”- tai ”tori” -käsitettä asiayhteydestä riippuen. Tavaroista esiintyy joissakin yhteyksissä myös termi ”esine”. Tässä tutkimuksessa ”tavara” ja ”esine” tarkoittavat samaa asiaa, eli sitä aineellista objektia, joka on omistuksen tai kaupan kohteena.

Tavaroita ja esineitä käsittelevien lukujen yhteydessä käytän termiä ”vanha”, kun taas vaatteita käsittelevissä tekstinkohdissa esiintyy termi ”käytetty”. Kuitenkin luvussa 2.1, jossa esittelen kirpputoritutkimuksen perinnettä, termit ”käytetty” ja ”vanha” sekoittuvat riippuen siitä miten kyseisen tutkimuksen tekijä on termejä tutkimuksessaan käyttänyt.

Tässä tutkimuksessa termi ”vanha” tarkoittaa yleisesti kirpputoriesineitä. En ole asettanut vanhalle tavaralle ikäluokituksia, koska se ei ole mielestäni tämän tutkimuksen kannalta oleellista. Vaatteiden yhteydessä esiintyvä termi ”käytetty” taas viittaa siihen, että vaate on ollut ennen nykyistä ostohetkeä yhdellä tai useammalla henkilöllä käytössä. Tekstissä esiintyy muutamissa kohdissa myös termi ”tuote”, joka tarkoittaa lähinnä teollisen toiminnan tulosta eli ”hyödykettä”. Hyödyke on myös termi, joka esiintyy tässä tutkimuksessa.

1.3 Tutkimuksen eteneminen

Tämä tutkimus etenee kolmen määrittämäni teeman mukaisessa järjestyksessä. Teemojen järjestys on sellainen, että ensin käsittelen tavarasuhteita, sen jälkeen puhtautta ja viimeiseksi kirpputoriturismia. Olen valinnut teemojen etenemisjärjestyksen niin, että lukijalle olisi mahdollisimman helppoa ja loogista seurata työn kulkua. Teemojen tarkoitus on rakentaa tutkimusta niin, että edellisestä luvusta saatu tieto palvelisi lukijaa seuraavassa luvussa.

Tutkimus etenee siten, että luvussa kaksi käsittelen tutkimuksen lähestymistapaa ja luon katsauksen kerättyyn aineistoon. Luvun lopussa valotan analyysitapaa, jolla olen avannut keräämääni aineistoa. Kolmannen luvun teemana ovat vanhoihin esineisiin liittyvät tavarasuhteet. Tavarasuhteita tarkastelen niin ostajan kuin tavaroita myyvänkin osapuolen vinkkelistä. Luku rakentuu tavaroiden sosiaalisesta ulottuvuudesta, esineistä luopumisesta ja esineiden haltuunotosta aina vanhojen esineiden erityisyyteen. Luvussa neljä käsittelen puhtauteen liittyvää problematiikkaa kirpputoriostelussa.

Luvussa neljä tarkoitukseni on siis määritellä puhtautta ja toisaalta likaa, pohtia puhtauteen liitettäviä mielikuvia sekä miettiä, millaisia rajoja puhtaudelle voidaan määritellä vai voidaanko niitä. Viides luku käsittelee kirpputoriturismia. Pohdin millaisia kirpputorit ovat tiloina, ajanviettopaikkoina ja miten ihmiset toreilla käyttäytyvät. Näitä havaintoja tarkastelen matkailun ja turismin näkökulmista. Luvussa kuusi esitän koavaa pohdintaa tutkimukseni pohjalta. Lisäksi tarkastelen viimeisessä luvussa tämän tutkimuksen onnistumista ja luotettavuutta. Tämän jälkeen mietin, millaista tutkimustietoa kirpputoreista olisi mielenkiintoista saada jatkossa. Lopuksi esitän vielä ideoita ja ehdotuksia siitä, miten ehdottamiani jatkotutkimusaiheita voitaisiin toteuttaa.

2 Tutkimuksen lähestymistapa ja aineisto

2.1 Kirpputoritutkimuksen perinne

Suhteellisen pitkäästä historiastaan huolimatta kirpputoreja on tutkittu varsin vähän. Jutta Järvinen (1996) on tutkinut kirpputoreja sosiaalipolitiikan oppiaineen pro gradu -tutkielmassaan. Järvinen on tarkastellut kirpputorien merkityksiä ostajan näkökulmasta. Järvisen tutkimuksessa keskeistä kirpputoriostajille ovat elämykset ja kirpputorios- tamisesta saatava mielihyvä. Mielihyvän lähteet poikkeavat Järvisen tutkimuksessa toi- sistaan ostajatyyppeiden välillä.

Tuorein Suomessa tehty kirpputoreihin liittyvä tutkimus lienee Tilastokeskuksen Kulu- tustutkimus 2006. Siinä käsitellään tavaroiden kierrätystä ja ollaan kiinnostuneita kirpp- putorien osalta lähinnä kotitalouksien osto- ja myyntitiheydestä sekä muista taloudelli- sista seikoista, jotka liittyivät kirpputoreilla osteluun ja myymiseen. Lisäksi tutkimuk- sessa kartoitetaan internetin käyttöä kirpputoriostelussa ja -myymisessä. (Nurmela 2008, 297-299.)

Kirpputorit ovat Kulutustutkimus 2006:n mukaan melko suosittuja. Vuonna 2006 haas- tattelua edeltäneen kolmen kuukauden aikana kahdeksan prosenttia talouksista (noin 200 000 taloutta) oli myynyt toreilla jotakin ja 24 prosenttia talouksista (noin 600 000 taloutta) oli ostanut. Tutkimuksessa todetaan lisäksi, että sekä ostaminen että myymi- nen lisääntyvät selvästi talouden koon kasvaessa. (mt.)

Kulutustutkimus 2006:n mukaan kirpputoreilla käymisessä on vain vähäisiä eroja asuinkunnan taajama-asteen mukaan. Yhden ja kahden hengen talouksissa nuoremmat myyvät useammin kirpputoreilla kuin vanhemmat taloudet, mutta hieman yllättäen yh- den hengen talouksista alle 30-vuotiaat ja 60–69-vuotiaat ostavat kirpputoreilta use- ammin kuin keski-ikäiset. Kahden hengen talouksissa kirpputoriostaminen taas vähe- nee iän myötä. Kirpputoreilla myyneiden keskimääräinen myyntitulo oli vuonna 2006 (Kulutustutkimus 2006:n haastatteluja edeltäneeltä kolmelta kuukaudelta) noin 145 eu- roa. Vastaavasti kirpputoreilla ostoksia tehneiden arvio kolmen kuukauden ostoksiin käytetystä rahasta oli noin 68 euroa. (mt.)

Kansainvälisellä kentällä Clifford Geertz, Hilden Geertz ja Lawrence Rosen (1979) ovat tutkineet 1970-luvun lopulla basaarikaupankäyntiä Marokossa. Samoin kuin kirpputorikaupankäynnille basaarikaupankäynnille on ominaista vapaa käyskentely kauppa-alueella ja pyrkimys saada aikaan kaupankäyntiä. Vaikka basaarikaupankäynnillä voidaan sanoa olevan yhtäläisyyksiä kirpputorikaupankäynnin kanssa, on kuitenkin syytä muistaa, että kyseessä on kaksi eri ilmiötä.

Antropologi John F. Sherry Jr. (1990) on tutkinut yhdysvaltalaisia Keskilännen alueen kirpputoreja etnografisesti sosiokulttuurisessa valossa. Sherryn tutkimus tarkastelee kirpputoreihin liittyvää institutionaalista pulmallisuutta ja toisaalta Keskilännen kirpputorien ja kauppapaikkojen sosiokulttuurista merkittävyyttä. Tutkimuksessa käsitellään ostajien ja myyjien käytöstä markkinapaikoilla, paikan ilmapiiriä, kulutuksen sosiaalisia ulottuvuuksia sekä kulutusta kokemuksen kannalta..

Sherry (1990) toteaa kirpputorien olevan oivallinen paikka tutkia kuluttajien käyttäytymistä markkinapaikoilla, koska kirpputorit stimuloivat käyttäytymistä niin monin eri tavoin, toisin kuin muodollisemmat kauppapaikat. Kirpputoreilla on normaalia, että hinnat heilahtelevat. Tavaroiden ikä ei ole toreilla häpeä, vaan tavaroiden kulumat ja ajan patina nähdään ennemminkin takuuna laadusta.

Ruotsalainen etnologi Cilla Fredriksson (1991) on tutkinut ruotsalaisten kirpputorien kehitystä. Hänen mukaansa käytettyjen tavaroiden markkinat olivat Ruotsissa pienet vielä 1950- ja 1960-luvuilla. 1970-luvullakin käytettyjä tavaroita ostivat pääasiassa vähävaraiset ja heille solidaarisuuttaan osoittavat ja kerskakulutusta vastustavat nuoret. Fredriksson nimeää 1980- ja 1990-luvut yksilöllisyyden vuosikymmeniksi. Niiden kulessa kekseliäisyyden ja oma-aloitteisuuden arvostus on muuttanut ruotsalaisten suhtautumista kirpputoreihin. Kirpputoreista on Fredrikssonin mukaan tullut yleinen markkinointikanava, mutta niihin ei juurikaan enää liitetä 1970-luvun ”vaihtoehtoelämäntavan” symboliikkaa.

Suomessa suhtautuminen käytettyihin tavaroihin on Marita Jalkasen (1996) etnologian oppiaineen pro gradu -tutkielman mukaan ollut samankaltaista kuin Ruotsissa. Toisen maailmansodan jälkeinen aika oli Suomessa taloudellisen elpymisen aikaa ja siksi 1950- ja 1960-luvuilla tuotteen uutuus oli määräävänä tekijänä sen saaman arvostuksen

määrittämisessä. Vanhoille ja käytetyille esineille ei annettu juurikaan arvoa. Nykyistä kirpputorien ja käytettyjen tavaroiden kierrättämisen suosiota voisi Jalkasen mielestä pitää jonkinlaisena jatkeena 1980-luvun kerskakulutukselle. Tavaratalojen uutuustuotteet ovat vain vaihtuneet kirpputorien käytettyihin tavaroihin. Kulutuksen perimmäinen idea olisi siten säilynyt saaden vain uudenlaisen muodon. (Jalkanen 1996, 31.)

Osa Jalkasen (1996) informanteista kritisoi kirpputoreja, koska heidän mielestään ne yllyttävät ihmisiä tuhlaavaisuuteen. Kirpputoreille viedään vastaajien mukaan vielä käyttökelpoisia tavaroita, joihin on kyllästytty ja hankitaan sitten uusia tilalle. Vanhemmat vastaajat toivat esille vastenmielisyytensä käytettyjä vaatteita kohtaan. Vastenmielisyys johtuu Jalkasen mukaan siitä, että ennen ihmisten oli olosuhteiden pakottamana pukeuduttava käytettyihin vaatteisiin.

Suhteellisen tuoretta tutkimusta kansainvälisessä kirpputoritutkimuksessa edustaa Anne De Bruin ja Ann Dupuisin (2000) tutkimus Uuden-Seelannin suurimmista katu-markkinoista, Otaran kirpputorialueesta. Tutkimuksessa perustuu 24 kirpputorimyyjän haastatteluun. Tutkimuksen tavoitteena on antaa välineitä ymmärtää vähemmän virallista taloudellista aktiviteettia eli kirpputoreilla myymistä. Tutkimuksessa pyritään myös arvioimaan sitä, millä tasolla myyntityö voi turvata myyjälle vakaat tulot. Lisäksi tutkimuksessa käsitellään myyjän oikeuksia laillisista näkökulmista.

Tutkimuksessa on eritelty tarkkailun kohteiksi ympäristö sekä myyjän näkökulma myymiseen ja kaupantekoon. Tutkimuksessa kuvataan tarkoin haastateltavien myyjien mielteitä kirpputori-markkinoilla myymisestä. Tutkimuksen mukaan koko perhe osallistuu myyntityöhön ja se on usealle perheelle ainoa elannon lähde. Myyntityötä harjoitetaan tavallisesti pitkäaikaisesti. Tutkimuksessa nimimerkillä ”Mr. Fraser” esiintyvä mies kertoo myyneensä äitinsä kanssa markkinoilla viimeiset kymmenen vuotta. (mt.)

Kirpputoreja sivuavaa tutkimusta on sitä vastoin tehty varsinaista kirpputoritutkimusta laajemmin. Esimerkiksi kirpputoreihin oleellisena osana liitettävää keräilyä ovat tutkineet Maria Koskijoki (1994) kulttuuriantropologian oppiaineen pro gradu -tutkielmassaan ja Elina Kiuru (1995) etnologian oppiaineen pro gradu -tutkielmassaan. Myös kuluttajaekonomian oppiaineessa on tehty pro gradu -tutkimuksia kirpputori-

ilmiötä sivuten. Sari Mäki (2005) on tutkinut leipäjonon arkea, Kirsi Näkki (2006) vapaaehtoisesti vaatimattomia ja Jenni Rantala (2006) roskisdyykkareita.

2.2 Tutkimuksen tieteenfilosofiset lähtökohdat

Tässä luvussa tarkoitukseni on selventää tutkimukseni tieteenfilosofisia ratkaisuja. En kuitenkaan väitä tai edes oletta, että tutkimukseni edustaisi puhtaasti tiettyjä tieteenfilosofisia suuntauksia, joita esittelen. Tutkimuksenteossa ongelmallisuus tai onni on erilaisten teorioiden ja näkemysten kietoutuneisuus.

Valinnoissa on oltava tarkkana, sillä jos tutkija liikkuu traditioiden ääri-laidoilla, saattaa hän ajautua vaikeuksiin. Ääri-laidoilla liikuttaessa tutkija saattaa sotkeutua näkemysten välisiin ristiriitoihin, joita voi olla vaikeata puolustaa. Tutkijan tekemillä valinnoilla on vaikutusta tutkimusprosessin kaikissa vaiheissa, ja tutkimuksen tulokset ovat siten myös näiden valintojen tulos. (Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005.)

Koskinen, Alasuutari ja Peltonen (2005, 37) neuvovat hahmottelemaan tieteenfilosofiset erottelut käytännöllisesti. Olen itse pyrkinyt selvittämään valintojani mahdollisimman havainnollisesti ja kontekstiin sitoen. Lisäksi olen perustellut tekemiäni valintoja, jotta lukijalle selviäisi, miksi olen valinnut juuri tietyn lähestymistavan jonkin muun lähestymistavan sijaan.

Tässä tutkimuksessa käytetty tutkimusote on kvalitatiivinen eli laadullinen. Kvalitatiivinen tutkimus on perusteltua, sillä kvantitatiivisessa tutkimuksessa olisin joutunut ennalta määräämään vastausvaihtoehdot eivätkä tutkittavien todelliset asenteet ja merkitykset olisi välttämättä tulleet esille. Sen sijaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavat pääsivät kertomaan oman näkökulmansa asiaan ilman, että tutkija olisi ohjannut heitä ajattelemaan tietyllä tavalla. Kvalitatiivisen tutkimuksen voidaan sanoa olevan käytännönläheistä työskentelyä. Tietoa hankintaan kokonaisvaltaisesti ja aineisto koottaan todellisissa tilanteissa eikä esimerkiksi järjestetyissä laboratorio-olosuhteissa. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 155.)

Laadullisen tutkimuksen yhteydessä tehtävien haastattelujen tulkintaan sovelletaan tavallisesti niin sanottua faktanäkökulmaa. Faktanäkökulma tarkoittaa sitä, että haastatte-

luissa ollaan kiinnostuneita niistä tiedoista eli faktoista, joita käytettävät lähteet välittävät tutkittavasta asiasta. Faktanäkökulma ei kuitenkaan tarkoita sitä, että tutkija pitäisi kaikkea kuulemaansa tai lukemaansa totena. Kyse on ennemminkin siitä, että puhetta tai tekstiä pyritään tarkastelemaan faktojen näkökulmasta. Faktanäkökulman käyttö haastatteluaineiston analyysiin perustuvassa laadullisessa tutkimuksessa on jopa niin yleistä, että on vaikeaa kuvitella tilannetta, jossa sitä ei joltain osin sovellettaisi. (Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005, 62-63.)

Tämä tutkimus edustaa faktanäkökulman lisäksi kuitenkin tietyiltä osin myös näytenäkökulmaista lähestymistapaa. Alasuutarin (1999) mukaan fakta- ja näytenäkökulma kietoutuvat aina toisiinsa. Näytenäkökulma tarkoittaa sitä, että tutkija tekee havaintoja ainoastaan tutkimusaineistosta. Näytenäkökulmaa käyttävä tutkija ei ole kiinnostunut siitä, miten luotettavaa informaatiota puhuja välittää puheenaiheestaan. Näytenäkökulmassa erittelyn kohteena on itse puhunta ja laajemmin koko dokumentti. Tässä tutkimuksessa lähestyn aineistoa näytenäkökulman kannalta erityisesti luvussa 4, jossa pohdin puhtauden problematiikkaa kirpputoriostelussa.

Teoria on väline, jonka kautta voidaan muodostaa tieteellistä kuvaa maailmasta. Teoria ohjaa tutkijaa valitsemaan näkökulman, joka vaikuttaa myös tutkimuksen antamaan kuvaan todellisuudesta. Aiempi teoria voi kulkea rinnalla ja tukea tehtävää tutkimusta, muttei sulkea sitä tiettyyn kategoriaan. (mt.) Niin kuin olen todennut, tässä tutkimuksessa olen antanut aineistolle mahdollisimman paljon tilaa puhua, jotta näkökulma tutkimuskohteesta muodostuisi aineistosta käsin.

2.3 Tutkimuskohde

Alun perin tarkoitukseni oli haastatella 10–15 Vallilan makasiineilla sijaitsevan kirpputori Valtterin asiakasta. Toimitin kirpputorin ilmoitustaululle ilmoituksen haastattavien rekrytoimiseksi (ks. liite 1). Otsikoin ilmoituksen ”Kirpputoreilla ostelu ja ajanvietto tutkimus”. Olisi ollut toki mahdollista jättää ilmoitus kokonaan ilman otsikkoa, mutta toisaalta jollakin tavoin ihmisten mielenkiinto tutkimustani kohtaan oli herätettävä. Täten otsikointi toimi ilmoituksessa ikään kuin mielenkiinnon herättäjänä.

Uskon, että ilmoituksen otsikointi kuitenkin ohjasi tietynlaisia ihmisiä hakeutumaan haastateltaviksi. Haastateltaviksi valikoitui henkilöitä, joille kirpputoreilla ostaminen ja myyminen eivät olleet taloudellisesti välttämättömiä toimia, vaan ennemminkin vapaa-ajanviettotapa ja harrastus. Jos olisin hakenut haastateltavia jollakin toisella tavalla, olisi ollut mahdollista, että haastateltavakseni olisi valikoitunut esimerkiksi vähävaraisia henkilöitä. Toisaalta vähävaraiset henkilöt eivät olisi välttämättä halunneet kertoa minulle avoimesti kirpputoreilla asioimisestaan. En siis asettanut haastateltavileni muita kriteerejä kuin sen, että he käyttivät kirpputoreja ja halusivat antaa minulle haastattelun. Sain neljä yhteydenottoa ilmoituksen perusteella. Lisäksi rekrytoin kaksi haastateltavaa kirpputorilla myynnin yhteydessä. Myyntipäivänä rekrytoimani henkilöt tarjosivat lisäksi viiden tuttavansa yhteystiedot.

Haastattelin 11 henkilöä. Alun perin suunnittelemani rajaus oli lopulta muuttunut pääkaupunkiseudusta Helsinkiin, Vantaaseen, Espooseen, Järvenpään, Lohjaan ja Kotkaan. Lisäksi haastateltavani käyttivät erilaisia kirpputoreja ja siksi suunnittelemani rajaus pelkkiin kirpputori Valtterin asiakkaisiin ei onnistunut. Haastattelut kestivät 41 minuutista aina 62 minuuttiin haastateltavasta riippuen. Haastateltavani olivat iältään 24–62-vuotiaita. Naisia oli yhdeksän ja miehiä kaksi.

Sukupuoli	ikä	Asuinpaikka
Nainen	24	Helsinki
Nainen1	28	Helsinki
Nainen2	28	Helsinki
Mies	30	Helsinki
Nainen	32	Helsinki
Nainen	42	Vantaa
Nainen	52	Järvenpää
Nainen	58	Helsinki
Nainen	60	Espoo
Mies	60	Lohja
Nainen	62	Kotka

Kuvio 1. Haastateltavien sukupuoli, ikä ja asuinpaikka

Haastatteluihin valikoitui kaksi 28-vuotiasta naista Helsingistä. Käytän heistä jatkossa selvyuden vuoksi termejä ”Nainen1, 28 vuotta, Helsinki” ja ”Nainen2, 28 vuotta, Helsinki”, haastatteluajankohdan mukaisessa järjestyksessä. Muuten en ole nähnyt tarpeelliseksi koodata haastattelemiani henkilöitä. Käytän heistä tunnistetietoja ”sukupuoli, ikä, asuinpaikka” tekstin sisällä haastatteluihin viitatessani.

Naishaastateltavia oli enemmän, kuten olin ennakkoon odottanut. Myös oman myyntipäiväni 15.11.2008 (ks. liite 5, kuva 1.) rekrytointi tuotti naishaastateltavia. Tämä selitynee sillä, että omat myyntiartikkelini olivat lähinnä naistenvaatteita. Asiakkaani olivat siis suurimmaksi osaksi naisia. Vaikka haastateltavien joukkoon ei sattunut valikointumaan enempää miehiä, en nähnyt tarpeelliseksi varsinaisesti alkaa etsiä heitä, koska en ollut tutkimusaineistoni kannalta kiinnostunut sukupuolten välisistä eroista.

Haastattelujen lisäksi havainnoin Valtteri-kirpputorilla. Tutkimuspäiväkirjani muistiinpanot sijoittuvat ajalle 11.10.2008 – 11.10.2009, eli tasan vuoden mittaiselle jaksolle. Havainnoidessani aistin ja kirjasin muistiin kirpputorin tunnelmaa ja ilmapiiriä (ks. liite 5, kuva 5.). Kuulostelin muun muassa ihmisten jutustelua ja myyjien pitämiä myyntipuheita, sekä asiakkaiden tinkimisyrityksiä. En asettanut havainnointini kohteille minkäänlaisia rajoituksia, vaan tein havainnot kaikenlaisista ihmisistä ja erilaisista tilanteista.

2.4 Haastattelut ja havainnointi

Testasin haastattelurungon kertaalleen ennen haastattelujen alkua opiskelijatoverillani. Haastattelukysymykset toimivat lähinnä haastatteluiden runkona. Noudatin samaa runkoa läpi kaikkien haastatteluiden, mutta jokainen haastattelu oli silti hieman erilainen haastateltavasta riippuen. Haastattelujen edetessä tärkeimmät aihealueet nousivat esille ja muutin hieman kysymysten järjestystä.

Teemahaastattelussa on tyypillistä, että haastattelun aihepiirit eli teemat ovat tiedossa, mutta kysymysten tarkka muoto ja järjestys puuttuvat (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 197). Teemahaastattelua kutsutaan myös puolistrukturoiduksi haastatteluksi, sillä se on ikään kuin lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto (Hirsjärvi & Hurme 1982, 35-36). Vapaamuotoinen teemahaastattelu on tilanteena melko lähellä

luonnollista keskustelutilannetta. Siinä haastattelija toimii samankaltaisesti kuin ketä tahansa tuttavaa jututtaessa. (Alasuutari 1999, 145.) Vaikka haastattelu onkin lähellä keskustelutilannetta, eroavat ne toisistaan yhdessä olennaisessa suhteessa: haastattelu on päämäärähakuista toimintaa, koska se pyrkii informaation hankintaan toisin kuin keskustelu, jonka tarkoituksena voi olla vain yhdessäolo (Hirsjärvi & Hurme 1982, 25).

Tein haastattelut yksilöhaastatteluina. Haastateltavat saivat itse valita haastattelupaikan. Halusin, että haastattelusta olisi heille mahdollisimman vähän vaivaa. Seitsemän haastateltavaa, eli suurin osa, kutsui minut kotiinsa. Kaksi haastattelua tein haastateltavien työpaikalla, yhden haastateltavan kutsuin omaan kotiini ja yhden haastattelun tein kahvilassa. Haastatteluympäristöllä oli mielestäni jonkin verran vaikutusta haastattelujen sisältöön. Kaikki haastattelut, jotka tein haastateltavien kotona onnistuivat paremmin kuin olin osannut odottaa. Ympäristö oli virikkeellinen ja se innosti haastateltavia kertomaan esimerkiksi parhaista kirpputorilöydöistä.

Kahvilassa tekemäni haastattelu osoittautui ongelmalliseksi ympäristön meluisuuden vuoksi. Olin pohtinut meluisuutta etukäteen, mutta tullut siihen tulokseen, ettei melu kuitenkaan estäisi haastattelun tekemistä kahvilassa. Haastattelutilanteessa taustahäly ei kuulostanut kovalta. Nauhuri oli kuitenkin äänittänyt hälyn voimakkaana huminana ja huomasin sen vasta litteroidessani kyseistä haastattelua. Humina häiritsi jonkin verran haastattelun purkamista varsinkin niissä kohdin, joissa haastateltava puhui tavallista hiljaisemmalla äänellä. Samoin toinen haastateltavan työpaikalla tekemistäni haastatteluista oli ongelmallinen taustäänien vuoksi. Nauhuri oli haastattelun ajan haastateltavan työpöydällä ja se oli ottanut häiriöäänäni ilmeisesti päällä olleesta tietokoneesta.

Nauhoitin haastattelut perinteisellä nauhurilla. Nauhuri toimi moitteettomasti, eli muilta kuin mainitsemiltani taustääniongelmilta vältyttiin. Litteroin kaikki haastattelut sanatarkasti lähes välittömästi niiden jälkeen. Sanatarkka litterointi on tarpeellista, kun haastatteluissa halutaan säilyttää haastattelutilanteessa vallinnut tunnelma ja haastateltavan persoonallisuus. Kirjoitin haastattelun tunnelmasta litteroinnin yhteydessä: äänenpainosta, naurahduksista ja muista haastateltavan eleistä. Säilytin myös haastateltavien taustatiedot (ks. liite 2) mukana litteraatioissa, koska niiden perusteella muistin tekstistä paremmin kyseisen henkilön luonteenpiirteet ja mahdolliset erikoisuudet.

Tekstissä lainaan haastattelemieni henkilöiden puhetta ja esitän suoria lainauksia. Näen tämän tarpeelliseksi voidakseni havainnollistaa teemoja. Suorat lainaukset on esitetty muuta tekstiä pienemmällä kirjasintyypillä, minkä tarkoituksena on auttaa lukijaa niiden hahmottamisessa. Olen poistanut joistakin lainauksista niin sanotut toistosanat, mutta muuten esitän lainaukset sanatarkasti: olen säilyttänyt lainauksissa haastateltavan itsensä käyttämät sanamuodot ja ilmaukset. Jotkut haastateltavat käyttävät kirpputoreista esimerkiksi ilmausta ”kirppari” tai tavarasta termiä ”kama”.

Lainauksissa merkintä (...) tarkoittaa sitä, että olen poistanut lainauksen välistä joitakin sellaisia osia tekstistä, jotka eivät liity aiheeseen tai ovat muuten epäolennaista. Pisteet lainauksen alussa tai lopussa taas tarkoittavat, että lainaus on poimittu laajemmasta tekstiosasta. Olen lisäksi merkinnyt (naurua) -merkinnällä kohdat, joissa haastattelemani henkilö on naurahdellut puheen yhteydessä niin, että olen sen huomionut. Naurahduksilla on merkitystä esimerkiksi alaluvussa 4.4, jossa pohdin puhtauden rajoja.

Haastateltavani ovat kotoisin eri paikkakunnilta ja siksi joidenkin haastateltavien puhetta lainatessani, lainauksissa esiintyy murteita. En ole kuitenkaan nähnyt tarpeelliseksi poistaa niitä tekstistä. Pohdin toki asiaa, mutten pitänyt tämän tutkimuksen aiheita niin arkaluontoisena, että murteiden poistaminen tekstistä olisi ollut tarpeellista anonymiteetin kannalta. Haastattelujen suhteen ennalta laatimani aikataulu osoittautui sopivaksi. Aloitin haastattelut 16.12.2008. Joulun ja siihen liittyvien pyhien väliintulo hankaloitti hieman haastatteluajkojen sopimista, mutta keskimäärin haastattelin kolmea henkilöä viikossa. Viimeisen eli 11. haastattelun tein 13.01.2009.

Vaikka teemahaastattelut ovat tutkimukseni niin sanottu primaariaineisto, on tekemilläni havainnoilla myös merkittävä osa tämän tutkimuksen kannalta. Havainnoinnin voidaan sanoa olevan kaikille tieteenhaaroille yhteinen ja välttämätön perusmenetelmä. Tässä tutkimuksessa käytän havainnointitapaa, joka lienee lähinnä osallistuvaa havainnointia. (Hirsjärvi & Hurme 1982, 18.) Osallistuva havainnointi tarkoittaa aineiston keruutapaa, jossa tutkija jollakin tavoin osallistuu tutkimansa yhteisön toimintaan (Eskola & Suoranta 1998, 99-100).

Grönfors (1982, 87-88) jaottelee osallistuvan havainnoinnin neljään eri asteeseen:

- 1) havainnointi ilman varsinaista osallistumista
- 2) osallistuva havainnointi
- 3) osallistava havainnointi eli toimintatutkimus
- 4) piilohavainnointi

Vaikka erilaisia havainnointitapoja voidaankin luokitella, ovat niiden rajat silti häilyviä (mt., 89). Omaa havainnointiani voidaan tuskin pitää aivan puhtaasti osallistuvana havainnointina, sillä se kulminoituu lähinnä kirpputorilla kulkemiseen ja yleisen tunnelman tarkkailuun, joista kirjoitin muistiinpanoja tutkimuspäiväkirjaani. Grönforsin jaottelun mukaan havainnointi ilman varsinaista osallistumista on varmasti lähinnä omaa havainnointitapaani. Kirpputorilla en niinkään tarkkaillut tiettyjä ihmisiä. Näin toimimalla yritin minimoida piilohavainnointiin liittyvät eettiset ongelmat, kuten sen, kerrotaanko tutkittaville havainnoinnista vai jätetäänkö se kertomatta. (Eskola & Suoranta 1998, 100-101.)

Oma havainnointini liittyy haluun ymmärtää kirpputoreja ilmiönä. Vaikka olen itse kulkenut kirpputoreilla teini-ikästä asti ja niiden käytännöt sekä tavat ovat minulle siten tuttuja, oli asetelma nyt uusi. Minun tuli tutkijana ymmärtää ilmiön eri tasoja, joihin en aiemmin ollut kiinnittänyt huomiota. Tarkkailin nyt kirpputorien tunnelmaa, ihmisiä sekä myyjien ja ostajien välisiä puheita, joista tein muistiinpanoja tutkimuspäiväkirjaani. Tekstissä esitän joitakin muistiinpanoja lainauksin tutkimuspäiväkirjastani. Lainaukset on kirjoitettu muuta tekstiä pienemmällä kirjasintyyppillä, minkä tarkoituksena on auttaa lukijaa niiden hahmottamisessa, samalla tavoin kuin haastatteluaineistoa lainatessani. Osa muistiinpanoista on myös kirjoitettu tekstin sisään. Käytän tutkimuspäiväkirjaani viitatessa tunnistetietoja ”tutkimuspäiväkirja, paikka, aika”.

Olen myös valokuvannut Valtteri-kirpputorilla (ks. liite 5). Valokuvaamisen tarkoitus on ollut tukea tekemiäni muistiinpanoja ja auttaa minua kirpputorin tunnelman hahmottamisessa. Kuten piilohavainnointiin myös valokuvaamiseen liittyy eettisiä ongelmia silloin, kun kuvataan tilassa jossa liikkuu valokuvauksesta tietämättömiä ihmisiä. Itse valokuvasin niin, että kuvissa esiintyvät henkilöt eivät ole helposti tunnistettavissa. Suurin osa kuvista joita esiintyy liitteessä 5, on kuvattu niin, että henkilön kasvot eivät

ole näkyvissä. Jos kuvaamissani valokuvissa näkyvät kasvot olen pyytänyt erikseen kuvattavalta, että saan käyttää kyseisiä kuvia tässä tutkimuksessa. Omissa myyntikuvissani olen itse helposti tunnistettavissa.

Kirpputorilla kulkemisen lisäksi seurasin koko syksyn 2008 Ylen lähettämää Kirppisohjelmaa, jonka viimeinen jakso lähetettiin joulukuussa 2008. Lisäksi keräsin syksyn 2008 ja kevään 2009 välisenä aikana kirpputoreja käsitteleviä lehtileikkeitä lähinnä Helsingin Sanomista. En käytä niitä kuitenkaan varsinaisena aineistona tässä tutkimuksessa. Tarkoitukseni kyseisen materiaalin keräämisessä oli lähinnä se, että tutkijana halusin ottaa tutkimuskohteeni haltuun niin monipuolisesti kuin mahdollista. Tästä syystä käytin kirpputoreihin tutustumisessa apunani erilaisia keinoja ja kohtuullisen paljon aikaa. Ilmiön haltuunottoyrkimykseen liittyi myös aiemmin mainitsemani myyntipäivä kirpputorilla, jossa kokeilin itse myyntityötä.

Niin kuin olen kuvannut, olen käyttänyt rinnan teemahaastatteluja ja osallistuvaa havainnointia aineistoa kerätessäni. Näiden kahden aineistonkeruutavan keskeisimpänä erona voidaan pitää sitä, että haastattelujen avulla voidaan käsitellä myös menneisyyttä, mutta havainnoinnilla tarkastellaan ainoastaan nykyisyyttä (Hirsjärvi & Hurme 1982, 18). Syy kahden eri menetelmän käyttöön on se, että halusin kerätä mahdollisimman rikkaan ja monipuolisen aineiston. Haastattelujen avulla sain kyllä kysytyä tutkimusongelmaani koskevia kysymyksiä, mutta ymmärtääkseni ilmiötä kunnolla oli minun mentävä itse paikan päälle havainnoimaan ja seuraamaan miten kirpputoreilla toimitaan.

Havainnoinnin voidaan sanoa olevan osa etnografiaa tai sen muoto, joka tapahtuu kauttaaltaan sosiaalisen todellisuuden luonnollisissa olosuhteissa (Eskola & Suoranta 1998, 104). Etnografeista James Spardley (1980, 73) kutsuu yleistä havaintojenteon vaihetta ”kuvailevaksi havainnoinniksi”. Etnografiaa (kreikaksi *ethnos*=kansaa, *graphein*=kirjoittaa) on kuitenkin määritelty muillakin tavoin. Sillä saatetaan viitata esimerkiksi tutkijan käyttämään menetelmien kirjoon. Joskus etnografia tarkoittaa sellaista tutkimusta, jonka tarkoituksena on tuottaa kuvausta kansasta, kulttuurista tai yhteisöstä. (Lappalainen 2007, 9.) Etnografiassa tieto rakentuu vähitellen havainnoinnin, osallistumisen, keskustelujen, haastattelujen ja materiaalin keräämisen myötä. Siinä analysointi ja tulkinta ovat jatkuvaa. Etnografian tekeminen mahdollistaa tutkijan

oman tietämyksen purkamisen, omien oletusten ja toisaalta itsestäänselvyyksien kyseenalaistamisen. Tutkimuksen edetessä kohtaamisien henkilökohtaisuus, ruumiillinen läsnäolo ja välittömyys tuottavat tutkijan ja tutkittavien suhteeseen erityisen intensiteetin. (Hakala & Hynninen 2007, 214.)

Aiemmin ajateltiin, että onnistuneessa etnografiassa tutkijan tulee saavuttaa yhteisön tai kulttuurin jäsenyys, eli kyetä toimimaan sen täysivaltaisena jäsenenä. Oletus on kuitenkin romantisoitunut ja tärkeintä on, että tutkija pystyy osallistumaan yhteisön toimintaan ilman, että aiheuttaa siinä häiriötä. Edelleen ihanteena on, että vaikka tutkija tuntee yhteisön käytännöt ja säännöt ja osaa kertoa niistä, hän on silti ulkopuolinen, eikä kuvittele tuntevansa niitä täysin. (Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005, 87-88.) Etnografiaa tekevät tutkijat viettävät tavallisesti aikaa tutkimuskohteensa parissa useita kuukausia, joskus jopa vuosia (mt., 44). Tässä tutkimuksessa pitkäaikainen saati vuosia kestävä havainnointi ei olisi ollut mahdollista tai edes tarpeellista.

Omassa tutkimuksessani esiintyy tiettyjä etnografisia piirteitä: olen viettänyt aikaa kirpputorilla ja havainnoinut kirpputorin tapahtumia. Lisäksi olen pyrkinyt ottamaan tutkittavan ilmiön haltuun mahdollisimman monipuolisesti, niin kuin aiemmin olen kertonut. Omassa tutkimuksessani soveltamaani etnografista otetta voisi parhaiten kuvata ehkä kevyenä etnografiana. Kevyt etnografia tarkoittaa tässä tutkimuksessa selkeästä lähestymistapaa, johon sisältyy etnografisessa tutkimuksessa käytettäviä elementtejä, kuten kentällä havainnointia, osallistumista ja haastatteluja. Kevyen etnografian tarkoitus ei ole viettää kentällä pitkiä aikoja tai yrittää saavuttaa yhteisön jäsenyyttä, vaan tarkoituksena on ainoastaan käyttää hyödyksi tiettyjä etnografisia keinoja ymmärtää tutkittavaa kohdetta.

Havainnoitujen tapahtumien muuntaminen kielelliseksi ja tekeminen mielekkääksi on etnografisen kuvauksen ensimmäinen vaihe (Spradley 1980, 161). Tutkija tulkitsee ensin tekstiä ja sitten ikään kun lähtee tulkitsemaan tulkitsemaansa uudelleen. Havaitun todellisuuden tulkinta useaan kertaan ei ole ongelmallista, vaan ennemminkin kvalitatiivisen aineiston tulkitsemisen erityispiirre. Jos havainnointiaineistoa tulkitaan suhteessa haastatteluaineistoon, muodostaa se aineistosta ikää kuin kolmannen tulkinnan tason. (Mäenpää 2005, 56.)

2.5 Aineiston analyysi

Laadullista analyysiä tekevillä tutkijoilla on jokaisella omat tapansa ja käytäntönsä käsitellä ja työstää aineistoa (Mäenpää 2005, 61). Yksi pahimmista vaaroista tutkimusenteon yhteydessä piilee aineiston keruussa ilman sen selkeää tulkintaa. Onnistuneen tutkimuksen tunnusmerkkinä voidaan pitää sitä, että tutkimus johtaa selkeään tulkinnaan, joka voidaan saattaa keskusteluun aiemmin tehdyn tutkimuksen kanssa. Tulkinnaan voidaan sanoa olevan se tekijä, joka erottaa tutkimuksen tavallisesta arkijärkeilystä. (Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005, 229.) Tässä luvussa esittelen niitä tapoja, joilla olen analysoinut tämän tutkimuksen pohjalla olevaa aineistoa.

Kvalitatiiviselle tutkimukselle ominaista on yksittäistapauksien erittely (tässä tutkimuksessa haastattelu) niihin osallistuvien ihmisten näkökulmasta tai niihin osallistuvien ihmisten niille antamien merkitysten kautta (Eskola & Suoranta 1998, 175-176). Toinen perinteinen vaihtoehto analysoida aineistoa on tyypittely. Siinä aineistoa ryhmitellään etsimällä siitä samankaltaisuuksia. (mt., 82.) Onnistuakseen tyypittely edellyttää kuitenkin jonkinasteista tarinajoukon jäsentämistä ja tässä tutkimuksessa se toteutui siis teemoittelun avulla. Käytin tyypittelyä lähinnä rakentamalla saamistani vastauksista yleisempiä tyyppisiä. Tutkija ei saisi pakottaa tapauksia tiettyihin lokeroihin. Vaikka tätä vieroksutaan, on muistettava, että kyse on kuitenkin tutkijan luomasta tyypologiasta. (Alasuutari 1993, 100.)

Aineiston analyysi aloitetaan lukemalla aineisto läpi useaan kertaan. Tässä niin sanotussa tutustumisvaiheessa tutkija aloittaa aineiston alustavan teemoittelun tekstissä esiintyvien teemojen avulla. Tutustumisvaihetta seuraa analyttisempi vaihe. Kun tutkija on saanut selville mitä tutkii, on aineiston käsittelyyn olemassa erilaisia tapoja. Toisena alkuvaiheen tavoitteena voidaan pitää sitä, että tutkija luo aineistolle fyysisen rakenteen, jonka on tarkoitus tukea analyysia. Näiden valmistavien vaiheiden jälkeen voidaan edetä itse varsinaiseen analyysiin. (mt., 231-232.) Tiedon analyysi ja päätelmien teko ovat päämääriä, joihin tulisi tähdätä jo työtä aloittaessa (Hakala 2008, 181). Itse aloitin aineiston analyysin litteroinnin jälkeen lukemalla aineiston läpi useaan kertaan. Laadin jokaisesta haastattelusta noin sivun mittaisen tiivistelmän, jonka lähetin kyseiselle haastateltavalle tarkistettavaksi.

Päätin aloittaa litteroidun aineiston tulkitsemisen alleviivaamalla siitä omasta mielestäni tärkeimpiä kohtia. Tämän avulla pyrin luokittelemaan kohtia teemoittain, osin haastattelurungon mukaisiin teemoihin (ks. liite 3) ja osin uusien teemojen mukaan. Näitä alkoikin hahmottaa tekstistä melko pian. Tehtävä ei ollut helppo, sillä sanatarkasta litteroinnista johtuen tekstiä oli kertynyt lähes 150 sivua. Olen Mäenpään (2005, 61) tavoin lukenut haastattelu- ja havainnointiaineistoja ristiin, jolloin ne ovat analysoidesani aineistoja rikastuttaneet toinen toisiaan. Samalla tutkimuksen luotettavuus on parantunut, kun toisen aineistotyyppin antamaa ymmärrystä on voinut käyttää hyväksi toista aineistotyyppiä kohtaan. Tutkimuksen luotettavuutta käsittelem enemmän alaluvussa 6.3.

Tässä tutkimuksessa esiintyvät jo aiemmin mainitsemani kolme teemaa: tavarasuhte, puhtaus ja kirpputoriturismi. Ne ovat teemoittelun avulla aineistosta tulkitsemiani teemoja. Teemoittelu vaatii onnistuakseen teorian ja empirian vuorovaikutusta, joka tulisi tutkimustekstissä ilmetä niiden lomittumisena toisiinsa (mt.). Olen pyrkinyt omassa tutkimuksessani esittämään kuvatuunlaista teorian ja aineiston vuoropuhelua.

Lopulta minulla oli siis luokittelun tuloksena kolme teemaa: tavarasuhteet, puhtaus ja kirpputoriturismi, joiden ympärille lähdin rakentamaan tutkimustani. Nämä kolme teemaa tulivat tavalla tai toisella esille jokaisessa haastattelussani. Suhde vanhaa tavaraa kohtaan oli kirpputoreja tutkittaessa ilmiselvä teema, onhan suurin osa kirpputoreilla myytävästä tavarasta vanhaa. Puhtauden teema taas liittyy esimerkiksi käytettyjen kirpputorivaatteiden kierrätykseen. Pohdin sitä, mitä torilta voi ostaa ja mikä jää ostamatta, koska sitä ei voi puhdistaa. Kolmas teema eli kirpputoriturismi taas syntyi siten, että aloin pikkuhiljaa haastatteluja lukiessani ymmärtää, kuinka paljon kirpputoreilla ajanvietämisessä ja lomailussa on yhteisiä piirteitä.

Tutkimustyö ei lopu tulosten analysointiin, sillä saatuja tuloksia pitäisi pystyä myös selittämään ja tulkitsemaan. Tulkinalla tarkoitetaan tässä yhteydessä tutkijan pohtimia tuloksia ja niistä tehtyjä johtopäätöksiä. Voidaan sanoa, että tutkimukseen ja siihen liittyvään tutkimusselosteeseen kytkeytyy monenkertaisia tulkintoja. Tutkija, tutkittava ja vielä tutkimuksen lukija tulkitsevat tutkimusta jokainen omalla tavallaan. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 1997, 213-214.)

3 Kirpputoriostelijoiden ja -myyjien suhde vanhaan tavaraan

Materiaalisen kulttuurin tutkimus yhteiskuntatieteellisessä kulutustutkimuksessa on suhteellisen uusi ilmiö, vaikka tutkimuksellista perustaa yhdelle sen osalle, esinesuhteille, luotiin jo 1900-luvun taitteessa. Silloin sosiologian pioneerit, kuten Georg Simmel ja Thorsten Veblen, analysoivat modernisoituvan ja urbanisoituvan yhteiskunnan muutosta. Kaksikko tarkasteli muun muassa muodin ja rahan kaltaisia ilmiöitä uudenaikaisen kulutuskulttuurin ilmentymänä. Silti kulutuskulttuurista on yhteiskuntatieteissä kiinnostuttu laajemmin vasta 1980-luvulta lähtien (ks. McCracken 1988).

Tässä luvussa käsitelen ihmisten ja vanhojen tavaroiden välisiä suhteita. Tavarasuhteella tarkoitan tässä tutkimuksessa ihmisten suhtautumista vanhaan tavaraan. Tavarasuhteita käsitellessäni liitän käsitteeseen myös joukon sosiaalisia merkityksiä, joita ihmisten ja vanhojen tavaroiden väliseen olemiseen ja omistamiseen liittyy. Tavarasuhteiden yhteydessä olen lisäksi käsitellyt tavaroista luopumiseen liittyvää problematiikkaa.

3.1 Tavaroiden maailma

*”Ihmiset tahtovat kaikenlaista,
vieraita tavaroita vieraista maista.
Pian ovat kaapit täynnä kamaa.
Elämä kuitenkin yhtä ja samaa.
Iloon ei tarpeen tavaraa hankkia.
Onneen ei tarvita edes pankkia.”*
(Karjalainen 1985, 58.)

*”Kun olin pikkutyttö,
minulla oli vain yksi mekko.
Nyt minulla on kaksisataa,
mutta pystyn kuitenkin pitämään vain yhtä kerrallaan”*
(Greco 1951)

Edellä esittämiäni lainausten tarkoitus on ilmentää sitä tosiasiaa, että elämme ennennäkemättömän tavarapaljouden keskellä. Kuluttajien suhde tavaraan ja materiaan on moniselitteinen. Länsimaista kulutuskäytäntöä kuvaa rajoittamaton halu ja toisaalta kaipuu uutuuteen (Campbell 1987). Uutuus menettää kuitenkin viehätyksensä ja ennen pitkää kuluttajat haluavat lisää uutta vanhan tilalle (Heinonen 2004, 173).

Uudenlainen, niin kutsuttu vaihtoehtoisen kuluttajaryhmän aalto alkoi muodostua hitaasti 1970-luvulla ja vauhti kiihtyi 1980-luvulla. Uuteen kuluttajatyyppiin liitettiin käsitteet vihreys, eettisyys, kehitysmaiden huomioon ottaminen sekä reilun kaupan organisaatiot. Kuluttajille alettiin tuolloin viestiä tavaroiden tuottajista ympäristöllisten seikkojen perusteella. (Gabriel & Lang 1995, 163.)

Aution (2004, 18) mukaan nykyajan nuoret ovat kulutusasenteiltaan mielenkiintoinen ryhmä, sillä he ovat yhtäältä materialisteja ja toisaalta ympäristömyönteisiä. Nuoret ovat ryhmä, jotka ovat sosiaalistuneet runsaan kulutuksen yhteiskuntaan. Heinonen (2000, 18) onkin esittänyt 1980-lukua ensimmäiseksi runsauden vuosikymmeneksi Suomessa. Ei siis ole ihme, että 1980-luvulla syntyneiden nuorten kokemusmaailma perustuu kulutusta korostavaan yhteiskuntaan. Samassa materialistisia arvoja ihannoivassa yhteiskunnassa pyritään kuitenkin kuluttamisen ohessa ratkaisemaan ympäristöongelmia. Vihreän kuluttamisen mahdollisuudet tuntuvatkin Aution (2004, 119) mukaan lepäävän uuden kulutuskulttuurin rakenteissa.

Länsimaisen kulutuskulttuurin ajatellaan olevan ekologisesti kestävämmällä pohjalla. Vaikka ympäristöongelmat tiedostettiin jo 1970-luvulla öljykriisin myötä, ei kehityksen suunta ole kuitenkaan olennaisesti muuttunut. Nykyisiä ihmisten kulutustottumuksia seurattaessa on syytä kysyä, kuinka realistista kestävämpään yhteiskuntaan siirtymisen länsimaissa on. Nykyisten ja tulevien sukupolvien olisi ensi tilassa vähennettävä energian- ja materiainkulutusta tai ainakin kyettävä suuntaamaan sitä toisin. (mt., 103-104.)

Tekninen kehitys teollisuudessa ei ole kuitenkaan suuntautunut valmistamaan tuotteita sellaisiksi, että ne voitaisiin vaivattomasti käyttää uudelleen. Tuotteet eivät myöskään ole aina korjattavissa. Tuotteet eivät liioin ole nykymaailmassa kovin kestäviä. Tekninen kehitys tuntuu kulkevan juuri kertakäyttöistä tavarakulttuuria suosivaan suuntaan.

Koneiden ja laitteiden malleja muutetaan tietyin väliajoin ja usein vanhoihin malleihin ei saa enää varaosia. Koneet tehdään samalla entistä monimutkaisemmiksi, mikä tekee niistä helpommin särkyviä. Toisaalta monimutkaisia laitteita voi myös olla vaikeata ja kallista korjata. Tuntuu, että kulutusmyönteinen yhteiskuntamme on suunniteltu suosimaan tuhlausta. Haaskaus nähdään pikemminkin hyveenä kuin kritiikin kohteena. (Välimäki 1984, 31.)

Lehtonen (2008, 83-84) esittää neljä teesiä, jotka liittyvät tavaroihin osana nykyelämänmuotoa. Ensimmäinen huomio koskee edellä toteamaani seikkaa, että meillä on tavaroita paljon enemmän kuin millään aiemmin eläneellä sivilisaatiolla. Toiseksi ihmisten suhde tavaroihin ja materiaan on muuttunut tuotannon tehostuessa. Nykyisin tavaroiden arvoa tuntuu vähentävän tieto siitä, että kaikki on korvattavissa. Uuden tavarankannossa on toki vaivansa ja juuri se voi ollakin tekijä, joka hidastaa osaa kuluttajista hankintojen tekemisessä. Toisaalta materiaalin hankintaa rajoittava tekijä voi olla myös varojen niukkuus. Kolmantena huomiona Lehtonen nostaa esille kertakäyttöisyyden. Hänen mukaansa edes kierrätys ei muuta kertakäyttöisyyden eetosta: hankittuihin asioihin ei suhtauduta jonain, minkä kanssa elämää jaettaisiin kuluttamisen hetkeä kauemmin. Neljäs piirre nykyaikaisessa suhteessa esineisiin on, että kaikkeen tunnutaan voitavan suhtautua kauppatavarana.

Maula, Pantzar ja Rajas (1995, 43) esittävät lamaa kuluttajien kulutustottumuksia hillitseväksi tekijäksi. Toinen kulutusta hillitsevä tekijä on ”vapaaehtoinen nuukuus” (voluntary simplicity). Voluntary simplicity movement -liike on syntynyt Yhdysvalloissa vastustamaan kestävämpää kulutusta. Liike kyseenalaistaa nykykulutuksen jatkuvuuden ja ihmisten hyvinvoinnin riippuvuuden kulutuksesta. (Näkki 2006, 6.) Lama ja vapaaehtoinen nuukuus eivät kuitenkaan ole keskenään vertailukelpoisia kulutusta vähentäviä tekijöitä, sillä lama-aikana kulutusta on vähennettävä taloudellisesta pakosta kun taas vapaaehtoisen nuukuuden ollessa kyseessä kulutusta rajoitetaan omasta tahdosta.

3.2 Tavaroiden sosiaalinen ulottuvuus

Nykyelämänmuodon materialismin ilmentymänä voidaan siis pitää uuden haluamista ja kaupallisuutta. Rajat on kuitenkin nähtävä. Hankkimisen himo ei nimittäin tavallisesti kohdistu aineeseen sinänsä: harva himoitsee kahta kiloa uusia kenkiä. Itse asiassa asetelma on aivan päinvastainen. Ihmiset haluaisivat päästä eroon tavarasta. Aina, kun

tutustumme uusiin asioihin, alkavat vanhat hankinnat näyttää epämiellyttäviltä. Samalla kun tavarapaljous ympärillämme on ilmeistä, itse materiaalisuus tuntuu jopa yllättävän meidät. Aine ei ole varmastikaan se seikka, jota materialistisessa elämäntavassa kaivataan. Viestimme esineillä ja tavoilla suhtautua niihin. Materiaalisuus on osa ihmistä, osa ihmisten tapoja ja olemista. (Lehtonen 2008, 10, 13, 35.)

Mary Douglas ja Baron Isherwood (1979) pohtivat, miksi ihmiset hankkivat ja käyttävät tuotteita. Rationaalisuuden sijaan Douglas ja Isherwood puhuvat ”metaforisesta ymmärtämisestä” (metaphorical understanding), jonka avulla ihmiset luokittelevat, vertailevat ja järjestävät. Heille kulutus on sosiaalinen prosessi. Kulutus ei ole pelkästään fyysisen tai psyykkisen hyvinvoinnin tai statuksen saavuttamista, vaan se on keskeinen osa sosiaalista järjestelmää, jonka puitteissa ihmiset toimivat arjessaan.

Materiaaliset hyödykkeet ovat väistämättä olennaisessa välittävässä roolissa ihmisten välisissä suhteissa eikä ilman niitä voida ymmärtää ihmisten välistä vuorovaikutusta. Samalla hyödykkeet ja niiden yhdistelmät kantavat enemmän tai vähemmän johdonmukaisia ja tarkoituksellisia merkityksiä. Douglas ja Isherwood väittävät, että hyödykkeet ovat itsessään neutraaleja: ”Goods are neutral, their uses are social; they can be used as fences or bridges.” (mt., 12.)

Kulutuksessa ei ole kyse yksilöllisistä, muista riippumatta muodostuneista preferensseistä. Kulutuksessa on kyse siitä, että tuotteet ovat ihmisille tapa tehdä maailmaa ymmärrettäväksi ja kommunikoida muiden ihmisten kanssa. Ihmiset hallitsevat maailmaa ja pyrkivät tulkitsemaan sitä objektien avulla. Hyödykkeiden avulla teemme näkyviksi ja vakaiksi kulttuurimme kategorioita. Douglas ja Isherwood jättävät esineiden käytön käytännölliset ulottuvuudet (hyödyllisyyden, käyttöyhteydet ja rationaalisuuden) tietoisesti syrjään ja keskittyvät siihen, että kulutuksen funktiona on tehdä maailmaa niin kuin sanottu, ymmärrettäväksi, ”make sense”. (mt.)

Kaikki hyödykkeet kantavat merkityksiä: ihmisten fyysistä hyvinvointia palvelevat hyödykkeet, kuten ruoka, eivät ole yhtään vähempää merkitysten kantajia kuin esimerkiksi baletti tai teatteri. Ne kaikki välittävät erottelevia arvoja, niitä käytetään merkitsemään ja luokittelemaan. Niiden valinta luo jatkuvasti lisää erotteluja. Kulutus on aktiivinen prosessi, joka luo ja määrittää jatkuvasti uudelleen sosiaalisia luokitteluja. Silti

hyödykkeiden merkityksiä voidaan ymmärtää vain jonkin kokonaisuuden osana, hyödykkeiden välisten suhteiden kautta. (Douglas & Isherwood 1979.)

Materiaalisen kulttuurin tutkimuksen uranuurtaja Daniel Miller (1987) tarkastelee perusteellisesti ihmisten esinesuhteiden filosofista ja yhteiskunnallista taustaa. Millerille moderni kulttuuri on ennen kaikkea aineellista kulttuuria, jonka analyysissä huomio on kiinnitettävä ihmisten ja objektien välisiin suhteisiin. Käsittelen alaluvuissa 3.3 ja 3.4 lähinnä ihmisten ja tavaroiden välisiä suhteita. Luvussa 5 ja etenkin alaluvussa 5.2 ”Kohtaamisia” käsittelen ihmisten välistä kanssakäymistä kirpputoriympäristössä.

3.3 Tavara saa hyvän kodin

Esineen haltuunoton, samoin kuin siitä luopumisen prosessin voidaan nähdä alkavan valinnasta. Valinnan voi ajatella olevan eräänlainen heijastuspinta ostajan tai myyjän minäkuvalle eli sille, millaisena hän näkee itsensä ja millainen hän haluaisi olla. (Kiuru 1995, 47-48; Szabo 1979, 113.) Valintaan vaikuttavat minäkuvan lisäksi myös henkilökohtaiset esteettiset mieltymykset sekä taloudelliset resurssit. Maku ja tyyli kehittyvät, niin kuin haastattelemanai naishenkilö toteaa:

Pikkuhiljaa sitä viisastuu. Kyllä sitä sitten alkaa huomata, että ei sellaisten jonninjoutavien kynttilänjalkojen kotiin raahaamisessa ole mitään järkeä. Kyllä ne komerot täyttyvät sitten niistä kynttilänjaloista...

(Nainen, 52 vuotta, Järvenpää)

McCracken (1988, 84-87) käsittelee erityisiä merkityksen siirron instrumentteja, joihin hän lukee kuuluvaksi haltuunoton (possession rituals) ja riisumisen rituaalin (divestment rituals). Riisumisrituaaleilla on kaksijakoinen tarkoitus; rituaalin kautta edellinen omistaja irrottautuu esineestä ja siihen liittämistään assosiaatioista ja uusi omistaja vapauttaa esineen siihen aiemmin liitettyistä merkityksistä, sillä esineiden vaihtaessa omistajaa on vaarana, että niiden merkitys siirtyy, sekoittuu tai jopa katoaa.

Haltuunoton prosessi on kehä, jossa omaksutaan esineeseen liitettyjä merkityksiä ja pyritään tekemään niistä omia. Haltuunotossa esineisiin luodaan muistoihin ja kokemuksiin perustuvia omia merkityksiä ja tehdään niistä ”yleisiä”. (Kiuru 1995, 48.) Esineen voi ajatella olevan eräänlaisessa siirtymävaiheessa, kun se on valittu ja ostettu kirpputorilta. On kuitenkin tärkeää muistaa, ettei ostaminen ole sama asia kuin haltuunotto,

vaan prosessi jatkuu. (Jalkanen 1996, 67.) Toisinaan uusi omistaja saattaa itse luoda esineelle merkityksiä, joita olettaa sen historian sisältäneen. Haastattelemanin nainen pohtii kirpputorilta ostamansa vanhan verkonkohon moninaisia symboleita näin:

Mä löysin kirppikseltä sellaisen vanhan puisen verkonkohon, jossa oli sellainen puinen risti. Se risti on siis ilmeisesti tehty suojelemaan. Mä ajattelin heti, että selviä merkityksiä!

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Jalkanen (1996, 73) pitää mielenkiintoisena kysymyksenä sitä, kuinka yksityiskohtaisesti yksittäinen ihminen on kirpputorilla halukas selvittämään ostamansa esineen taustaa. Kysymys on siitä, koetaanko kertomus esineen taustasta kiinnostavana vai vaikeuttaako tieto taustasta haltuunoton prosessia. Myyjän esittämät kertomukset esineestä voivat ainakin joissakin tapauksissa tukea ostajan mieltymyksiä ja auttaa ostopäätöksen tekemisessä (mt., 74). Itse havainnoidessani kirpputorilla kuulin useita myyntipuheita sekä myyjien kertomuksia myyntiartikkelien taustoista:

Mummini kutoi näitä lapsia ennen ”Seiskarin” neulontakaavalla. Se on kuule katoavaa kansanperinnettä se! Mummini oli Lavansaaresta kotoisin. Että ei tule nykyisin ihan joka päivä vastaan vastaavat kintaat...

(Tutkimuspäiväkirja, Valteri-kirpputori, 09.02.2009)

Jos esineen haltuunoton voidaan nähdä alkavan valinnasta (Kiuru 1995, 47-48; Szabo 1979, 113) voisi ajatella, että haltuunottoprosessi jatkuisin esineen puhdistamisella. Puhdistamisen avulla esineen sidos vanhaan omistajaan pyritään katkaisemaan. Puhdistamisella esineestä pestään pois entisen omistajan jäljet. Mitä paremmin tässä prosessissa onnistutaan, sen helpompi uuden omistajan on liittää omia merkityksiä hankittuun esineeseen. (Jalkanen 1996, 67.) Myös käytettyjä vaatteita puhdistetaan samasta syystä kuin vanhoja esineitäkin. Tulen käsittelemään alaluvussa 4.3 käytetyn vaatteen puhdistamisprosessia.

Luopuminen esineestä on sitä vastoin jostain itselle kuuluneesta irrottautumista. Luopumisessa irrottaudutaan esineeseen liitetyistä merkityksistä ja pyritään jopa unohtamaan esineeseen liittyviä muistoja. Luopuminen voidaan nähdä eräänlaisena kypsymprosessina, jonka kuluessa suhde esineeseen muuttuu ja luopuminen mahdollistuu.

Esineet saatetaan pakata laatikoihin ja säilöä varastoihin. Vaihe voidaan nähdä myös eräänlaisena siirtymänä hierarkiasta toiseen. (Jalkanen 1996, 66; Koskijoki 1994, 57.) Esimerkiksi omaan minäkuvaan sopimaton esine voidaan luovuttaa pois. Haastattelemani 28-vuotias nainen kertoo suhteestaan ei-omantyylliseksi kokemaansa tavaraan seuraavasti:

Mä haluan omantyylistä tavaraa, mutten yhtään sellaista kamaa, joka ei sopisi mun omaan tyyliin. ”Väärät” tavarat lähtevät pellolle kyllä heti...
(Nainen2, 28 vuotta, Helsinki)

Kirpputoreilla myytäviin omiin vanhoihin esineisiin liittyy usein muistoja. Se, mitä kukin kirpputorin myyntipöydälle levittää, kertoo omaa tarinaansa esineiden myyjästä. Esineet ovat myyjän olemuksella ladattuja ja myydessään omaisuuttaan myyjä luovuttaa sen mukana myös osan olemustaan. (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton 1981, 37.) Esineistä luopumisen voidaan nähdä noudattavan lahjanvaihdon logiikkaa: esine josta ollaan valmiita luopumaan kuvastaa omistajiensa persoonallisuutta (Koskijoki 1994, 57). Millaisia esineitä milläkin hetkellä omistamme määrittelee identiteettiämme. Esineiden hierarkiat muuttuvat ja se, mistä kaikkein viimeisimmäksi olisi ennen luopunut, saattaa jonkin ajan kuluttua olla kuin huomaamatta myyntipöydällä myytävänä. Aina on kuitenkin olemassa esineitä joita ei myytäisi mistään hinnasta. Vaihdeavuuden ulkopuolelle jää esimerkiksi pyhiä esineitä tai käytössä rakkaaksi tullut lempileninki (Lehtonen 2008, 105).

Viimeistään myyntitilanteessa menettämisen peruuttamattomuus tulee esille. Ellei luopuminen ole loppuun asti harkittua, saattaa perääntyminen tapahtua siinä vaiheessa, kun ostaja tarttuu esineeseen ja esittää ostoaikeensa. Luopumisen vaikeus voi tulla esille esimerkiksi kohtuuttoman korkeana hintana. Joillekin luopumisesta tulee helpompaa, jos ostaja on miellyttävä. Esine saa tällöin niin sanotusti hyvän kodin eli sille kuuluvan arvostuksen. (Jalkanen 1996, 68.) Haastattelemani nainen kuvaa luopumisen vaikeutta tähän tapaan:

Mutta myyjänä, niin en mä ihan millä tahansa hinnalla myy. Aika jännä, siinä tulee sellainen kiintymys sitä omaa tavaraa kohtaan. Että tämä on mun! Äläkä hauku mun juttuja (naurua)!
(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

On kuitenkin muistettava, että osalle ihmisistä kirpputoreilla ostaminen ja myyminen eivät ole valinnaisia ostoksilla käymisen tai rahan hankinnan muotoja, vaan taloudellinen pakko. Luopuminen voi olla erityisen vaikeata pakon edessä. Silloin luopumiseen liittyy varmasti paljon muitakin ulottuvuuksia ja näkökohtia kuin mitä tässä luvussa olen tuonut esille.

3.4 Toisen roska on toisen aarre

Tavaroiden materiaalisuus tulee erityisen selvästi esille silloin, kun niitä ei käytetä ja ne ovat tiellä. Lehtonen (2008, 101) hämmästelee, kuinka vähän kulutustutkimuksessa on ylipäänsä tarkasteltu tavaroiden muuttumista ei-haluttaviksi. Keskisen (1994, 162) mukaan yksi kirpputorien suosion keskeisistä tekijöistä liittyy kierrätyksen ideaan. Tavarat siirtyvät sinne, missä sillä on suurin käyttöarvo. Myyjä pääsee eroon vanhasta tarpeettomasta tavarasta, joka ostajalle on uusi ja käyttökelpoinen.

Michael Thompson (1979, 10) määrittelee roskan ja ei roskan rajojen liukuvan sosiaalisten paineiden seurauksena. Thompson jakaa objektit hetkellisiin (transient), joiden arvo laskee ja kestäviin (durable), joiden arvo kasvaa. Näiden väliin sijoittuu roska (rubbish), jolla ei ole Thompsonin mukaan arvoa. Roska voi siirtyä hetkelliseen kategoriaan vain tietyissä tilanteissa, jollaisiksi Thompson mainitsee muun muassa loppu- ja romukauppioiden kontekstit, joiden tunnuslauseena voidaan pitää ”me haluamme sitä mitä te ette” (mt., 106).

Miten kirpputorit sitten liittyvät Michael Thompsonin määritelmiin? Koska yleinen kontrollimekanismi ei ole kiinnostunut arvottomista objekteista, mahdollistaa se arvottoman objektin liukumisen arvokkaaksi. Kirpputorien voitaisiin siis nähdä olevan eräänlainen raja-alue, jossa Thompsonin kuvaamia liukuvia objekteista toiseen voisi tapahtua. Liukuma ei kuitenkaan tarkoita sitä, että esine itsessään muuttuisi hierarkiassa. Liukumaan tarvitaan aina ihmisiä ja alkusysäyksenä on tavallisesti varsin pieni joukko, joka alkaa hiljalleen esimerkiksi kerätä jotakin arvotonta, yleensä roskaksi luokiteltua esinettä sen esteettisen arvon vuoksi. Pikkuhiljaa esineen arvo alkaa tämän seurauksena kohota. (mt., 9, 106.) Fredriksson (1993) näkee kirpputorit eräänlaisena välitappina käyttöesineen romuksi päätyvällä elämänsäkaarella. Esineet, joilla ei ole ilmeistä yhteistä nimitäjää jakavat kirpputoritilan. Kirpputoreja voisi tässä yhteydessä pitää siis jonkinlaisina välitiloina. Välitiloiksi niitä voisikin luonnehtia, sillä kirpputorit ovat paikkoina melkoi-

sia sekasotkuja. Juuri tässä lienee kuitenkin niiden viehäytys. Ehkä kirpputorit tekee kiinnostaviksi juuri niiden horjuva status käyttökelpoisen ja käyttökeltottoman tavarain välillä (Koskijoki 1994, 53). Näin kertoo haastattelemani nainen:

Mun yks hyvä kaveri keräilee Barbieja. Kerran mä löysin kirppikseltä sellaisen paketissa olevan, 1970-luvun lopulta olevan Barbien veneen. Se oli siis ihan avaamattomassa paketissa ja siinä oli kaikki osatkin vielä muovipussissa. Mä luulen, että siitä olisi voinut oikeasti maksaa varmasti 100 euroakin, se oli tosi hyvässä kunnossa. Kun tietää näitä keräilijöitä, sellaista keräilykamaa kun se oli, niin mä kysyin vain vaivihkaa siltä myyjältä, että paljo maksaa? Se vastasi mulle, että jos nyt neljällä eurolla viet pois. Mä olin ihan että mitä? (naurua) Ei ole mitään järkeä sellaisella hinnalla. Mä ostin sen sille mun kaverille ja se oli ihan villinä siitä. Paketissa oli sisällä kaikki ohjeet, tarrat ja kaikki...Se oli siis ihan mieletöntä!

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Lehtosen (2008, 104) mukaan vaatteita, lehtiä ja leluja säilytetään joissakin kodeissa potentiaalisen käytön tilassa, ei siis niille kuuluvilla paikoilla, joita Lehtosen mukaan edustavat esimerkiksi vaatteet tuolin selkänojalla, lehdet pöydällä ja lelut lattialla. Kun niitä käytetään harvoin, sullotaan ne kaappeihin, kellariin tai vintille. Lehtonen huomauttaa, että ruokatarvikkeilla, vaatteilla, sähkölaitteilla ja huonekaluilla on kullakin omat tapansa muuttua jätteeksi.

Edellisessä alaluvussa käsittelin luopumisen prosessia. Vaikka on eri asia luopua jostakin itselleen kuuluneesta kierrätystarkoituksessa kuin poisheittämistä silmällä pitäen, on näissä silti paljon yhteistä. Aivan arkistenkin käyttöesineiden kohdalla ajatus poisheittämisestä saattaa tuntua epämiellyttävältä. Siksi suoraa poisheittämistä vältetään ja esineeseen liittyvää tunnelatausta yritetään laannuttaa tekemällä poisheittämisestä kaksivaiheista. Tästä syystä esine saatetaan esimerkiksi laittaa hetkeksi odottamaan poisheittämistä. Tavaroiden säilytyspaikat voidaan nähdä eräänlaisena kanavana asioiden liikkeelle ulos ja sisään asunnosta. Tavaroita on sitä vaikeampi hylätä, mitä enemmän niiden alkuperäiseen hankintaan on panostettu. (Hetherington 2004.) Voiko poisheittämissä vaikeuden taustalla nähdä muita syitä kuin vain tunnesiteet tavaroina kohtaan? Voiko materiaalisessa nykysukupolvessa nähdä rippeitä sodanjälkeisen sukupolven säästäväisestä elämäntyylistä? Vai onko meissä vain kerääjän vikaa? Vastaus ei varmas-

tikaan ole yksiselitteinen. Ainakin nykysukupolvi on kasvanut perheissä, joissa vanhemmat usein ovat sodanjälkeistä säästäväisyyteen tottunutta ja pula-ajan ainakin osittain kokenutta sukupolvea. Haastattelemanani mieshenkilö toteaa tähän tapaan:

...Tosiaan en ole itse sellainen, että haalisin kaikkea krääsää ympärilleni. Toisaalta olen hirveän huono heittämään roskiin mitään. Ainakin ennen se oli vaikeaa, ehkä nykyisin se on helpompaa. Joskus mä saatoin säästää kaikkea turhaakin.

(Mies, 30 vuotta, Helsinki)

Jos poisheitettävä tavara on vielä sellaisessa kunnossa, että siitä voisi olla jollekin hyötyä, on vaihtoehtona lahjoittaa tavara esimerkiksi hyväntekeväisyyteen. Usea haastateltavistani oli sitä mieltä, että paras tapa päästä eroon vanhasta on lahjoittaa se sukulaisille ja ystäville tai varata myyntipöytä kirpputorilta. Aineistoni perusteella lahjoittamista pidettiin selvästi parempana vaihtoehtona kuin tavaran poisheittämisestä. Näin kertoo haastattelemanani nainen Espoosta:

Ehkä tällaisiin Fidoihin ja näihin ei laiteta ihan sitä parasta tavaraa ja vaatetta, koska siitä ei saa rahaa itselleen. Siitä tulee kumminkin pikkasen sellainen hyvä olo, että en vienyt roskikseen, vaan autoin jotain tässä. Niin mä luulen, että siinä on sen vietti. Että kun vaan kerääntyy sitä tavaraa, niin vie sitten sinne. Sen takia musta siellä harvoin on mitään kovin ihmeellistä, kun ei sitä rahaa saa niistä itselleen. Mutta sitten ne torit, jossa se tulee itselle se raha, niin ne on eri asioita. Tuntuu vaan niin pahalta heittää pois. Ja sitten siitä saa pikkasen rahaakin, kun viitsi itse mennä myymään.

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Joskus motiivi lahjoittamiselle on aivan toinen. Yksi haastattelemanani naishenkilö kertoo, että tavara on helpompi viedä hyväntekeväisyyteen, jos kokee myyntitilanteen hankalana. Luopumisen vaikeutta nainen kuvailee seuraavasti:

Mä vien usein tavaraa Fidaan. Kun mun on hankalaa mennä itse myymään kirppikselle saati heittää pois. Ne ovat mulle niin rakkaita ne tavarat, etten mä voi. Aina mä kehitän sellaisen suhteen sitä omaa tavaraa kohtaan.

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Kirpputorit ovat paikkoja, missä myytävänä oleva esine voi kuulua myyjän arvohierarkiassa rojukategoriaan, mutta tulevalla omistajalla esine saattaa yletä arvoesineeksi:

Oi miten ihana jakkara! Paljonko tää on? Onks tää vaan vitosen, mitäh? Miten sä raattit näin halvalla luopua?

(Tutkimuspäiväkirja, Valteri-kirpputori, 14.12.2008)

Edellisessä alaluvussa käsittelemääni haltuunoton prosessiin viitaten arvohierarkian muutoksen voi nähdä siten, että esineen haltuunotto tähtää singularisaatioon. Siinä omistaja irrottaa esineen hyödykeympäristöstään ja tekee siitä arvokkaan ennen kaikkea itselleen. Tunnearvo muuttuu rahallista arvo tärkeämmäksi. Esineen singularisoiminen tekee esineestä kuitenkin myös yleisesti kiinnostavan ja näin sen rahallinen arvo nousee kysynnän kasvamisen myötä. (Kopytoff 1986, 81.) Jalkasen (1996, 78) mukaan monen kirpputorimyyjän mottona on se, että kirpputoreille voi viedä myyntiin ainoastaan sellaista tavaraa, millaista voisi itsekin ostaa. Jalkasen toteamukseen yhtyy yksi haastateltavistani:

Kenkiä jos vien, niin niiden pitää olla hyvässä kunnossa. Mun tädiltä sain kerran käyttämättömät kengät, josta en tykännyt niin vein ne kirppikselle.

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Aina edellä mainittu motto ei kuitenkaan päde, vaan joskus arvoton ja jopa itselle vastenmielinen esine voi olla jollekin toiselle todellinen löytö. Kirpputorien idea perustuu paljolti juuri siihen, että toisen jo roskaksi luokittelema esine voi olla jollekin toiselle mitä arvokkain aarre. (mt., 78.) Kirpputorien ohella löydön saattaa tehdä esimerkiksi roskalavalta niin kuin haastattelemani nainen kertoo tehneensä:

Mun keittiöpöydän mä olen dyykannut Tampereen työväen teatterin roskalavalta ja kunnostanut sen ystäväni kanssa. On ihanaa, että se ei ole vain pöytä jollaisia saa kaupasta. Sen voi sanoa olevan tosi aarre!

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Oma myyntipäiväni 15.06.2009 kirpputori Valterissa tuotti mielenkiintoisen havainnon. Myyntipäivän lähestyessä loppuaan osa myyjistä näytti ensin tiputtavan myymättä jääneiden tavaroidensa ja vaatteidensa hintoja. Myyntipöytien läheisyyteen alkoi myös

ilmestyä koreja, jotka oli varustettu ”saa ottaa” -kylteillä. Myymättä jääneestä tavarasta haluttiin siis vain päästä eroon vaikka ilmaiseksi. Kun kirpputori Valtteri sulki ovensa klo 15.00, alkoi tapahtua. Myyjät alkoivat kantaa myymättä jääneitä tavaroitansa ja vaatteitansa kirpputorin pihalla olleisiin roska-astioihin. Ulkona, roska-astioiden läheisyydessä odotteli joukko ihmisiä, jotka suorastaan hyökkäsivät tavarankin ja vaatekin kimppuun (ks. liite 5, kuva 3.). Väkijoukko selvästi tiesi tiettyjen myyjien toimivan kuvatuun tapaan. Myyjät taisivat itse luokitella myymättä jääneen roska-astioiksi. Roska-astioiden läheisyydessä odottavat ihmiset sitä vastoin toivoivat löytävänsä aarteita roskajoukosta. Ilmeisesti aarteita löytyi, sillä havaintojeni perusteella roska-astioilta poistui ihmisiä iloinen ilme kasvoillaan, tavara ja vaatepussit käsissään.

Myyjän on joskus vaikeaa etukäteen ennakoita, mikä esine tulee kohoamaan arvohierarkiassa ylöspäin. Koskijoen (1994, 60) mukaan ainoa arvo josta myyntitilanteessa keskustellaan, on esineen rahallinen hinta. Koskijoki näkee kuitenkin sekä myyjien että ostajien kohdistamat merkitysarvot tärkeinä vaikuttimina kaupankäynnissä. Ostaja saattaa jopa joutua salaamaan esineeseen liittämäänsä merkityksiä ja arvostusta, jottei myyjäsen vuoksi korottaisi esineen hintaa (Jalkanen 1996, 80). Mielenkiintoisesta arvonsäilyttämisestä kertoo haastattelemani helsinkiläinen nainen:

Mä olen miettinyt nyt noita kestovaippoja, että miten niiden kanssa toimisi. Kun nehän on sellasia, että jos niitä pitää hyvin, niin niistähän saisi melkein saman hinnan, mitä niistä on maksanut uutena. Niitä saa muuten aika vähän kirppiksiltä. Ihmiset ovat tavallaan tajunneet, että se niiden markkina-arvo on sellainen. Musta tuntuu, että kestovaipoissa on yllättävää kyllä melkein parempi jälleenmyyntiarvo, kuin melkein missään muussa. Mä olen kerran Valtterista löytänyt parit tollaset villahousut. Se myyjä myi niitä silloin ihan jollakin parilla eurolla.

(Nainen1, 28 vuotta, Helsinki)

Koskijoen (1994, 53) mukaan hyvän löydön tekeminen voi olla kuin rakastumista: vastustamaton kiinnostus kauniiseen esineeseen, pyrkimys sen saavuttamiseen ja lopulta ilon omistamisesta. Myyjät voivat hyödyntää kirpputoreilla kategoria-ajattelua siten, että sinänsä arvokkaan tavarankin seassa voi olla myös vähemmän arvokkaita esineitä, joiden hinta on manipuloitu korkeammaksi (mt., 58).

3.5 Vanhojen esineiden erityisyys

Tässä alaluvussa käsittelen vanhaa tavaraa. En tarkoita sillä kuitenkaan varsinaista antiikkia. Antiikkisten esineiden luokitteluun käytetään aivan omia kriteereitä ja aikakautta, joka sijoittuu mielipiteistä riippuen vähintään 1830- ja 1840-luvulle (Salakari & Salakari 1994, 47). Niin kuin johdannossa totesin, tässä tutkimuksessa ”vanha tavara” on pikemminkin sellaista käyttökelpoista tavaraa, joka on jäänyt käyttäjälleen syystä tai toisesta tarpeettomaksi.

Ennen esineet jatkoivat kulttuuria sukupolvesta toiseen (McCracken 1988, 52), mutta tänä päivänä tavaroita vaihdetaan sellaisella vauhdilla, ettei entisaikojen jatkumo enää onnistu. Belkin (1988) mukaan esineet, jotka omistamme ja jotka toimivat laajennettuna minuutena ovat myös henkilökohtainen arkisto, jonka avulla voimme reflektoida henkilöhistoriaamme ja kehitystämme. Kirpputorit ovat mitä oivallisin paikka nähdä omaa elämänhistoriaansa yleisten esinetyyliä kautta (Mäenpää 1993, 35).

Belkin (1988) mukaan oman menneisyyden hahmottaminen on keskeistä identiteetille. Esineisiin kiinnitetyt muistot ja tunteet pitävät menneisyyden läsnä. Keskinen (1994, 161) mukaan nostalgiankaipuun voi nähdä yhtenä keskeisenä kirpputorien suosioon vaikuttavana tekijänä. Kirpputoreilta etsitään omaa lapsuutta ja nuoruutta, joista sen ajan esineet ja tavarat muistuttavat. Vanhojen esineiden herättämistä muistoista haastattelemani nainen toteaa tähän tapaan:

Olen ollut paljon mummolassa ja siellä on niitä vanhoja esineitä, niin tulee niistä vaan niin hyviä muistoja mieleen, että tykkää vanhasta sitten siksikin...

(Nainen, 24 vuotta, Helsinki)

Jalkasen (1996, 70-71) mukaan esineet assosioituvat ihmisen kokemuksiin eri tavoin. Esineisiin saattaa liittyä voimakkaita tunteita, lapsuuden muistoja ja nostalgiaa. Itse kulkiessani Valtteri-kirpputorilla havainnoin seuraavaa:

Ihana, kato mikä nalle! Mulla oli tällanen ihan pienenä. Paljonkohan tää maksaa? Mä niin haluan tän!

(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 15.11.2008)

Lapsuudesta tuttu esine voi olla ajan myötä varautunut uusilla merkityksillä. Esine voi olla juuri se puuttuva palapelin pala, osa omaa muistojemme museota eli sitä muistojen kokoelmaa, jollaisena haluamme menneisyyden hahmottaa. Ja vaikkei mikään yksittäinen esine onnistuisikaan herättämään erityisiä muistoja, saattavat ne silti laukaista kai-puun ”vanhoihin hyviin aikoihin, jolloin kaikki oli toisin”.

Jalkanen (1996, 72-73) toteaa, että joku hakee kirpputoreilta mummolan kahvikuppeja sitä itsekään tiedostamatta. Kirpputorilla esine, jota ei ehkä muista olleen olemassakaan voi tuoda löytyessään mieleen rakkaita muistoja. Vanhojen esineiden paremmuutta perustellaan niiden hyvällä laadulla ja esteettisesti miellyttävällä olemuksella. Omasta ajasta ja paikasta irrotetut esineet koetaan niin esteettisinä, että vanhasta käyttöesineestä tulee joskus koriste-esine. Nykyajan pelkistetyille massatuotannon lopputuotteille haetaan vastapainoa koristeellisista ja käsintehdyistä vanhoista esineistä. Vanhoihin esineisiin ihastunut haastattelemani nainen kuvaa rakkauttaan vanhaa tavaraa kohtaan tähän tapaan:

Miksi pitäisi ostaa kaikkea uutena? Voi ostaa vanhana ja ihan todella hyvää tavaraa on tarjolla...ja mun mielestä yleensä vielä kauniimpaakin (naurua), koska mä tykkään vanhasta tavarasta. Se niin kun vastaa mun sellaisia maku-mieltymyksiä.

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Kuten alaluvussa 3.1 toin esille Lehtonen (2008, 83-84) väittää, että nykyisin kaikki tavarat olisivat korvattavissa. Aineistoni perusteella esimerkiksi ”ennen vanhaan” hankittuja kestäviä tuotteita tai vaatteita ei enää nykyisin kuitenkaan juurikaan löydä – paitsi ehkä kirpputoreilta. Nykyaikainen ja nykyisin tuotantotavoin valmistettu tuote ei korvaa ennen käsin valmistettua tuotetta. Lisäksi vanhoihin tavaroihin liittyvää tunnelmaa ei korvaa mikään. Haastattelemani nainen kuvaa seuraavassa sitaatissa entisajan tavaroiden ainutlaatuisuutta näin:

Mua kiehtoo vanhoissa esineissä se, että ne on osanneet ennen aikaa tehdä itse kun ovat tarvinneet. Että siinä ei ole pelkkä se esine, vaan siihen on sisältynyt niin paljon muutakin. Ihmiset ovat yleensä joutuneet jopa tekemään jonkun työkalun siksi, että ne saa tehtyä sen itse asian. Että mun mielestä siinä on koko historia siinä hommassa. Musta se on hienoa!

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Kirpputoreilta halutaan ostaa aineistoni perusteella pääsääntöisesti ehjää ja käyttökelpoista tavaraa. Tavaraa kunnostetaan kuitenkin myös itse. Tosin silloin esineen hinnan pitää olla edullinen. Harrastusmielessä tavaroiden kunnostaminen luokiteltiin aineistoni perusteella kuitenkin mukavaksi ajanvietteeksi ja kädentaitoja arvostettiin. Näin kuvaillee haastattelemani nainen, joka arvostaa käsitöitä:

Aina sitä antaa arvoa enemmän esimerkiksi vaatteelle jos näkee, että sen on joku itse tehnyt. Että se ei ole mistään halpahallista ostettu. Tykkään kauheesti itsekin neuloa ja innostun aina kun nään vaikka kirpparilla, että joku on viitsinyt pipertää itse jotain. Saati sellainen juttu, että torilta löytäisi jotain ennen vanhaan tehtyjä käsitöitä, niin se olisikin hienoa!

(Nainen, 62 vuotta, Kotka)

Se, että kirpputoreilta löytyi myös käsintehtyjä vaatteita ja tavaroita nosti kirpputorien arvostusta haastateltavieni keskuudessa. Myös uusi muoti-ilmiö kustomointi tai puhekielessä esiintyvä tuunaaminen eli se, että vaatteista tehdään jollakin tavalla persoonallisempia, näkyi aineistossani. Vaatteiden ”tekemisestä omanlaiseksi” kertoo haastattelemani naishenkilö seuraavasti:

Kirppiksiltä voi löytää ihanan omaperäisiä juttuja. Se on varmaan tärkeintä koko kirpputoreissa mulle. Esimerkiksi vaatteista voi löytää käsintehtyjä juttuja, jotka maksaisivat ihan älyttömän paljon kaupassa. Käsintehtyt jutut ovat kuitenkin tosi kestäviä, persoonallisia ja hyviä. Ja voihan niistä aina tehdä omanlaisiakin jos ei alkuperäinen toteutus itseä miellytä. Ja se on sitten vielä tosi kivaakin...

(Nainen2, 28 vuotta, Helsinki)

Salakari ja Salakari (1994, 42) muistuttavat kuitenkin, että omien taitojen ja edellytysten arvioiminen on ensiarvoisen tärkeää kunnostustöihin ryhtyessä. Joissakin kunnostustöissä liiallinen omatoimisuus saattaa nimittäin pilata muuten vielä hyvänkin esineen. Moni erittäin kaunis talonpoikaisesine pilattiin etenkin 1960-luvulla pesemällä ne puhtaaksi lipeällä eli maalinpoistoaineella. Kirpputoreilta on kuitenkin mahdollista hankkia edullisten hintojen vuoksi myös niin sanottuja kokeilukappaleita, joihin tiettyä kunnostustekniikkaa voi riskittä kokeilla ennen kun ryhtyy varsinaiseen kunnostustyöhön.

4 Puhtauden problematiikka kirpputoriostelussa

Tähän mennessä olen käsitellyt lähinnä esineitä. Suuri osa kirpputorien valikoimasta koostuu kuitenkin vaatteista. Käytetyistä vaatteista puhuttaessa on vaikeaa ohittaa keskustelua, joka liittyy niiden puhtauteen. Tässä luvussa käsitelen juuri puhtautta.

Jotta puhtautta olisi helpompi ymmärtää, on syytä pohtia ensin puhtauden vastakohtaa eli likaa. Siksi aloitankin luvun selvittämällä mitä lika on. Puhtauteen käsitteenä liittyy joukko erilaisia mielikuvia. Mielikuvissa puhtaus liittyy suurelta osin siihen, luotammeko, että esimerkiksi vaate on tarpeeksi puhdas. Entä voiko kaikkea edes puhdistaa ja kuinka yksilöllistä puhtaus on?

4.1 Lian ja puhtauden määritelmät

"Where there is dirt there is a system."

(Douglas 1966, 48)

Miksi miellämme, että multa on likaista, jos se on olohuoneen lattialla? Entä mistä taas johtuu se, että multa ei mielestämme ole likaista, jos se on kukkapenkissä? Eihän mullan koostumus tai bakteeripitoisuus muutu millään tavalla matkalla puutarhasta parketille. Käytännössä multa on samaa multaa, oli se lattialla tai kukkapenkissä.

Selitys edelliseen löytynee määritellystä järjestelmästä, joka vallitsee yhteiskunnassamme. Antropologi Mary Douglas on määritellyt jätteen luokittelamisen välttämättömäksi rinnakkaistuotteeksi. Douglasin mukaan jäte on olemukseltaan epäjärjestystä, ainetta väärässä paikassa. Lika on ainetta väärässä paikassa. Kastike on kyllin puhdasta syötäväksi, mutta esimerkiksi paidalle tipahtaessaan se muuttuu liaksi. (Douglas 2000, 14, 86.)

Jos multa-esimerkkiä tarkastelee Douglasin (2000) määritelmien mukaan, voi ajatella, että mullan paikka on kukkapenkki, ei parketti. Parketilla maakokkareet ovat ikään kuin väärässä paikassa. Se tekee mullasta likaista, ei sen biokemiallinen koostumus. Jos likaa määritellään jonakin, joka on poissa paikaltaan, päädytään väistämättä siihen, että on olemassa määriteltyjen suhteiden järjestelmä. Tätä ajattelutapaa jatkaen on siis

olemassa jotakin, mikä ei sovi tähän järjestelmään. Ei ole niinkään oleellista, että multa on likaista parketilla ja ei-likaista kukkapenkissä, vaan oleellisempaa on se, että mullan pitäisi olla kukkapenkissä eikä parketilla.

Douglas (2000) painottaa, että lian poistaminen vaatii aktiivista ympäristön järjestämistä, ei pelkästään sen torjumista. Siellä missä on likaa, on Douglasin mukaan järjestelmä. Jätteestä taas tekevät jätettä monet päällekkäiset luokittelusysteemit, jotka tuottavat aineesta havainnon roskana tai likana. Tällaisia luokittelusysteemejä ovat esimerkiksi hygieeninen tai taloudellinen ajattelu, moraalijärjestykset ja viime vuosina enenevässä määrin kierrättämisen käytännöt. Puhtaan ja likaisen erottaminen on esimerkki siitä, kuinka ihmisyyhteisö ottaa ympäröivän todellisuuden haltuunsa ja pyrkii jäsentämään sitä. Puhtauden ja lian määrittely liittyy kunkin yhteisön sisäiseen vallankäyttöön. Mutta mitä puhtaus oikeastaan on? Entä miten sitä voitaisiin määritellä?

Puhtautta voidaan määritellä monin eri tavoin liittyen siihen, mitä sillä milloinkin tarkoitetaan ja missä yhteydessä sitä tarkastellaan. Puhtauteen liittyvä ensimmäinen mielikuva lienee liattomuus, siisteys ja saasteettomuus. Puhtautta voidaan kuitenkin määritellä myös muita, vieraita aineita sisältämättömällä. Siveellinen puhtaus tarkoittaa viattomuutta ja turmeltumattomuutta. Virheettömyys ja moitteettomuus voidaan liittää taas esimerkiksi soinnin-, ääntämyksen- tai opin puhtauteen. (MOT Kielitoimiston sanakirja 2.0 ”puhtaus”.)

Puhtauden käsite liittyy myös voimakkaasti uskontoihin, sillä kaikissa suurissa uskonnoissa on aina esitetty henkisyysvaativan puhtautta. Eri uskontojen tunnustajat ovat käsittäneet ja määritelleet puhtautta eri tavoin. He ovat esittäneet puhtauden tarkoittavan milloin ruumiin, milloin taas tekojen puhtautta. Syvällisimmät uskonnot ovat korostaneet tunteiden ja jopa ajatusten puhtautta. Useimpien uskontojen tunnustajien piirissä on puhtaudeksi kuitenkin riittänyt se, että ihminen on keholtaan puhtaaksi pesty ja kun lisäksi vaatteet ovat puhtaat, on uskonnon vaatimus täytetty. (Douglas 2000, 85.)

Nykyeurooppalaisen kulttuurisen käsityksen mukaan lian välttäminen on kuitenkin vain hygieeninen tai esteettinen kysymys, eikä se sen kummemmin liity uskontoon (mt., 85). Myös värit ja nimenomaan valkoinen väri on perinteisesti yhdistetty puhtauteen. Kristinuskossa valkoinen ymmärretään sielullisuuden, taivaallisen rauhan ja Jumalan rakkauden vertausvärinä (Pärssinen 2003, 93). Haastatteluissani tuli esille myös

se, kuinka valkoinen väri mielletään puhtauden symboliksi. Haastattelemanin nainen kertoo näin:

Me oltiin äidin kanssa kirppiksellä myymässä ja meillä oli myynnissä sellaisia valkeita virkattuja pitsiliinoja. Siihen tuli sitten kaksi romaninaista katselemaan niitä liinoja ja kehumaan kuinka ne ovat valkoisia ja puhtaita. Se toinen sanoi, että kyllä on hyvä emäntä se, joka saa liinat näin valkeiksi ja puhtaiksi...
(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Valkoinen on käytännössä - joskaan ei väriopillisesti - väri, joka symboloi viattomuutta, puhtautta ja iloa. Valkoinen on ollut hääpuvun perinteinen väri sekä länsimaisissa, että japanilaisissa häissä. Morsian pukeutuu valkeaan osoittaakseen hääväelle ja sulhaselle olevansa viaton ja puhdas. Tosin nykyaikana valkoisen hääpuvun rinnalle on tullut myös värikkäitä pukuja. Valkoinen vaate on yleinen myös esimerkiksi rippilapsella ja lääkäriillä. Lääkäriin valkoinen takki viestittää potilaalle hygieniaa ja puhtautta. Valkoinen yhdistetään myös oikeistolaisuuteen, erityisesti puhuttaessa ensimmäisen maailmansodan jälkeisistä vuosista, jolloin esimerkiksi Suomessa ja Venäjällä käytiin sisällissotaa valkoisten ja punaisten välillä. Valkoista lippua taas käytetään ilmaisemaan luovuttamista, aselepoa, tai rauhanomaista aikomusta. (Pärssinen 2003, 94-95.)

Aina puhtautta ei kuitenkaan mielletä pelkästään määritelmänä: se pitää tuntea ja kokea. Jos puhtautta voidaan määritellä usealla tavalla, ovat puhtauteen liitettävät mielikuvat vähintään yhtä kirjava joukko. Asenteet ja mielikuvat vaihtelevat aineistoni perusteella eniten nuorten ja vanhempien ihmisten välillä. Mistä tämä voisi johtua? Jotta asenne-eroja olisi helpompi ymmärtää, käsittelen seuraavaksi kirpputorien vaatevalikoiman parantumista puhtauden ja siisteyden osalta sekä kuluttajaneuvonnan vaikutusta pyykinpesun kehittymiseen Suomessa.

4.2 Kohti puhtaampaa ja siistimpää vaatevalikoimaa

Entisaikoina kirpputorit miellettiin tavallisesti likaisiksi ja epähygieenisiksi, suorastaan vastenmielisiksi paikoiksi. Mielikuva lienee peräisin historiasta, sillä kirpputorien edeltäjillä, jo johdannossa mainituilla ”Narinkoilla” tärkein myyntiartikkeli olivat käytetyt ja epäsiistit vaatteet. Tästä syystä Narinkka saikin haukkumanimen ”lusmarknaden” eli täimarkkinat. Syynä nimitykseen oli runsas kirppujen ja loiseläinten määrä vaatteissa. (Pehkonen 1991, 111-115.)

Myös maailmalta löytyy samankaltaisia tarinoita, sillä koko kirpputori-sanana (suora käännös ranskan kielen sanasta *marché aux puces*) kerrotaan syntyneen 1880-luvulla Pariisissa Saint-Ouenin kirpputorilla. Sen mukaan Pariisin slummikorttelien katu-kaupustelijoilta sai tavaroiden kylkiäisenä myös kirppuja. (Riikonen 2002, 53.) Kirpputorien historian perusteella ei siis ole ihme, että kirpputorivaatteiden puhtaudesta ei oltu aineistoni perusteella täysin vakuuttuneita. Myös hajuistilla on katselemisen ja kosketelemisen ohella oma roolinsa kirpputoreilla aikaansa viettävälle kuluttajalle. Näin muistelee haastattelemanani 60-vuotias naishenkilö:

Mä muistan, että se oli ihan karsea se haju siellä. Ja kaikki oli likasta! Paistinpannut ja kaikki mitä siellä oli. Paistinpannuissa se rasva oli sellaista kamalan eltaantunutta. Siellä oli vaan niin hirveä haju! Sohvat ja tekstiilit ja kaikki haisi niin hirveälle, että meinasin oksentaa. Mä ajattelin, ettei täältä voisi ostaa mitään...

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

On muistettava, että ihmiskunnan historiassa hyvä tuoksu ja paha haju eivät ole kuitenkaan aina pysyneet samoina. Siis se, mikä tänä päivänä aistitaan pahana hajuna, saattoi ennen olla vähintäänkin neutraali haju. Tuntuu, että nykyisin kaiken täytyy tuoksua puhtaalta. (Furrer 2006, 158.) Aineistoni perusteella varsinkin ikääntyneemmät ihmiset saattavat edelleen epäillä kirpputoreja niiden puhtaudesta. He suhtautuvat kirpputoreihin tavallisesti nuoria varautuneemmin. Tämä aineistolähtöinen havaintoni perustuu lähinnä nuorten ihmisten kertomaan isovanhempiensa suhtautumistavoista kirpputoreja kohtaan. Haastateltavieni joukkoon ei nimittäin valikoitunut 62 vuotta iäkkäämpiä ihmisiä.

Käsityksemme liasta ja likaisuudesta muodostuu kahdesta asiasta: hygieenisyyden vaatimisesta ja vakiintuneiden tottumusten kunnioittamisesta (Douglas 2000, 53). Ihmisen on joskus vaikeata muuttaa ajattelutapojaan. Näin kuvailee haastattelemanani nainen:

Aluksi mummi epäili aina, kun kävin kirppiksillä. Mutta sitten jossain vaiheessa, kun se näki mulla päällä jonkun kivan vaateen ja kun sille sanoi, että se on kirppikseltä, niin mummi pikkuhiljaa rupesi ymmärtää, että sieltä voi saada ihan hyvääkin tavaraa ja vaatetta. Että kirppis ei olekaan sellainen paikka, että sieltä saa vaan rikkinäistä, huonoa ja likasta.

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Nykyisin kirpputorien maine on puhtauden kannalta parantunut. Aineistostani ilmeni, että nykysukupolvi ei lähde kirpputoreille ennakkoluuloisena tavaroiden ja vaatteiden epäsiisteyden tai likaisuuden suhteen, vaan torille mennään avoimin mielin:

Nykyisin vaatteet ovat hyviä, kauniita, puhtaita ja siististi esillä. Ei siinä oo kauheesti silleen valittamista.

(Nainen, 52 vuotta, Järvenpää)

Vanhempien ihmisten epäilyksiin kirpputorien likaisuudesta suhtauduttiin nuorempien keskuudessa lempeän ymmärtäväisesti, mutta samalla vanhemmille yritettiin vakuuttaa kirpputorien siisteyttä, tavarain ja vaateen laadukkuutta ja puhtautta:

On hirveen puhdasta ja hyvin pesty. Miä hirveesti tykkään kun on silleen siistin näköstä. Millä siä peset?

(Tutkimuspäiväkirja, Valteri-kirpputori, 11.10.2008)

Nykyaikaiset kirpputorit ovat saaneet paremman maineen lisäksi jopa kiitosta puhtaista ja siisteistä vaatteista. Näin toteaa haastattelemani naishenkilö:

Tietysti saa olla tarkkana sitten mitä ostaa. Se ei nyt ole aina niin viimeisen päälle kaikki pestyä. Nykyään kyllä Suomessa on varmaan kohtuullisen hyvässä kunnossa vaatteet. Tai just sellaista tahrasta, likasta tai semmoista, niin en mä ole oikein sellaseen törmännyt. Ja voihan ne vaatteet silti itsekin pestä...

(Nainen, 58 vuotta, Helsinki)

Kirpputorien muutokseen kohti puhtaampaa ja siistimpää vaatevalikoimaa vaikuttaa varmasti usea seikka. Yksi selitys liittyy kotitalousideologian läpimurtoon 1930-luvun Suomessa. Sen yhtä elementtiä edusti pyykkäys ja vaatteiden huoltaminen (Timonen 2002, 24.) Näin kuvailee haastattelemani nainen:

Nykyään on tavallista, että kirpputoreilla myydään ehjää ja puhdasta vaatetta. Eihän rikkinäinen ja likainen edes tee kauppaansa. Vanhemmat ihmiset ovat kuitenkin nähneet ajan, jolloin kirpputoreilla oli epäsiistiä. Uskon, että niiden epäilykset kirpputoreja kohtaan johtuvat tästä. Ennen ei pyykkiä pesty kuin nyt. Nyt on tehokkaat pesuaineetkin, joilla vaatteista saa tosi puhtaita.

(Nainen2, 28 vuotta, Helsinki)

Kulutussyhteiskunnan läpimurtoon liittyi oleellisesti kansalaisten kuluttajaidentiteetin rakentaminen 1900-luvun alun vuosikymmeninä. Tuolloin naisjärjestöt, kuten Martta-järjestö, tekivät aktiivisesti työtä tehokkaan ja utteran perheenemännän neuvonnassa. (Heinonen 1998, 34.) Sodanjälkeisessä Suomessa kuluttajaneuvonnan tavoitteena oli helpottaa naisten raskaita kotitöitä kuten pyykinpesua. Pyykinpesussa laatu- ja tietoisuuden opettaminen korosti säästäväisyyttä, järkevyyttä ja tutkimukseen perustuvaa tietoa. Tieteellinen tutkimus auttoi muun muassa oikeanlaisen pesuaineen valinnassa. (Timonen 2002, 24-25.) Pyykinpesu on aina ollut kotitalouden raskaimpia töitä (ks. Lahtinen 2006) ja siksi nykyisin onkin vaikea kuvitella, kuinka vaivalloinen pyykkipäivä oli ennen, ilman pyykinpesukonetta.

1960-luvun kuluttajaneuvonnassa opastettiin uuteen pyykinpesun laatu- ja tietoisuuteen eli kemiallisesti valmistettujen pesuaineiden käyttöön. Markkinoille tulivat tuolloin automaattiset, tehokkaat edestä täytettävät pyykinpesukoneet. (Timonen 2002, 24-26.) Samalla perheenäidin rahan ja ajan hallinta nousivat ydinkysymyksiksi. Pesukoneen tulo mahdollisti äidin omistautumisen perheelleen, kun häneltä jäi nyt enemmän aikaa entiseltä työläältä käsin tapahtuneelta pyykinpesulta. Tästä esimerkkinä Pantzar (2000, 59) luonnehtii ”Syödään sitä pyykkipäivänäkin” -mainosta, jonka tarkoituksena on hahmottaa, kuinka paljon pyykinpesukone säästi aikaa. Pyykinpesu oli naisten tehtävä. Arki ja käytäntö olivat naisia varten. (Pantzar 1994.)

Seuraava pyykkäämiseen liittyvä teknologinen muutos tapahtui 1980-luvun loppupuolella. Silloin ympäristövaikutusten takia pesuaineet tiivistyivät, fosfaattien määrää sekä pesukoneiden energian- ja vedenkulutusta vähennettiin. (Timonen 2002, 27-28.) 2000-luvulle tultaessa kuluttajaneuvonnassa on tarkasteltu kulutuksen aiheuttamia ympäristöhaittoja samankaltaisen järkevän valinnan lähtökohdista kuin menneinäkin vuosikymmeninä (mt. 32).

4.3 Mikä on kyllin puhdasta käytetyksi?

Aineistoni perusteella vaatteita ostetaan kirpputoreilta edullisen hinnan ja persoonallisuuden vuoksi. Moni ostaa kirpputoreilta vaatteita, koska ne ovat edullisempia kuin kaupoissa. Toisille käytettyihin vaatteisiin liittyy muitakin merkityksiä. He perustele- vat kirpputorivaatteiden paremmuutta niiden erilaisuudella. Tarjolla on jopa itse tehtyjä vaatteita, joita kaupasta ei saa. Kirpputoreilta löytää yksilöllisiä vaatteita, joilla on eri-

tyinen ”oma henkensä”. Käytettyjä vaatteita hankittaessa puhtaus on hinnan sekä vaateen esteettisen ulkonäön ohella yksi ostopäätökseen vaikuttava tekijä. Vaateen puhtaus on kriteeri, josta ei olla valmiita tinkimään. Jos vaatteiden puhtaudesta ei vakuututa, saatetaan vaatteet kokea vastenmielisinä. Haastattelemani nainen toteaa näin:

Kirppiksillä, niin ekaksi katon sitä onko se vaate puhdas. Tietysti vaateen ulkonäkö ja hintakin vaikuttavat ostopäätökseen, mutta puhtaus tulee aina ykkösenä. Jos vaate näyttää pikkasen epäilyttävältä, niin miä jätän sen ostamatta...
(Nainen, 62 vuotta, Kotka)

Viitaten alaluvussa 3.3 käsittelemääni haltuunoton prosessiin voidaan eräänä konkreettisena haltuunoton keinona kirpputorien yhteydessä pitää vaateen puhdistamisprosessia. Pesulla uusi omistaja ei ainoastaan puhdistaa vaatetta, vaan samalla hän pesee vaatteesta pois edellisen omistajan ”jäljet”. Kun rituaali on suoritettu, on vaateen käyttöönotto mielikuvallisesti helpompaa kuin mitä se olisi ilman pesua. Uusi omistaja voi aloittaa vaateen käytön niin sanotusti puhtaalta pöydältä ja vaateeseen voi alkaa muodostaa omia siteitä, kun side vanhaan käyttäjään on pesty pois.

Jalkanen (1996, 67) toteaa, että vaikka vaate olisi jo valmiiksi silmämääräisesti puhdas, se tavallisesti pestään kotiin tuomisen jälkeen ennen käyttöönottoa. Valtteri-kirpputorilla havainnoidessani kuulin myös ostajien puhuvan siitä, kuinka he kotiin päästyään pesevät kirpputorilta ostamansa vaatteet:

Reppuun mä sen kumminkin laitan ja siellä se rypistyy lisää. Kato pesuun se menee kumminkin...
(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 11.10.2008)

Douglasin (2000, 47) mukaan lian poistaminen voidaan nähdä positiivisena yrityksenä järjestää ympäristöä. Järjestämme ympäristöämme myönteisessä mielessä ja pyrimme sovittamaan siihen liittyvät yksityiskohdat ideoittemme mukaisiksi. Asiat joita ei voi puhdistaa jätetäänkin suosiolla kirpputoreilta ostamatta. Haastattelemani nainen toteaa kirpputorivaatteiden puhdistamisesta näin:

Kaikki mitä ei voi pestä, niin inhottaa ja en voi ostaa niitä. Vaatteet voi sentään onneksi pestä.
(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Käytettyjen vaatteiden puhdistus liittyy kuitenkin muuhunkin kuin haltuunoton prosessiin. On tietysti ymmärrettävää, että kirpputoriostokset halutaan pestä varmuuden vuoksi. Vaikka vaatteet näyttäisivätkin puhtailta, ovat ne silti käytettyjä. Itse puhdistamisella voidaan varmistaa, että prosessi on tehty huolella ja ostajan kriteerien mukaisesti.

Lisäksi vaatteen pesu ja asianmukainen puhdistus ovat tärkeimpiä keinoja vaatteen käyttökelpoisuuden ylläpitämiseksi. Huolellisella pesulla ja puhdistamisella voidaan antaa vaatteelle huomattavasti enemmän elinikää. Pesulle on olemassa myös vaihtoehtoisia puhdistamisen muotoja. Tuulettamalla vaatteita, pyörittelemällä niitä lumihangessa ja huolehtimalla siitä, että vaihtaa aina tekemisen mukaiset vaatteet päälle voidaan pesukertoja vähentää huomattavasti.

Vaihtoehtoisia puhdistamismuotoja ei kuitenkaan koettu aineistoni perusteella niin luotettaviksi kuin esimerkiksi konepesu. Salakari ja Salakari (1994, 43) painottavat, että lasten vaatteet ja lelut kannattaa puhdistaa ja desinfioida erityisen huolellisesti ennen käyttöönottoa, sillä lapsilla on tapana laittaa suuhun kaikki mahdollinen. He mainitsivat, että nallen tai muun pehmolelun bakteerit saadaan nujerrettua esimerkiksi pakastamalla. Aineistoni perusteella pakastamista ei kuitenkaan koettu sellaisena puhdistamisen muotona, jota olisi haluttu käyttää käytetyn puhdistamiseen. Sitä vastoin lian poistamista pyykinpesukoneessa pidettiin luotettavana:

Monia varmaan inhottaa kirpputori tuotteissa se, että kun epäilee sitä puhtautta. Ei usko, että niiden olevan puhtaita. Vaatteissa esimerkiksi ei välttämättä tiedä edellistä käyttäjää. Mutta mua ei inhota vaatteet, kun laittaa vaan pesukoneeseen peseytymään. Sen jälkeen ne haisevatkin ihanan pesuaineelle...

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Jos tekstiiliä ei voida konkreettisesti puhdistaa esimerkiksi koneellisesti, sen ei nähdä puhdistuvan ehkä ollenkaan tai ei ainakaan riittävästi. Esimerkiksi Salakarin ja Salakarin (1994) pakastamisehdotusta ei koettu riittävänä puhdistamisen muotona. Pesukone hoitaa puhdistamisen, mutta tässä tapauksessa pakkanen ei:

En voi kuvitellakaan, että ostaisin patjaa tai sohvaa kierrätettynä. Ei se tuuletaminen tai pakastaminen niitä puhdistaa. Olen sellainen iljettävä hygieenikko.

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Väitän, että puhtauden problematiikkaan eli siihen, milloin jokin on puhdasta tai tarpeeksi puhdasta ja milloin ei, vaikuttavat ne henkilökohtaiset mielikuvat, joita meistä jokainen liittyy puhtauteen. Mistä nämä mielikuvat sitten voisivat olla peräisin?

4.4 Puhtauden rajat

Kirpputoreilta ostetaan mielellään sellaisia tuotteita, joita pystytään puhdistamaan. Mutta onko olemassa jotakin sellaista, jota torilta ei osteta, vaikka sen puhdistaminen onnistuisi kuinka esimerkiksi tahansa? Onko joillakin vaatteilla tai tavaroilla sellainen ”käytetyn leima”, jota ei edes puhdistamisella voida poistaa? Aineistoni perusteella voitaneen todeta, että ainakin henkilökohtaiset ja intiimit asiat jätetään suosiolla ostamatta, vaikka niitä kirpputoreilla toki myydään. Alusvaatteet olivat aineistoni perusteella yleisin torilta ostamatta jätetty asia:

No varmaan pikkuhousuja ja hammasharjaa en ostaisi (naurua). En kyllä oikein astioitakaan. Mulla kyllä on vanhoja astioita, mutta ne ovat perheestä tulleita.

(Nainen, 42 vuotta, Vantaa)

Haastattelemanin nainen ei voisi ostaa käytettyjä astioita kirpputoreilta, mutta omasta perheestä tulleet käytetyt astiat riittävät vakuuttamaan hänet ja niitä hän voi käyttää. Selvästikin haastattelemanin nainen on siis jollain tavoin vakuuttunut perheensä aterimien puhtaudesta, mutta ei kirpputoreilla astioita myyvien henkilöiden aterimien puhtaudesta. Mielikuvista puhuttaessa nainen on siis ennakoasenoitunut muiden ihmisten käytettyjä astioita kohtaan eikä koe voivansa käyttää niitä.

Haastateltavieni vastauksissa ei voi olla huomioimatta naurahduksia. Haluan tuoda tässä luvussa aineistoni lainauksien runsaudella esille sen, että naurahduksia esiintyi lähes kaikissa vastauksissa, joissa käsittelemäni teemaa ”mitä ei voisi ostaa käytettynä”. Niin tässäkin:

Alusvaatteita en ostaisi (naurua). Vaikka kaiken voi pestä, mutta siinä on se mielikuva. Siinä mennään ehkä vähän jonkun rajan yli.

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Uskon, että haastateltavieni hermostuneet naurahdukset liittyvät mielikuviin puhtaudesta, joita käsittelin edellisessä alaluvussa. Puhtauden määrittäminen on ongelmallista. Edellä lainaamani nainen kertoi ”rajan yli menemisestä”. Kuka voi määritellä, onko jokin esine tai vaate puhdas ja onko se riittävän puhdas juuri minulle? Entä mistä muusta naurahdukset voisivat johtua?

Epäilen, että naurahdukset kertovat jonkinlaisesta kulttuurillisesta koodista. Nauramalla haastateltavani saattavat yrittää peitellä tai pehmentää asian vakavuutta. Kun asialle nauretaan, on se osoitus siitä, että kukaan haastateltavistani ei vakavissaan voisi ajatella ostavansa alusvaatteita kirpputoreilta. Siis, kun kaikki haastateltavat nauravat, voisi ajatella, että se on jollakin tavoin kulttuurisesti määrittynyttä.

Mitä kulttuurilla tässä yhteydessä sitten oikeastaan tarkoitetaan? Kulttuuri käsitteenä on erottelujen järjestelmä, jonka avulla tietyn yhteisön jäsenet luokittelevat toisiaan, voivat perustella omaa toimintaansa tai tulkita muita ihmisiä. Sosiologien keskuudessa vakiintuneimmat kulttuurin käsitteen käyttötavat liittyvät normiteoriaan. Tällöin kulttuuri tarkoittaa jonkin yhteisön normijärjestelmää kokonaisuutena tai sitten elämänaluetta koskevia normeja. Normiteorian mukaan ihmisen käyttäytyminen on riippuvainen yhteisöstä. (Sulkunen 1989, 185, 186, 196.)

Edellä esittelemäni kulttuurillisen koodin voisi ajatella olevan siis ikään kuin järjestelmä, joka rajaa hankintojen tekemistä kirpputoreilta. Ostamatta jättämistä selitetään henkilökohtaisella hygienialla, vaikka tosiasiansa vaate saatetaan jättää ostamatta tämän järjestelmän vuoksi. Entä mitä tapahtuu jos järjestelmästä poikkeaa? Järjestelmästä poikkeaminen saattaa indikoida mielenterveys- tai muita ongelmia. Järjestelmää on siis helpompi noudattaa kuin poiketa siitä. Kulttuurin koodi siirtyy sosialisatiossa tavallisesti sukupolvelta toiselle.

Sulkusen (1989, 122) mukaan käteväksi käsitteeksi normi tulee varsinkin silloin, kun todellisissa vuorovaikutustilanteissa esiintyy normijärjestelmien ristiriitoja tai poikkeavuutta. Poikkeavuutena on sosiologisessa kirjallisuudessa käsitelty muun muassa rikollisuutta, alkoholismia, mielisairautta ja erilaisia seksuaalisia vähemmistöjä, joskus jopa vain epätavallisia elämäntapoja. Poikkeavuuden käsite on normin toinen puoli: se on normeista poikkeavaa käyttäytymistä. Vasta poikkeama tekee normin todelliseksi.

Siinä mielessä poikkeavuus on välttämätön osa yhteiskuntaa - ilman sitä ei olisi nähtävissä, mikä on "tavallista" ja "sallittua". (Sulkunen 1989, 127.)

Puhtaus ja terveys yhdistettiin 1900-luvun alun vuosikymmenien valistuskirjoituksissa myös henkisiin ominaisuuksiin. Tuolloin puhdas koti merkitsi kunniallista ja moitteetonta emäntää. ”Jos ympäristömme, vaatteemme ja ruumiimme ovat puhtaat, puhdistuvat samalla myös ajatuksemme, sanamme ja tekemme”, vakuutettiin Lahtisen (2006, 33) mukaan 1920-luvun valistuslehdessä. Lehti lienee viestittänyt sanomaa epäsiistin kodin emännän epäilyttävästä moraalista.

Douglas (2000) vakuuttaa, että niin luonnonkansojen kuin meidän nykyihmistenkin psyykettä ohjaa samankaltainen luokittelun logiikka. Likaisina pitämämme asiat vain vaihtelevat ajan mukana. Douglasin mukaan ihmiset hahmottavat maailmaa erilaisten kategorioiden kautta. Douglas käyttää anomalian käsitettä kuvaamaan esimerkiksi eläintä tai asiaa, joka ei tunnu soveltuvan mihinkään kategoriaan. Ihmisten mielissä tällainen eläin tai asia on saanut epäpuhtaan, kielletyn tai vaarallisen leiman. Kulttuurissa näillä anomalioilla on Douglasin mielestä tärkeä merkitys siinä, että ne muistuttavat rajoista, joiden sisällä sosiaalisia arvoja uusinnetaan. Esimerkiksi taiteilijat ovat kautta aikojen hyödyntäneet anomalioita, kun he ovat halunneet järkyttää yleisöään tai herättää keskustelua.

Naurahdukset liittyvät varmasti osittain myös siihen, etteivät haastateltava tunteneet oloaan kotoisaksi keskustellessaan kanssani alusvaatteista. Harva varmasti olisi kertonutkaan ostavansa käytettyjä alusvaatteita kirpputoreilta:

Niin no ehkä jotain alusvaatteita en ostaisi (naurua)...Kaikki on tietysti lopulta siitä kunnosta kiinni. Tai no en ostaisi, en myönnä (naurua)...
(Nainen1, 28 vuotta, Helsinki)

En mä mitään alusvaatteita osta (naurua). Ja sitten kun muutenkin niitä pitäisi sovittaa ja kun ei välttämättä voi. Enkä meikkejä osta, kun niitäkin myydään...tai hajuvesiä ja sellaisia. Ja just jos mä ostan vaikka jotain koruja, niin kyllä mä haluan itse puhdistaa ne.
(Nainen, 24 vuotta, Helsinki)

Liasta tuntuu naurahdusten perusteella syntyvän epätietoisuutta, jota voidaan pitää jopa vaarallisena. Pesukoneella voidaan poistaa tietynlainen, ei niin ”epäilyttävä” lika, mutta alusvaatteiden kohdalla edes pesukone ei kykene tekemään vaatteesta ”vaaratonta”. Kirpputorivaatteiden ja miksei -tavaroidenkin puhdistuksen voisi ajatella olevan kolmi-jakoinen: vaateen voi pestä, jolloin ”vaara” poistuu, sohvaa ei voi pestä, joten siinä lika säilyy. Alusvaatteet taas ovat ”saastuneita”, sillä niitä on mahdotonta puhdistaa. Aineis-toni perusteella alusvaatteiden lisäksi kirpputoreilta ei mielellään osteta myöskään käy-tettyjä kenkiä. Näin haastateltavani toteavat:

En mä kyllä kenkiä ostaisi. Tietysti jos ne kengät olisivat ihan uudet ja niis-tä näkisi ettei niitä ole käytetty. Ehkä sitten voisinkin harkita jopa ostamista. Ja jos niitä on käytetty, niin sittenhän ne ovat jo ihan muotoutuneet sen edelli-sen käyttäjän jalan mukaan. Ei niitä silloin oikein enää pystyisikään itse käyttämään. Mulla on itselläni vielä sellanen hankalan mallinen jalka, että saisi käydä aika hyvä säkä, että jo valmiiksi muotoutunut kenkä sopisi mun jalkaan...

(Mies, 30 vuotta, Helsinki)

Kengät nyt on sellaisia, että niiden on oltava todella käyttämättömät että voisinkin ostaa niitä kirpputorilta. Ei voi ainakaan ostaa sellaisia mitkä joku on jo kävellyt linttaan. Niin kuin kenkien tapauksessa on tavallista. Eihän siitä tulisi yhtään mitään. Ei sitä kenkää saisi edes välttämättä sopimaan omaan jalkaan, vaikka kuinka yrittäisi.

(Nainen, 52 vuotta, Järvenpää)

Vaikka aineistoni perusteella kirpputoreilta ei mielellään osteta käytettyjä kenkiä, Kuluttajatutkimuskeskuksen vuoden 1995 julkaisussa todetaan, että yli puolet suomalaisis-ta kuluttajista käyttää kirpputoreja vaate- ja kenkäostoksiin (Maula, Pantzar & Raijas 1995, 46). Suhtautumistapa kenkiä kohtaan tuntuu siis ainakin tämän tutkimuksen pe-rusteella muuttuneen. Luokittelisin edellä esittämäni kolmi- jaon perusteella kengät soh-van kanssa samaan kategoriaan eli asioihin, joita ei voi pestä, jolloin lika niissä säilyy. Tietysti lenkkikengät voi pistää pesukoneeseen sillä varauksella, että niiden käytettä-vyys kärsii. Käytännössä kenkiä on kuitenkin hankalaa tai mahdotonta pestä pesuko-neessa.

Aineistoni perusteella käytetyt kengät siis koetaan alusvaatteiden tavoin jollakin lailla intiimeiksi, henkilökohtaisiksi tai jopa iljettäviksi. Toisaalta perusteena sille, että kenkiä ei osteta haastateltavani kertovat, että jos kengät ovat jo käytetyt ja ”linttaan kävellyt”, on niitä vaikeaa saada sopimaan omaan jalkaan. Ehkä kuitenkin juuri kenkien muotoutuminen omistajan jalan mukaan tekee niistä niin intiimejä. Entisen omistajan jalan muokkaamia ”jälkiä” on käytetystä kengästä vaikeaa tai jopa mahdotonta poistaa. Jos vanhan omistajan jäljet ovat näkyvissä, vaikeuttaa se haltuunoton prosessia tai tekee siitä jopa mahdotonta.

Bakteerien toteaminen vakavien tartuntatautien aiheuttajaksi mullisti kauttaaltaan puhtauden historiaa. Lika alettiin ymmärtää aivan uudella tavalla. Lika ei ollut enää ainoastaan näkyvää, vaan huomio kiinnitettiin nyt näkymättömien bakteerien ja mikrobien vastaiseen taisteluun. Sen ansiosta ihmiset vähitellen ymmärsivät, kuinka tärkeää siisteys on koko heidän elinympäristönsä kannalta. (Lahtinen 2006, 13, 32-33.)

Suomalaisesta saunakulttuurista johtuen suomalaiset ovat kautta aikojen pitäneet itseään erityisen puhtaana kansana (Furrer 2006, 161). Joskus saunakulttuuriin viitaten suomalaisia kuulee kutsuttavan maailmalla ”puhtaiksi kansalaisiksi.” Nykyisin ainakin saippua, vessapaperi, deodorantti ja parfyymi ovat puhtaudesta huolehtivalle ihmisille välttämättömiä hygieniatarvikkeita. Tiukat puhtausnormit tuntuvatkin leimaavan erityisesti 1990- ja 2000-luvun ihmisten elämäntapaa. (mt., 157.)

Puhtauteen liittyy myös termi ”henkilökohtainen hygienia”. Henkilökohtaisella hygienialla tarkoitetaan pukeutumisen ohella omasta terveydestä ja yleisestä puhtaudesta huolehtimista. Puhtaus ja henkilökohtainen hygienia ovat tähän tutkimukseen keräämänni aineiston perusteella hyvin henkilökohtaisia ja arkoja asioita, eikä niistä mielellään keskustella ainakaan vieraiden ihmisten kanssa. Keskustelu aiheesta tuntui saavan haastateltavani erityisen kiusaantuneiksi. Henkilökohtaista omasta hygieniasta ja puhtaudesta tekee se, että niitä varten ei ole lainsäädännöllisesti osoitettu mitään valvovaa tahoja, kun taas esimerkiksi elintarvikkeiden hygieniasta huolehtii lainsäädännöllisesti Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Henkilökohtaisen hygienian valvominen lainsäädännöllisesti ei olisi kuitenkaan mahdollista tai edes sopivaa. Tämän vuoksi puhtaudelle on vaikea määritellä, kulttuurillisesta normijärjestelmästä huolimatta, tiettyjä rajoja.

5 Kirpputoriturismi

Lehtonen (1999, 153) vertaa kauppakeskuksessa käymistä matkailun kaltaiseen ajanviettoon. Lehtonen näkee siis kauppakeskuksessa oleilun turisminkaltaisena ajanvietteenä. Myös matkailussa ja kirpputorien kiertelyssä on yhtymäkohtia ajanviettonäkökulman suhteen. Näitä kahta, matkailua ja kirpputoreilla kiertelyä yhdistää ainakin halu olla jossain muualla, vapaa-aika sekä tunne kiireettömyydestä.

Haastatteluissani kirpputoreilla oleminen ja ajanviettäminen nähtiin turisminkaltaisena oleiluna. Lisäksi kirpputoreilla olemiseen liitettiin aineistossani matkailuun perinteisesti yhdistettyjä tapoja ja tottumuksia. Tästä syystä on perusteltua käsitellä kirpputoreja matkailun näkökulmasta. Tässä luvussa tarkastelenkin ajanviettoa kirpputoreilla turismin kaltaisena toimintana. Aineistoni perusteella voi todeta, että kirpputoreille mennään harvoin todellisen tarpeen takia. Tämän luvun tarkoituksena on tarkastella kirpputoreja ajanviettopaikkoina ja löytää niistä yhtäläisyyksiä matkailun ja turismin kanssa.

Olisi kuitenkin liioiteltua väittää, että kirpputoreilla oleilu olisi kaikille turismin kaltaista ajanvietettä. Vähävaraisille henkilöille, jotka käyvät kirpputoreilla taloudellisen pakon edessä, vaatteiden ja tavaroiden hankinta toreilta on pakollista ja kaukana huolettomasta ajanvietteestä. Kirpputoreilla asioiminen saattaa olla heille hankala ja epämiellyttävä kokemus. Painotankin, että käsitelen tässä tutkimuksessa ainoastaan sellaisia tapauksia, joissa torille mennään ilman taloudellista pakkoa.

Alaluvussa 2.1 esittelemäni Sherryn (1990) tutkimuksessa on tarkasteltu muun muassa ostajien ja myyjien käytöstä markkinapaikoilla, paikan ilmapiiriä, kulutuksen sosiaalisia ulottuvuuksia sekä kulutuksen kokemukseräistä näkökantaa. Tämän luvun tarkoituksena on pohtia Sherryn tavoin kirpputorien henkeä, toreilla olemista sekä ihmisten välistä vuorovaikutusta.

Termejä matkailu ja turismi käytetään joskus toistensa synonyymeinä. Niillä viitataan tässä yhteydessä ihmisten vapaa-aikanaan tekemiin matkoihin. (Järviluoma 1993, 10-12; Kostiaisen 1993, 14.) Kostiaisen (1993, 14) mukaan matkailu on kuitenkin turismia laajempi käsite. Turismi liittyy matkailun teollistumiseen, ja siitä voidaan puhua lähin-

nä vasta 1900-luvun matkailun yhteydessä. Aho (1994a, 172) on niin ikään pitänyt tärkeänä erottaa nämä käsitteet toisistaan. Hänen mukaansa turismi tarkoittaa lähinnä huvimatkailua, joka on vain yksi matkailun tyypeistä.

Kirpputorituristi on aineistosta itse kehittämäni termi ja se tarkoittaa tässä tutkimuksessa sellaista henkilöä, joka viettää aikaansa kirpputoreilla. Käsitteeseen voisi liittää myös kytköksen vapaa-aikaan sekä viipyilevään ja kiireettömään, ”huolettomaan” kuljeskeluun. Nämä piirteet ovat Lehtosen (1999, 154) mukaan perinteisesti ajateltu ominaisiksi turismille. Siksi termi kirpputoriturismi on turismia laajempi käsite, joka tarkoittaa kirpputoreilla oleilua, virkistäytymistä ja yhdessä olemista. Turismissa on keskeistä erityinen suhde ympäristöön. Ympäristötekijät vaikuttavatkin suuresti turistin käyttäytymiseen ja odotuksiin.

Hemmi, Lehtonen ja Vuoristo (1986, 123) väittävät, että turistin roolissa toimitaan kulluttajana eri tavalla kuin omassa kotiympäristössä. Joskus kuulee puhuttavan, että henkilö katselee ympäristöään ikään kuin turistin silmin. Käsite viittaa ulkopuolisuuteen, irrallisuuteen ja sitoutumattomuuteen. Ollaan niin sanotusti sivustaseuraajina.

5.1 Kirpputori ajanviettopaikkana

Kirpputorit ovat tilallisesti mielenkiintoisia paikkoja. Tässä tutkimuksessa keskityn tarkastelemaan suomalaisia kirpputoreja. On syytä huomioida, että maailmalla kirpputorien ilme voi olla erilainen kuin Suomessa. Ulkomailla kirpputorien paikkana toimii tavallisesti esimerkiksi katu tai muu suuri alue. Aiemmin esittelemässäni De Bruin ja Dupuisin (2000) tutkimuksessa olikin eritelty tarkkailun kohteeksi muun muassa Uuden-Seelannin Otaran kirpputorialue ympäristönä.

Käsittelin alaluvussa 3.3 esineiden haltuunottoa. Myös tilalla voi olla oma haltuunoton prosessinsa. Kirpputoreilla tilan haltuunotto onnistuu ainakin mielikuvallisesti, koska kirpputorit on normaalisti aidattu tai järjestetty määrättyssä paikassa esimerkiksi viikonloppuisin. Huolimatta kirpputorin suuruudesta siellä aikaansa viettävä voi ajatella käyttävänsä toria ja hallitsevansa paikan. Tällainen kokonaisvaltainen haltuunotto ei tulisi kyseeseen esimerkiksi kaupungin keskustassa, joka on avoinna ympäri vuorokauden. Lisäksi kaupungin keskusta on alueena vaikea määritellä. Toistuvan käytön kautta

kirpputoritila alkaa elää ja saada merkityksiä. Käytön kautta syntyy muistoja, aistimuksia ja kokemuksia sekä rutiineja, tapoja ja taitoja toimia juuri tietyssä tilassa. (Lehtonen 1999, 160-162.)

Douglasin (2000, 23) mukaan ihmiselle on tunnusomaista käsitellä eri asioihin liittyvää informaatiota paitsi suhteessa ominaisuuksiin, joita niistä on erotettavissa, myös tilaan, joissa ominaisuudet ovat ”luonnollisia”. Niin kuin alaluvussa 4.4 todettiin, ”luonnottomissa” yhteyksissä ne muuttuvat epäjärjestyksestä ja kaaosta synnyttäviksi anomalioiksi, joihin liittyy marginaalisuuden ominaisuuksia, likaisuutta, tahraisuutta sekä kielteisiä tunteita kuten inhoa, pelkoa ja vastenmielisyyttä. Mäenpään (1993, 35) mukaan kirpputorit noudattavat marginaalikulttuurin logiikkaa siinä mielessä, että kirpputorit syntyvät sellaisiin paikkoihin, joissa ei ole muuta (taloudellista) toimintaa.

Haastattelemanin nainen vertaa kirpputoreja matkailunähtävyyksiin. Vieraassa maassa kirpputoreilla vierailu voi antaa turistille aivan toisenlaisen kokemuksen maan kulttuurista ja tavoista kuin vierailu kauppakeskuksessa, jonka tuotevalikoima koostuu kaikkien tuntemista brändeistä ja muut ihmiset ovat niin ikään turisteja. Haastattelemanin naisen mielestä kirpputorit kuuluvat ainakin ulkomailla osaksi kaupungin kulttuuria:

Pariisissa kirppikset kuuluu siihen kaupungin kulttuuriin. Eivät ne ole mitään nenännyrpiestyspaikkoja. Nehän on ihan nähtävyyksiä siellä...

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Matkailutilanne on luonteeltaan sellainen, että matkailijan voi olla vaikeaa tai mahdotonta päästä matkakohteensa ”näyttämöiden taakse”. Silti juuri se on asia, mitä turisti pyrkii tavoittamaan. McCannell (1976) antaa arvoa turistin kokemuksille ja havainnoille, vaikka toteaaakin, ettei matkailijalla ole pääsyä vieraan kulttuurin varsinaiseen ytimeen. Turisti saattaa matkakohteessa kulkiessaan sattumalta löytää paikkoja, jotka herättävät mielenkiintoa, mutta joita ei löydy matkailijoille suunnatusta materiaalista. Tehdessään valintoja siitä, mitä haluaa nähdä, turisti tukeutuu aluksi toisten luomiin mielikuviin ja on sivullinen suhteessa ympäristöönsä. Vähitellen omien kokemusten karttuessa suhde matkakohteeseen alkaa muuttua. (Tani 2000.) Itse havainnoidessani kirjasin muistiin erään tapauksen, jossa kaksi ystävää, toinen selvästikin kokenut kirppu-

putorien kiertelijä ja toinen taas vähemmän toreja kierrellyt untuvikko olivat tulleet torille ostoksille:

Onks tää liittalaa? Ei tää taida olla...sitä paitsi, annas tähän se...se on rikki!
Mä kuulen sen äänestä. Kuulet sä? Kato tää kannattaa aina tarkistaa näin tää lasitavara. Kopautat vaan näin pohjasta...
(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 13.12.2008)

Graburn (1983, 11) vertaa matkailua muun muassa leikkiin, rituaaleihin, seremonioihin, mietiskelyyn ja jopa pyhiinvaelluksiin. Matkailunähtävyyksistä voi tulla pyhiä ja nähtävyyksien katselusta uskonnollisen rituaalin kaltaisia tapahtumia. Tietyissä kohteissa on lähes pakko käydä. Matkailija ei voi jättää kohteita näkemättä, jos hän liikkuu niiden läheisyydessä. (McCannell 1976; Selänniemi 1993.) Haastattelemani nainen liittyy kirpputorit kiinteästi matkusteluun ja nähtävyyksiin, joita hän haluaa mennä katsomaan:

Mä en ollenkaan käy kirpputoreilla kun olen kotona. Mä olen siitä erikoisluontoinen, että käyminen liittyy mulla aina matkusteluun. Kun mä käyn mun nuorimman tyttären luona Vaasassa tai vanhimman luona Kemiössä, niin silloin vaan käyn. Se kuuluu siihen kuvioon. Kun mä halusin mennä Pohjanmaalle sellaiseen ulkoilmamuseoon ja siihen vanhaan kauppahalliin, niin sitten käynti kirppiksellä siellä niin oli ihan tasavertainen niiden muiden kohteiden kanssa. Ihan yhtä mielenkiintoinen! Se voi kuvastaa mun suhdetta kirppareihin. Kirppari ei ole yhtään niin kuin huonompi.
(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Tavarasuhdetta käsittelevään lukuun 3 viitaten ovat erilaiset uskonnot mielenkiintoisia materiaalisesta näkökulmasta. Lehtonen (2008, 106) huomauttaa, että mitä voimakkaampaa uskonnollisuus on, sitä aineellisemmin se näkyy myös niin sanotussa tämänpuoleisessa, aina rukouspaikoista vaatetukseen ja ruokatapoihin. Kaikkein abstrakteimmat ja henkisimmät uskonnot tukeutuvat säännönmukaisesti kirjaan eli materialisoituneeseen tekstiin.

Haastatteluaineistoni perusteella voisi sanoa, että kirpputoreja kierrellään mieluusti vapaa-ajalla. Suosituimpia ajanviettopaikkoja kirpputorit ovat viikonloppuisin tai silloin kun ihmisillä sattuu olemaan aikaa, esimerkiksi koulun tai työpäivän jälkeen. Aikaa halutaan varata, jotta torilla oleilu olisi kiireetöntä. Varsinkin viikonloppuisin halutaan,

jos vain mahdollista, karistaa arjen kiire ja työasiat pois mielestä. Viikonloppuihin liittyy myös halu tehdä asioita, joita ei normaalissa arjessa ehdi. Tällaisia asioita ovat esimerkiksi yhdessäolo ja meneminen johonkin sellaiseen paikkaan, jossa arjen voi unohtaa. Ihmiset haluavat myös juhlistaa viikonloppua esimerkiksi valmistamalla hyvää ruokaa. Toisilla on viikonloppu täynnä ohjelmaa, kun taas toiset nauttivat suunnittelemattomuudesta ja hetkessä elämisestä:

Yleensä se on mulla niin, että menen kirppikselle ihan tosta vaan. Silloin kun on aikaa ja miettii, että mitä tänään tekisi. Että, esimerkiksi jos on kiva ilma, niin voidaan lähteä vähän kävelemään ja poiketa siitä sitten kirppikselle. Helposti se menee juuri niin, ettei todellakaan ole menossa kirpputorille, mutta sitten se sattuu vaan kohdalle ja kävelee sisään.

(Mies, 30 vuotta, Helsinki)

Silloin kun tuntuu, että on aikaa ja että ei ole tällä hetkellä mitään tekemistä. Aika usein se keskittyy ehkä lauantaihin ja sunnuntaihin, silloin kun on aikaa.

(Nainen, 62 vuotta, Kotka)

Lehtosen (1999, 158) mukaan kotoa lähteminen, määränpäässä kiertely ja kotiin palaminen eivät merkitse turistimaista suuntautumista ainoastaan määränpäässä. Matkalla itsellään on myös tärkeä osa kokonaiselämyksen kannalta. Matka määränpäähän, esimerkiksi kirpputorille voi siis olla pitkäkin, kunhan kulkuyhteydet ovat hyvät. Järkevien päivittäistavaraostosten tekemisen kannalta pitkä matka ei ehkä toimi, mutta turismin maailmassa matka saa uuden ulottuvuuden. Mitä kauemmas matkustetaan, sitä suurempi on elämys.

5.2 Kohtaamisia

Heinonen tarkastelee suomalaisia muun muassa matkailupalveluiden kuluttajina. Heinosen (2008, 14) mukaan Välimeren auringon alla vapaudutaan estoista jopa siinä määrin, että muuten jäykiksi luonnehditut suomalaiset vapautuvat sinuttelemaan itselleen vieraita henkilöitä muistamatta edes mainita sukunimeä esittäytyessään. Jalkanen (1996, 48) vertaa kirpputorien tunnelmaa keskiajan ja renessanssin torielämään, jota leimasi erityinen vapaa ja tuttavallinen kanssakäyminen. Muualla hallitsevat ihmisten väliset hierarkiat eivät Jalkasen mukaan kirpputoreilla päde. Haastattelujeni perusteella

kirpputorit mielletään paikoiksi, joissa ollaan rentoja, jutellaan ja tavataan ihmisiä. Kuten yksi haastateltavistani asian ilmaisee:

Mutsi myi aikansa paljonkin siskon kanssa. Ja silloin mä kävin heitä usein katsomassa Hietsussa. Siinä oli tietyllä tavalla niin kun taloudellista hommaa, että hyödynnettiin sitä tarpeetonta kamaa, mutta myös muita syitä. Kun muut tiesivät, että äiti tykkää käydä myymässä, niin ne toivat kamaa sille myyntiin. Äiti myös piti myyntitilanteesta ja juttelusta ihmisten kanssa. Se oli hauskaa kanssakäymistä.

(Mies, 60 vuotta, Lohja)

Kun matkakohteessa käy runsaasti erilaisia ihmisiä, saattaa heidän välilleen syntyä ristiriitoja. Kohtaamiset, joita ei pysty välttämään paikoissa, joissa käy runsaasti ihmisiä saattavat häiritä niin sanotun tavoitteen saavuttamisessa. Bauman (2002, 128) kehottaa olemaan puhumatta vieraiden kanssa ja jatkaa, että kohteliaassa välinpitämättömyydessä on kysymys siitä, että omaa kyvyn olla tekemisissä vieraiden kanssa lukematta vierautta kuitenkaan heidän puutteekseen. Vanhemmat antavat joskus lapsilleen ohjeen olla puhumatta vieraiden kanssa. Tuntuu, että ohjeesta on pikkuhiljaa tullut aikuisenkin normaaliuden moraalinen ohjenuora. (mt., 120, 134.)

Turistit eivät välttämättä ole mielissään siitä, että heidän ympärillään liikkuu paljon toisia turisteja (Ilola 1994, 138). Kuitenkin se, että ollaan samassa paikassa ja harjoitetaan samaa toimintaa kuin muut samassa paikassa olevat, tuntuu lisäävän toiminnan arvoa. ”Tätä harrastavat monet” -leima tekee tekemisestä mielekästä ja oikeutettua, jotakin, mitä ei tarvitse puolustella. (Bauman 2002, 119.) Mäenpää (2005, 231) näkee kaupungissa liikkuvan väkijoukon olevan yksilölle paitsi ”uhka” myös ”suoja”. Toisaalta väkijoukosta lähtevä ärsykehäly, toisaalta mentaalinen suoja ovat vilkkaan kauppatilan yhtäaikaista ominaisuuksia. Kirpputorien miinuspuoliksi lasketaan haastattelujeni perusteella se, että torit ovat etenkin viikonloppuisin täynnä:

No lähinnä se tungos saattaa ärsyttää... ja hälinä. Ei voi välttämättä oikein rauhassa katsoa tavaroita kun ihmiset tunkee.

(Mies, 30 vuotta, Helsinki)

Haastatteluissani suurten hallikirpputorien etuna nähtiin se, että tilaviin halleihin mahtuu enemmän ihmisiä. Halleihin mahtuu ihmisiä pikkuruista mutta suosittua kirpputoria

paremmin. Hallien miinuspuolena nähtiin kuitenkin se, että niitä ei yksinkertaisesti jaksettu kiertää kokonaan. Lääkkeeksi tungosta karttavalle ehdotettiin, että kirpputoreille kannattaa suunnata aikoina, esimerkiksi päivällä, jolloin suurin osa työssäkäyvistä ihmisistä on työssä.

Lehtonen (1999, 154) toteaa, että Itäkeskus mielletään monikulttuuriseksi ostopaikaksi. Kirpputorin voisi ajatella paikaksi, jossa sekoittuvat vieraus ja kotoisuus. Vaikka paikka olisi fyysisesti vieras, puhuttujen kielten määrä runsas ja ihmiset tuntemattomia, voivat nostalgiset löydöt ja muistot lisätä kotoisuutta. Aineistoni perusteella voi todeta, että pääkaupunkiseudulla toimivat kirpputorit ovat monikulttuurisia ostopaikkoja. Jotkut haastateltavani mainitsivat kirpputorien monikulttuuristuneen. Haastattelemani helsinkiläinen nainen toteaa jopa hieman yllättyneenä:

Kirppiksillä törmää nykyisin varmaan kaikenlaisiin ihmisiin, mutta yllättävän paljon myös ulkomaalaisiin.
(Nainen2, 28 vuotta, Helsinki)

Gabriel ja Lang (1995, 69) määrittävät kuluttajille teoreettisia rooleja, joita nämä kulloinkin toteuttavat. Yksi rooleista on uusia kokemuksia hakeva ja shoppailua harjoittava löytöretkeilijä-kuluttaja (an explorer). Löytöretkeilijä-kuluttaja tyydyttää uutuudenhimoaan shoppailemalla tai kiertelemällä kauppakeskusten alennusmyyntejä. Uskon, että löytöretkeilijä-kuluttajan voi löytää myös kirpputoreilta. Samoin kuin kauppakeskukissa, kirpputoreilla löytöretkeilijä voisi toteuttaa itseään tekemällä ainutlaatuisia löytöjä. Lisäksi kirpputorien edullisen hinnat ovat perusteena toreilta ostetuille mitä moninaisimmille hankinnoille. Vahvistusta löytöretkeilijä-kuluttajien liikkumiseen kirpputoreilla antaa oma havainnointini kirpputorilla, jonka mukaan uskon tavanneeni tällaisia kirpputoreja kierteleviä löytöretkeilijöitä:

Minä vaan katselen, tai oikeastaan etsin halpoja hintoja (naurua)...
(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 13.12.2008)

Löytöretkeilijä-kuluttajalla ja turistilla voidaan nähdä olevan yhdistäviä tekijöitä. Cohen (1979) määrittelee ihmisten erilaisten motiivien perusteella viisi matkustamisen muotoa. Yksi motiiveista on etsiminen ja kokeilu (the experimental mode). Cohen toteaa, että ihmiset voivat pyrkiä tyydyttämään etsimisen tarvettaan muutenkin kuin mat-

kustamalla, esimerkiksi kokeilemalla erilaisia vaihtoehtoisia elämäntapoja tai uppoutumalla mystiikkaan. (Cohen 1979.) Ostoksien tekeminen kirpputoreilla on erityislaatuista myös siksi, että esineet tai vaatteet piileskelevät kirpputorien ”tutkimattomassa hyödykeviidakossa” odottaen tulevansa löydettyksi. Saaliit ikään kuin odottavat pyydystäjä. (Fredriksson 1993.)

Itse havainnoidessani Valtteri-kirpputorilla huomasin, että varsinkin vaatteita pengotaan mielellään vaatekasoista (ks. liite 5, kuva 6.). Kun löytö tehdään valtavan vaatekasan alta, on se ehkä jollain lailla vielä parempi, kuin jos vaate olisi ollut siististi viikattuna myyntipöydällä. Siististi viikattuna saalis kun olisi kaikkien löydettävissä ja näin ollen sen metsästyksen ei tarvittaisi suuria ponnistuksia. Lisäksi huomasin siistien, varsinkin vaatepöytien, vetävän huomattavasti enemmän asiakkaita kuin sellaisten myyntipöytien, joissa vaatteita ei oltu aseteltu niin tarkoin.

Uskon, että havainto liittyy luvussa 3.3 käsittelemääni esineiden haltuunoton prosessiin. Kun vaatteet ovat kasassa myyntipöydällä, ne eivät ehkä tunnu niin vaikeasti lähestyttäviltä kuin sellaiset vaatteet, jotka ovat pöydällä siististi viikattuna. Siististi viikattuja vaatteita on vaikeampi mennä levittelemään kuin jo valmiiksi tarjolle leviteltyjä vaatteita. (Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 11.10.2009.) Myös kirpputorien esine- ja vaatevalikoima houkuttelee tekemään oman valinnan, pelastamaan unohduksesta jotain erityistä ja tekemään löydön. Myös moni keräilykohde vaihtaa omistajaa juuri kirpputoreilla:

Onko sulla enempää näitä levyjä? Mä voisin mielelläni katsoa niitä jos sulla vaan olisi tämmöstä raskaampaa musiikkia...

(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 11.10.2009)

Koskijoen (1994, 53) mukaan keräilijöiden keskuudessa tietämys, ”keräilijän silmä” ja ammattitaito ovat arvossaan. Suurten rahasummien uhraaminen harrastukseen ei luo statusta, vaan päinvastoin. Kirpputoritilanteissa tulevat monipuolisesti esille erilaiset keräilystrategiat, hankintatavat ja merkitykset.

Belkin, Wallendorfin, Sherryn ja Holbrookin (1991) määritelmän mukaan keräily on valikoivaa, aktiivista ja pitkäjänteistä eriytyneiden objektien, kuten esineiden, ideoiden, olentojen ja kokemusten toisiinsa liittyvien joukkojen hankkimista, omistamista ja jä-

sentelyä. Nämä saavat erityismerkityksen muodostamastaan kokonaisuudesta. Belk, Wallendorf, Sherry ja Holbrook (1991) tuovat keräilyn motivaationa esiin luovan toiminnan, leikin, pelin, kuluttajan mahdollisuudet henkilökohtaiseen kontrolliin vieraantuneilla markkinoilla sekä oman ainutlaatuisuuden distinktiivisen korostamisen.

Koskijoen (1994, 56) mukaan vaikuttaa siltä, että osa keräilijöistä, tietyn tyyppisten keräilykohteiden keräilijät, ovat aloittaneet keräilynsä kirpputorien myötä. Kokoelmalla on henkilökohtainen merkitysarvonsa, mutta samalla se on myös muisto kirpputorilta tehdystä löydöstä, onnistuneesta metsästyksestä, kilpailijoiden päihittämisestä ja tietopääoman hyödyntämisestä.

5.3 Kirpputori erityisenä kauppaympäristönä

Kaupunkikulttuurin ilmiönä kirpputoreista voi löytää yhtäläisyyksiä kauppakeskusten kanssa esimerkiksi ajanviettoluottuvuuden kannalta. Vaikka kirpputorit ja kauppakeskukset toki eroavatkin toisistaan, yhdistävänä tekijänä niillä lienee kuitenkin yleinen markkinahumu eli ”happening” (ks. Mäenpää 1993, 33), jota ihmiset tämänkaltaisista paikoista hakevat. Haastateltavikseni valikoitui lähinnä kirpputoriosteluun mieltyneitä ihmisiä. Aineistossani kirpputoreilla on epäilemättä suhteellisen suuri kannatus. En voinut kuitenkaan täysin sivuuttaa kirpputorien ja kauppakeskusten vertaamista, sillä niin säännöllisesti niitä verrattiin toisiinsa haastattelujen yhteydessä. Osa haastateltavistani ei pitänyt kauppakeskusten tunnelmasta. He pitivät kauppakeskuksia ”kliinisinä”, ”liian valoisina” ja ”ahdistavina”. Kirpputoreja kannattava haastateltavani kuvailee kirpputorien myönteisiä puolia näin:

Mä käyn tosi harvoin kauppakeskuksissa, niissä ahdistaa. Alessakin on ihan hirveätä, jossa mä käyn ehkä kerran vuodessa. Ehkä mä just siksi en tykkää niistä (naurua). Mulla on kirppiksillä vaan kivempaa! Tuntuu, että se on sellainen tapahtuma. Verrattuna kauppakeskuksiin kirppiksillä ostaminen on sellainen ainutlaatuinen juttu, vaikei se ainakaan nykyään mitään ainutlaatuista enää ehkä olekaan. Kauppakeskuksissa päivät ovat ihan samanlaisia.

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Kirpputoreilta ostettavat esineet ja vaatteet ovat poikkeuksia lukuun ottamatta kauppakeskuksen tavaravalikoimaa yksilöllisempiä. Tavaratalojen ja kauppakeskusten kanssa

kilpailevien pienten putiikkien toimintastrategia perustuu siihen, että pienet sarjat ja jopa uniikkikappaleet takaavat sen, ettei toista samanlaista esinettä tai vaatetta tule heti vastaan. Tässä mielessä kirpputorit muistuttavat putiikkeja. Toreilta voi ostaa persoonallista erityisyyttä ja distinktiivisempää tyyliä kuin kaupoista. (Mäenpää 2005, 139.)

Kaikki haastateltavani eivät kuitenkaan suhtautuneet edellä esitetyllä tavalla kauppakeskuksiin tai kauppoihin yleensä. Haastateltavieni joukossa oli myös niitä, jotka eivät valinneet ostopaikkaansa tarkoituksenmukaisesti, vaan merkitystä oli lähinnä itse ostoksella. Tavastaan ostaa vaatteita paikasta kuin paikasta kertoo haastattelemani nainen näin:

Mä olen hirveen huono niin kun yleensäkin shoppailemaan. Vaatekaupoissa niin mä en jaksa syynätä hirveän tarkkaan. Jos joku vaate sattuu silmään, että tuo voisi olla hyvä, niin sitä ehkä voi sovittaa. Jos se on hyvä niin sen ostaa. Se on ihan sama onko se kaupasta vai kirpputorilta.
(Nainen, 42 vuotta, Vantaa)

Kirpputorien syntymisen edellytys on suurehko, mieluusti katettu tila ja kuluttava yleisö. Jälkimmäisen takaa keskeinen sijainti. Torin ei kuitenkaan tarvitse välttämättä sijaita minkään jalankulkureitin varrella saadakseen asiakkaita. (mt., 34.) Mäenpää (1993, 26) näkee tässä suhteessa kirpputorit kauppakeskuksia autonomisempana ilmiönä. Toisin kuin kauppakeskukset, kirpputorit eivät tarvitse katua syöttämään väkeä paikalle eivätkä aukiota ylläpitämään katuseurallisuuden sosiaalista kehystä.

Lehtonen (1999, 159) esittää Itäkeskuksen olevan kaupunkimainen ostospaikka, mutta sijainniltaan sen olevan kuitenkin kaukana keskustasta ja tiiviistä asutuksesta. Lehtosen mukaan Itäkeskus on lisäksi arkinen ostoksilla käymisen näyttämö, mutta samalla sellainen paikka sopivan etäällä, jossa voidaan viettää aikaa tavaroiden ja ihmisten seurassa. Myös suurimmat kirpputorit sijaitsevat yleensä etäällä tiiviistä asutuksesta (esimerkiksi Vantaan Kehäkirppis), mutta samalla pienempiä kirpputoreja ja second hand -putiikkeja nousee keskustan parhaille kauppapaikoille. Kauppakeskusten idea perustuu suureen tilaan, joka täytetään pienemmillä, eri palveluja ja tuotteita tarjoavilla liikkeillä. Myös Valtteri-kirpputorilla harjoitetaan muutakin kuin kirpputoritoimintaa. Itse havainnoidessani huomasin, että Valtteri-kirpputorilla voi ainakin leikkauttaa hiukset tai mennä rentouttavaan hierontaan. Lisäksi siellä voi pistäytyä elintarvikemyymälään osta-

maan muun muassa hedelmiä, vihanneksia tai makeisia (ks. liite 5, kuvat 6. ja 7.). (Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 11.10.2009.) Arkisin Valtterissa toimii kaksi täysimittaista salibandykenttää sekä sulkapallokenttiä, joita on mahdollisuus vuokrata.

Kirpputorien ja kauppakeskusten eroja ja yhtäläisyyksiä voisi epäilemättä pohtia tässä esittämäni laajemminkin ja niistä voisi johtaa varmasti myös erilaisia näkökantoja. En näe kuitenkaan tämän tutkimuksen kannalta oleellisena pohtia eroja ja yhtäläisyyksiä tämän laajemmin. Kirpputorit ja kauppakeskukset ovat toisiaan muistuttavia tiloja, joissa ei harjoiteta pelkästään ostamista. Näissä tiloissa kulutetaan kiireetöntä vapaa-aikaa, katsellaan ihmisiä ja nautitaan paikan ilmapiiristä. Sekä shoppailu että turismi rakentuvat kodin ja työn ulkopuolisen tilan varaan (Lehtonen 1999, 154). Campbellin (1997) mukaan sekä shoppailussa että turismissa on olennaista tunne hallitun seikkailun tunteesta. Seikkailuna tai retkenä kirpputoreille menemisen tuntee myös haastattelemanin nainen:

Mä luulen, että monelle se on ihan ohjelmanumero se kirpputori...Sellainen vähän kuin retki.

(Nainen2, 28 vuotta, Helsinki)

Haastattelemanin henkilöt kiertelevät toreja lähinnä ajanvietto- tai huvittelutarkoituksessa. Haastattelemanin 32-vuotias nainen kertoo tavastaan viettää aikaa torilla ystävien seurassa näin:

Aika usein kun käy itse kirppiksillä niin, että menee vaikka Tampereelle kaverien luokse. Sitten sunnuntaiaamuna mennään kiertelemään kirppiksiä yhdessä. Se on tosi hauskaa! Että kenelläkään ei ole mitään tarvetta ostaa, mutta voi ostaa jos löytyy jotain kivaa. Se on sellaista huoletonta olemista. Menee kävelylle ja sitten menee jonnekin lähelle kirppiksille kiertelemään, niin siitä mä tykkään tosi paljon...

(Nainen, 32 vuotta, Helsinki)

Niin sanottu päämäärätön kiertely eli se, että kauppapaikassa ollaan muutenkin kuin vain ostostarkoituksessa, täyttää Lehtosen (1994, 22) mukaan shoppailun tunnusmerkit. Itse shoppailun tarkoitus ei niinkään ole ostoksien tekeminen, vaan mielihyvä ja elämyksellisyys korostuvat. Ostoksien tekeminen arkisena välttämättömyytenä on shop-

pailua määrätietoisempaa ja tavoitteellisempaa toimintaa, jonka päämääränä on ostoksen tekeminen. (Lehtonen 1999, 68.) Lehtosen mukaan sekä turismissa että shoppailussa on kiehtovaa uuden ja odottamattoman kohtaaminen sekä kokemus ”jossain toisaalla” olemisesta. Turismin ja shoppailun suhde on läheinen myös siksi, että shoppailu on olennainen osa turistina olemista. Kuluttaja sekä on turisti että on kuin turisti.

Mäenpään (2005, 215) mukaan kauppakeskuksessa tapahtuvaa shoppailua tutkittaessa olisi paikallaan käyttää ”turismi”-termin sijasta termiä ”trippailu”. Englanninkielinen verbi ”to tour” yhtyy ilmaisuun ”to make a trip”. Substantiivi ”tour” merkitsee matkaa, jolla poiketaan moneen eri paikkaan. Tätä vastoin substantiivi ”trip” merkitsee mihin tahansa etäisyyden päässä olevaan paikkaan menemisen ja sieltä palaamisen matkaa. Kauppakeskuksessa käymistä on osuvampaa kuvata yhteen ainoaan paikkaan menemisenä ja kotiin palaamisena, sillä tämä on Mäenpään mukaan avain kauppakeskuksen luonteen ymmärtämiseen.

Halun ja itsekurin suhde sekä elämyksellisyyden tavoittelu ovat olennaisia shoppailuun liitettäviä käyttäytymispiirteitä (mt., 24-25). Kirpputoreilla halun ja itsekurin funktiot ovat siinä mielessä mielenkiintoisia, että toreilla ostamisen kynnyks on jossain määrin tavallista kauppaa matalampi. Erilaiset kontrollirajat murtuvat, koska hinnat ovat kirpputoreilla tavallisesti kauppojen hintoja edullisempia. (Jalkanen 1996, 41.) Ostamisen pakkoa halpojen hintojen äärellä kuvaa haastattelemi helsinkiläinen nainen:

Se on välillä ihan hirveetä, kun pitää aina ostaa jotain. Että tääkin maksaa vaan 50 senttiä! Tulee himo ostaa. Sitten kotona on ihan silleen, että apua et mitä mä teen tällä kaikella kamalla?
(Nainen, 24 vuotta, Helsinki)

Vanhojen tavaroiden hinnat ovat edullisempia, minkä vuoksi Mäenpää (2005, 138) pitää niiden ostamista uusien ostamista järkevämpänä. Kysymyksessä ei kuitenkaan ole rationaalinen valintatilanne, vaan tärkeä tekijä on ostamiseen liittyvä nautinnollisuus. Ostaessa on oltava sellainen tunne, että tekee hyvät kaupat: että johonkin toiseen kauppaan verrattuna asiakas säästää rahaa ja ostos on siksi kannattava. Alennusmyynneillä, tarjoustuotteilla ja kirpputoreilla on oltava tämä mielihyvän lähde takanaan. Vaihtelevuutta ja yllätyksellisyyttä kiertelemiseen ja katselemiseen tuottaa myös se, että hinto-

jen vaihtelevuus on suurta. Järvinen (1996, 30) näkee, että kirpputoreilla vallitsevat ostajan markkinat, minkä ilmentymänä Järvinen pitää tavararunsausta ja hintatason alhaisuutta. Mikäli shoppailu ymmärretään mahdollisuuksien kirjon kartoittamisena, kaupan olevien tavaroiden ja vaatteiden katselemisena, koskettamisena, tunnustelemisena tai hypistelemisena, niin shoppailemme niin kauppojen seinien ulko- kuin sisäpuolellakin.

Bauman (2002, 92) väittää, että jos shoppailu sisältää edellä esitetyt, niin silloin shoppailemme kadulla ja kotona, töissä ja vapaa-ajalla, valveilla ja jopa unissammekin. Shoppailun voi nähdä myös välineenä, jonka kautta tehdään valintoja. Valinnat ylläpitävät erilaisia tyylejä ja siirtymiä niihin. Shoppailutavat eivät ole kiinteitä, vaan ne ovat sidoksissa elämäntilanteiden muutoksiin. Kirpputorit tarjoavat epäilemättä shoppailua rakastavalle melkoisen ärsykeympäristön, missä halun ja itsekurin suhdetta koetellaan kerta toisensa jälkeen:

Mä en voi ostaa nyt mitään. Sovitaan, että mä kuljen vaan sun mukana ja katselen (naurua). Mä oon luvannut itselleni, että en ostaisi nyt mitään ollenkaan, koitan vain pysyä siinä...

(Tutkimuspäiväkirja, Valteri-kirpputori, 14.02.2009)

Lomaturistien ja kirpputoreilla liikkuvien ihmisten tapa katsoa ympäristöä ja esineitä (jotka ovat osa ympäristöä) tietyllä tavalla yhdistää näitä ryhmiä toisiinsa. Kirpputoreilta löytyvät niin liukuvat kuin kiinnittyvätkin katseet. Toreilta ovat löydettävissä ”kulttuurimatkaileijoiden” kiinnittyvät ja määrätietoiset katseet sekä ”lomailijoiden” harhailevat katseet, jotka eivät etsi mitään erityistä, vaan yrittävät ahmia torin tunnelmaa. (Jalkanen 1996, 36-37.)

Niin kuin alaluvussa 5.1 esitin, McCannel (1976) on tulkinnut turistien kokemuksia ja havainnointia matkakohteessa. John Urry (2002) on jatkanut McCannelin jäljillä turistien havainnoinnin ja kokemusten analysoimista luonnehtimalla matkailijoita semioottikolaumaksi, joka etsii tunnistettavia merkkejä ympäristöstä. Käsite ”turistin katse” pitää sisällään väitteen turismin vahvasta visuaalisuudesta ja näköaistin korostumisesta matkailussa. Matkailija etsii ennakkokäsityksiään ja -odotuksiaan vastaavia symboleja, jotka hän mieltää kohteen tyypillisyyden kristalloitumiksi. Näin matkailijan katse valikoi sellaisia merkkejä, jotka vahvistavat hänen käsityksiään vaikkapa ”romanttisesta Pariisista” tai ”vanhasta hyvästä Englannista”. Turistin katse on tutkiva ja erittelevä.

Sitä leimaa halu nähdä aina uutta ja erilaista. (Urry 2002.) Turistimainen paikasta toiseen ”palloilu” ja kulttuurituotteiden bongaaminen ovat Mäenpään (2005, 167) mukaan etenkin nuorten aikuisten tapa kuluttaa kulttuurituotteita.

Itse havainnoidessani Valtteri-kirpputorilla huomasin, että jotkut myyjät olivat tuoneet mukanaan taustamusiikkia, jota he soittivat radionauhurilta tai pienistä pöytäkaiuttimista myyntipöydältä käsin (ks. liite 5, kuva 4.). Muuten, ainakaan Valtteri-kirpputorilla, ei musiikkia soiteta toisin kuin esimerkiksi kaupoissa, joissa soi tavallisesti taustamusiikki. Valtteri-kirpputorilla musiikkia soittivat paitsi niin kutsutut elektroniikkamyymälät kuin aivan tavallisetkin vaatteita torille myymään tulleet henkilöt. Musiikilla kirpputorimyyjät haluavat ehkä luoda huoletonta ja mukaansatempaavaan jo aiemmin esittelemääni ”happening”-tunnelmaa (ks. Mäenpää 1993, 33) ja houkutella mahdollisia ostajaehdokkaista myyntipöytänsä luo.

Toisaalta myyjät saattavat hakea musiikista viihdykettä itselleen, onhan myyntipäivä ajallisesti pitkä. En varsinaisesti kuitenkaan havainnoinut sitä, miten oman musiikin tuominen kirpputorille vaikutti kyseisten myyjien myyntiin. Oliko musiikilla myynnin kannalta suotuisa vaikutus vai saiko se päinvastoin ihmiset karttamaan erikoista ja muista poikkeavaa myyntipöytää? (Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 11.10.2009.)

Urryn (2002) tavoin myös Cohen (1979, 183-185) näkee turisteille keinotekoisesti luodun ympäristön riittävän, ainakin osalle turisteista. Virkistäytyjät ovat turistien ryhmä, jolle kelpaavat keinotekoiset, ei-autenttiset tapahtumat ja kokemukset. Virkistäytyjät kyllä tietävät, että kyse ei ole aidoista tapahtumista ja he myös hyväksyvät sen. Turisti, joka on asennoitunut ”olemaan lomalla” saattaa jopa säikähtää eksyessään reitiltä, kohdatessaan esimerkiksi köyhyyttä tai täysin rappeutuneita rakennuksia tai muita turistin katseelta suojattuja asioita. (Urry 2002.)

Pelkkä näkeminen ei kuitenkaan riitä, vaan modernissa kulttuurissa ihminen luottaa yhä kosketuksen vahvistavaan vaikutukseen. Katse identifioi, tunnistaa esimerkiksi esineen ja kosketus verifioi, todentaa sen. (Bronner 1986, 1.) Kirpputorit ovat paikkoja, joissa tavarat ovat kosketeltavissa. Kirpputoreilla merkittävä osa esineen informaatiosta on hankittava katseen ja kosketuksen avulla. Kirpputorille mennessään ihminen on samanlaisessa tilanteessa kuin turisti uuteen lomapaikkaan saapuessaan. Tavarapaljous-

desta johtuen on suoritettava kategorisointia kiinnostaviin ja ei-kiinnostaviin asioihin sekä esineisiin. (Jalkanen 1996, 37.)

5.4 Tinkiminen, matkamuisto ja tuliainen

Ostajien ja myyjien roolit ovat kirpputoreilla erilaiset kuin muussa kaupankäynnissä. Roolit voivat sekoittua, sillä ostaja voi olla myyjä ja myyjä ostaja. Molemmat osapuolet voivat käyttäytymisellään yrittää vaikuttaa toiseen ja saada hänet toimimaan omien suunnitelmiensa mukaisesti (Goffman 1971, 14). Kuten havainnoin itse Valtteri-kirpputorilla:

Mä tulin katsomaan, mitä sulla täällä on. Huomasin, että sulla on täällä aika kuhina. Mä olen itse tossa kanssa myymässä...
(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 28.03.2009)

Kirpputorit ovat Mäenpään (2005, 138) mukaan ainoa kaupankäynnin muoto, jossa kulluttajalla on mahdollisuus siirtyä tiskin toiselle puolelle ja ryhtyä myyjäksi eli tuottajaksi. Roolien vaihdettavuuden ja kysynnän sekä tarjonnan mukaan liikkuvien hintojen vuoksi kirpputorit lähestyvät vapaan markkinatalouden ideaalia. Kaupankäynti kirpputoreilla on vuorovaikutteisempaa ja elämyksellisempää kuin muu, ”tavallinen” ostoksilla käyminen. Eurooppalaisessa kulttuurissa tavalliset, mutta meillä Suomessa hieman vieraammat myyjien myyntipuheet kantautuivat korviini havainnoidessani Valtteri-kirpputorilla:

Miulla olis just Rouvan tapanen liina täällä...katoppas miten kaunis! Siulle tää on vitosen ja kaks saat kympillä!
(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 28.03.2009)

Vanhan tavaran kaupassa hinnat eivät ole kiinteitä, vaan ne määräytyvät itse kaupantekotilanteessa ostajan ja myyjän välisessä vuorovaikutustilanteessa, johon liittyy tinkiminen. Tinkiminen lisää ostamisaktin jännityksellisyyttä (mt., 138.) Havainnoidessani huomasin tämän:

Mä niin tykkään olla täällä kirpparilla, kun täällä on jotenkin sellasta erilaista, kaupanteko ja kaikki...
(Tutkimuspäiväkirja, Valtteri-kirpputori, 28.03.2009)

Avoimilla kirpputoreilla maksuvälineeksi käy useimmiten ainoastaan käteinen raha. Käteisen rahan käyttö taas antaa paremmat mahdollisuuden tinkimiseen. Ostaja voi aina vedota muutaman lantin puuttumiseen tai ”sopivaan tasarahaan”. Se, mikä kuuluu kirpputorien periaatteisiin voi olla pätemättä sen ulkopuolella. Tinkiminen on esimerkki tällaisesta periaatteesta ja se kuuluu lähes kaikkien haastateltavieni mielestä olennaisena osana kirpputorikaupankäyntiin. Tinkiminen on taitolaji, jossa kehittyy vain harjoituksen myötä.

Myös Jalkasen (1996, 55) mukaan kirpputoreilla saa ja jopa kuuluu tinkiä. Osa kaupankäynnin mielekkyydestä perustuu siihen. Tinkimisen onnistumiseen vaikuttavat osallistujien persoonallisuus ja nokkeluus. Onnistuminen edellyttää hintatietoutta, ihmistuntemusta sekä hitusen onnea. (Salakari & Salakari 1994, 19.) Myyjä on useimmiten jo etukäteen varautunut pyyntöihin ja jopa vaatimuksiin alentaa hintaa. Hinnasta neuvottelu kuuluu kaupankäyntiin. (Jalkanen 1996, 55.) Hinnan joustavuudesta haastateltavani toteaa tähän tapaan:

No mun mielestä siellä kirpputoreilla pitää tinkiä. Ja kirppiksillä ainakin itse oletan, että aina voi tinkiä. Mun mielestä se lähtöhinta kun asetetaan, niin jos siinä vaiheessa se pitäisi laittaa sellaiseksi, että sekä ostaja, että myyjä tietävät siitä olevan tinkimisvaraa. Jos mulle sanotaan että joku lähtee vitosella, niin ihan hyvin voisin kysyä, että onko kolme euroa sopiva summa.

(Nainen, 24 vuotta, Helsinki)

Tinkiminen hyväksytään, mutta kirpputoreillakin tinkimistä rajoittavat reilun pelin säännöt. Koskijoen (1994, 57) mukaan kaupantekoon ja tinkimiseen osallistujat voidaan jakaa esinepörssin säännöistä tietoisiin kirpputoriammattilaisiin, sääntöjen olemassaolosta osittain tietoisiin harrastelijoihin ja sääntöjä tuntemattomiin ulkopuolisiin. Joskus sääntöjä ei kuitenkaan noudateta, niin kuin haastateltavani toteaa:

Normaali kirpputorikaupankäynnissä tinkiminen on ihan hyväksyttävää, mutta ei tuollaisessa rohmutinkimisessä, mitä ne usein jo ennen torin aukeamista kimppuun hyökkäävät ammattimyyjät käyttää. Ne niin kun sanelee hinnat tyylisiin, mä otan tän kaiken sulta sillä ja sillä hinnalla. Ne osaa käyttää ujoja suomalaisia hyväkseen.

(Mies, 60 vuotta, Lohja)

Sääntöjä tuntematon ulkopuolinen voi jopa tuntea ahdistusta osaamattomuudestaan ”tinkimisleikissä”, niin kuin haastatteleman 24-vuotias nainen kuvaa Marokon lomatkaa:

Kun me oltiin Marokossa, niin se oli tosi ahdistavaa se hyökkävää myynti-tyyli siellä. Tinkiminen siellä ei ollut hauskaa, kun tuntui, että se oli niin kuin sellainen leikki, enkä mä osannut yhtään sitä siellä...

(Nainen, 24 vuotta, Helsinki)

Varsinkin etelänmatkoilla kiinteisiin kauppahintoihin totunut ujo suomalainen saattaa tuntea jäävänsä jalkoihin kiihkeässä ja jopa hyökkävässä myyntikulttuurissa. Haastateltavani pitivät turhana jo valmiiksi edullisista hinnoista tinkimistä. Halvoista hinnoista tinkiminen nähtiin ”tinkimisenä tinkimisen vuoksi”. Se herätti ärtymystä ja jotkut haastateltavani olivat sitä mieltä, että edullisista hinnoista tinkijä jopa aliarvioi myyjää: onhan myyjä nähnyt oman vaivansa tavaroiden ja vaatteiden saattamisesta myyntikuntoon. Haastatteleman nainen kuvaa ärtymystään näin:

No mun mielestä se on ihan ok tinkiä. Mutta jos ne hinnat ovat jo valmiiksi halvat, niin ei mun mielestä kahden euron paidasta enää tiputeta. Ei kukaan kamojaan ilmaiseksi jaa. Ostajan pitää huomioida sekin, että on iso vaiva laittaa kirppiskamat hinnoitella, pestä sekä tuoda tavarat ja vaatteet paikalle.

(Nainen1, 28 vuotta, Helsinki)

Haastateltavistani myyntiä harjoittaneet olivat valmiita antamaan alennusta suurimpien ostoksien yhteydessä ja tilanteessa, jossa ostaja osti paljon edullisia tuotteita yhtä aikaa:

Varsinkin jos sanotaan vaikka, että joku ostaisi kymmenen cd-levyä, niin silloin voidaan sovitella se hinta. Eli jossain isommassa tavarassa voi tinkiä ja onkin ihan asiallista ja se on osa sitä kaupankäyntiä.

(Nainen, 62 vuotta, Kotka)

Haastateltavistani kokeneimmat kirpputorimyyjät ja -ostajat kertoivat hallitsevansa tinkimiskulttuurin ja kuvailivat sitä ”hauskaksi”, ”kirpputorien henkeen sopivaksi” ja ”osaksi kirpputorikaupankäyntiä”. Kirpputoreilla vähemmän myyneet ja ostaneet saattoivat, ainakin aluksi, kavahtaa normaalista poikkeavaa kaupantekotapaa. Kirpputorikaupankäynnin aloittelijat kuitenkin totesivat, että kun ”sisäistää säännöt” ja ”silmä ke-

hittyy”, oppii ymmärtämään, kuinka normaalista poikkeavaa kirpputorikaupankäynti on. Heidän mielestään se on juuri osa kirpputorien ”taikaa”.

Matkamuistoista tai eteläntuliaisista tulee väistämättä mieleen muoviset koristenuket, kastanjetit tai lomakohteen nimeä kantavat esineet perinteisestä avaimenperästä, mitä erikoisimpiin härveleihin. Turistikrääsän epäaitous ja itseironisuus voivat toimia loistavasti tarkoituksessaan tuoda matkan elämys taas kokijan mieleen. Matkamuiston tuoma muisto ja tuliaisen tarkoitus tuoda ”pala” omaa matkakokemusta kotipuolella oleville, ovat ulkomaantuliaisten tärkein ulottuvuus.

Jalkanen (1996, 70) väittää, että eksoottisen esineen ei tarvitse välttämättä olla ulkomailta tuotu kapistus, vaan se voi olla vaikkapa talonpoikaisantiikkinen vanha esine. Eksoottiseksi esineen tekee Jalkasen mukaan sen toiseus eli se, että esine liittyy toiseen, menneeseen aikaan tai paikkaan. Tällaisissa tapauksissa Jalkanen näkee, että esine ei herätä sinänsä mitään erityisiä muistoja, eräänlaista kaukokaipuuta kylläkin. Jalkasen pohdinnalla haluan tuoda esille kysymyksen siitä, liittyykö matkustamiseen eli kaukokaipuuseen ja nostalgian kaipuuseen jotakin samaa? Uskon, että vanhojen esineiden kohdalla toiseus liittyy muistoon menneestä ajasta kun taas matkoilla toiseus liittyy vieraaseen ympäristöön.

Keskinen (1994, 162) esittää väitteen, että kirpputoreilla vietetään aikaa kuin oltaisiin turisteja ja että kirpputoreilla ostosten tekeminen on shoppailua. Shoppailussa varsinaisen ostaminen voi olla toissijaista muihin siihen liittyvien tekijöiden rinnalla. Entä voidaan kirpputoreilla ainoastaan viettää aikaa vai onko torikokemuksesta saatava pala mukaan kotiin viemisiksi, niin kuin ulkomailta hankittava matkamuisto?

Yksi haastateltavani totesi kirpputorien halpojen hintojen olevan syynä siihen, että torilta oli ostettava, vaikka mitään ei varsinaisesti edes tarvinnut. Aina saalista ei kuitenkaan tarvita, vaan joskus torilla oleilu ilman päämäärällistä tavaran tai vaatteiden etsimistä on jopa mukavampaa ja rentouttavampaa kuin löytöjen tekemisen riemu:

Jos menee kirpputorille etsimään jotain tiettyä, niin siinä on aina paineet, että on pakko löytää. On paljon vapaampaa, kun ei tarvi etsiä mitään.
(Nainen2, 28 vuotta, Helsinki)

Tuliaisen tuominen voitaisiin ajatella eräänlaisena lahjan antamisen muotona. Berkingin (1999, 9) mukaan lahjoilla ja rituaaliesineillä on samankaltaisia ulottuvuuksia. Lahjat luovat muistoja ja tunnelmaa ja niillä on tärkeä osa ihmisten sosiaalisten suhteiden verkostossa. Lahjan antaminen voi tekona edustaa monia erilaisia motiiveja. Motiiveja voivat olla esimerkiksi halu luoda suhteita, osoittaa yhteiskunnallista asemaa, kunnioittaa lahjan saajaa tai jopa häpäistä tätä.

Painavin syy lahjan antamiselle lienee kuitenkin ihmissuhteissa: niiden luomisessa, luojittamisessa ja tunnustamisessa. Matkalta tuodulla tuliaisella halutaan tuoda läheiselle pala omaa kokemusta. Kokemukseni perusteella joillekin ihmisille tuliaisten tuominen on sääntö, kun taas toiset eivät edes ajattele asiaa. Myös kirpputorilta saatetaan ostaa tullaainen esimerkiksi kotona olevalle perheenjäsenelle. Haastattelujeni perusteella varsinkin omalle lapselle tai lapsenlapselle ostetaan mieluusti tuliaisia torilta:

Kerran mä ostin itse sellaisen nuken koululla järjestetyltä kirpputorilta. Mä näin sen nuken kun se istu yksin siellä hyllyllä. Mun työllä oli silloin varmaan 20 sellaista samanlaista nukkea. Se nukke katto mua sieltä hyllyltä niin, että mun oli pakko ostaa se (naurua). Mun oli pakko antaa sille nukelle hyvä koti kun mua kävi niin sääliksi se siellä yksin istumassa. Ei mun tyttö ollut edes yhtään ilahtunut siitä kun vein sen kotiin (naurua)...

(Nainen, 60 vuotta, Espoo)

Että nyt justiinsa, niin varmaan katsoisin lasten juttuja. Kun tiedän, että minun tytär ei pistä yhtään pahakseen, että lapsella olisi käytettyjäkin tavaroita. Jos vain jotakin sellaista sopivaa löytyisi, niin voisin kirppikseltä ostaa lapselle viemisiksi. Joko veisin leluja tai vaatteita. Niitä on sitten hirmu kiva viedä sille...

(Nainen, 42 vuotta, Vantaa)

Lasta halutaan ilahduttaa kirpputorilta tuodulla tuliaisella uskoakseni myös siksi, että lasta ei voi aina ottaa torille mukaan. Itse havainnoidessani Valtteri-kirpputorilla lapsiperheet olivat näkyvästi edustettuina kirpputorin kuvassa, mutta silti ruuhkaisilla kirpputoreilla kulkeminen pienen lapsen saati lastenvaunujen kanssa voi olla vaivalloista. Näin ollen voisi ajatella, että tullaainen torilta voisi toimia myös jonkinlaisena lohdutus-palkintona kotiin jääneelle lapselle.

6 Johtopäätökset ja tutkimuksen arviointi

6.1 Johtopäätökset

Tarkastelin tässä tutkimuksessa tavarasuhteita ja sitä, millaisia lisäulottuvuuksia tavarasuhteisiin tuo se, että tavarat eivät ole uusia. Tekemissäni haastatteluissa ilmeni, että suhde vanhoihin tavaroihin ei ole yksiselitteinen. Michael Thompson (1979, 27) määrittää roskan ja ei-roskan rajan liukuvan sosiaalisten paineiden seurauksena. Hänen mukaansa yleinen kontrollimekanismi on kiinnostunut pääasiassa arvokkaista ja sosiaalisesti merkittävistä kohteista. Kirpputoreilla tämä seikka mahdollistaa liukuman arvottomasta arvokkaaksi. Kirpputorit ovat eräänlainen raja-alue, jossa siirtymät ovat mahdollisia. Esineen arvo on saattanut elinkaaren kuluessa laskea ja lopulta esine päätyy kirpputorille kaatopaikan sijasta. Näin esineen elinkaari jatkaa kulkuaan. On mahdotonta tietää etukäteen aikaa, jolloin roska muuttuu kestäväksi objektiksi.

Kirpputoreilla esineet herättävät joskus henkilökohtaisia muistoja (Jalkanen 1996, 67). Voisikin väittää, ettei ostaja ole välttämättä niinkään kiinnostunut itse esineestä, vaan siihen liittämistään merkityksistä. Esineisiin on haettava etäisyyttä, jotta omien mielikuvien ja merkitysten liittäminen esineeseen olisi mahdollista. Joskus ostaja ei edes halua tietää esineen historiaa, koska kontekstitietojen liittäminen esineeseen saattaa vaikeuttaa omien merkitysten siirtämistä ja näin hankaloittaa esineen haltuunottoa. Vaikka kirpputorilta ei löytyisikään juuri sitä maljakkoa, joka koristi isoäidin lipastoa, voi torilta löytää esineen, joka tuo muiston tuosta maljakosta, isoäidistä ja menneestä ajasta mieleen. Tärkeintä ei siis ole itse esine eikä sen historia, vaan henkilökohtainen muisto.

Aineistoni perusteella kirpputoreilta halutaan ostaa pääsääntöisesti ehjää ja käyttökelpoista tavaraa. Tavaraa kunnostetaan kuitenkin myös itse. Harrastusmielessä tavaroiden kunnostaminen luokiteltiin mukavaksi ajanvietteeksi ja kädentaitoja arvostettiin. Myös uusi muoti-ilmio kustomointi tai puhekielessä esiintyvä tuunaaminen näkyi aineistossani haluna tehdä kirpputorivaatteista omannäköisiä.

Käytetyistä vaatteista puhuttaessa on vaikeaa ohittaa keskustelua, joka liittyy niiden puhtauteen. Siksi valitsinkin puhtauden yhdeksi tämän tutkimuksen tarkastelunäkökul-

maksi. Puhdistus on osaltaan rituaalinen toimenpide, jolla vaate pyritään ottamaan haltuun. Aivan samoin kuin vaatteita, myös vanhoja esineitä puhdistetaan ja kiillotetaan, jotta esineen sidos entiseen omistajaan onnistuttaisiin katkaisemaan. (Jalkanen 1996, 67.) Puhtauteen liittyy kuitenkin paljon muutakin kuin vain haltuunoton ulottuvuus. Jos tekstiiliä ei voida konkreettisesti puhdistaa, esimerkiksi koneellisesti, sen ei nähdä puhdistuvan ehkä ollenkaan tai ei ainakaan riittävästi. Likaisuuteen ja puhdistamattomuuteen liittyy tietty vaaran tunne, joka liittyy epävarmuuteen vaatteen puhtaudesta. Tämän vuoksi kirpputoreilta ei mieluusti osteta sellaista, jota ei voi puhdistaa. Pesukoneella voidaan poistaa tietynlainen, ei niin ”epäilyttävä” lika, mutta alusvaatteiden kohdalla edes pesukone ei kykene tekemään vaatteesta ”vaaratonta”.

Edellä esitetyn voisi ajatella olevan järjestelmä, joka rajaa hankintojen tekemistä kirpputoreilta. Tämän järjestelmän voisi olla osa sääntö- tai normijärjestelmää eli kulttuuria. Käsitys liasta ja likaisuudesta muodostuu kahdesta asiasta: hygieenisyyden vaalimisesta ja vakiintuneiden tottumusten kunnioittamisesta (Douglas 2000, 53). Aineistoni perusteella varsinkin vanhemmat ihmiset saattavat edelleen epäillä kirpputoreja niiden puhtaudesta. He suhtautuvat kirpputoreihin nuoria varautuneemmin. Kirpputoreihin ei tänä päivänä enää liitetä sellaisia inhon tunteita kuin ennen, mutta silti voidaan todeta, että käytetty on aina käytettyä ja sen vuoksi puhtauteen ja hygieniaan liittyvät kysymykset ovat yksilöllisiä. Tämän vuoksi puhtaudelle on vaikea määritellä, kulttuurillisesta normijärjestelmästä huolimatta, tiettyjä rajoja.

Yksi tämän tutkimuksen tutkimuskysymyksistä oli se, millaisena paikkana kirpputorit koetaan ja millaisia periaatteita niillä noudatetaan. Kirpputoreilla tilan haltuunotto onnistuu ainakin mielikuvallisesti, koska kirpputorit ovat normaalisti tilana aidattuja tai järjestetty määrättyssä paikassa esimerkiksi viikonloppuisin. Huolimatta kirpputorien suuruudesta niillä aikaansa viettävä voi ajatella käyttävänsä toria ja hallitsevansa paikan. Väitän, että kirpputoreilla vietetään aikaa turisminomaisesti. Haastatteluaineistoni perusteella voi todeta, että kirpputoreja kierrellään mieluusti vapaa-ajalla, lähinnä viikonloppuna tai silloin kun muuten sattuu olemaan aikaa, esimerkiksi koulu- tai työpäivän jälkeen. Aikaa halutaan varata, jotta torilla oleilu olisi kiireetöntä. Varsinkin viikonloppuisin halutaan, jos vain mahdollista, karistaa arjen kiire ja työasiat pois mielestä. Viikonloppuihin liittyy myös halu tehdä asioita, joita ei normaalisti ehdi.

Päämäärätön kiertely kirpputoreilla täyttää shoppailun tunnusmerkit. Itse shoppailun tarkoitus ei niinkään ole ostoksien tekeminen, vaan ennemminkin mielihyvän ja elämyksellisyyden korostaminen. (Lehtonen 1994, 22.) Campbellin (1997) mukaan sekä shoppailussa että turismissa on olennaista hallitun seikkailun tunne. Kirpputorituristi tekee havaintoja ympäristöstä, ihmisistä sekä kirpputorin kulttuurista, joka saattaa poiketa perinteisestä (esimerkiksi tinkiminen). Kirpputorituristi kohtaa torilla kanssaihmisistä ja vaikka heidän kanssaan kommunikointi ja oleminen olisivatkin rentoa, voi väenpaljous silti joskus ärsyttää torilla aikaansa viettävää ”lomalaista”.

Kirpputoreilta voi olla vaikea poistua ilman niin sanottua matkamuistoa tai tuliaista. Matkamuiston avulla pyritään palauttamaan jälkikäteen tietty tunnelma tai tilanne mieleen. Oleellista ei ole, mikä tavara on. Torilta viedään tuliaisia mieluusti vaikkapa lapselle tai lapsenlapselle. Tuliaisten vieminen noudattaa lahjan antamisen logiikkaa: lahjat luovat muistoja ja tunnelmaa. Niillä on myös tärkeä osa ihmisten sosiaalisten suhteiden verkostossa (Berking 1999, 9).

Kirpputorit ovat erilaisten ihmisten, esineiden, vaatteiden ja periaatteiden kohtauspaiikkoja. Ne ovat oivallisia paikkoja nähdä, mitä meidän aikamme jättää jälkeensä, mitä se arvostaa ja mitä se on valmis hylkäämään. Toivon ettei maisterin tutkielmassani kirpputoreista välittämäni kuva olisi jäänyt liian eheäksi, vaan että mukaan olisi matkan varrelta tarttunut sitä kirpputoreille ominaista rosoisuutta ja moni-ilmeisyyttä, joka voi juuri olla se salaisuus, joka houkuttaa ihmisiä yhä uudelleen palaamaan kirpputoreille. Vaikka kirpputoreja voidaan tutkia ja tulkita monin eri tavoin, on tosiasia, että kirpputoreja ei voi selittää, ne pitää kokea.

6.2 Tutkimuksen onnistuminen

Tutkijalla on tavallisesti jonkinlainen käsitys tutkimuskohteesta jo ennen tutkimuksen aloittamista. On hyvä miettiä tutkimuskohdetta ja luoda siitä jonkinlainen mielikuva itselleen, mutta liian vahvojen ennakoasenteiden tutkimuksen pariin ja varsinkaan kentälle ei kannata suunnata. Avoin ja vastaanottavainen mieli lienee laadullisiin metodeihin keskittyneen tutkijan tärkeimpiä työvälineitä.

Haastatteluihin valmistautuessa tutkijan tulee pohtia kysymyksenasettelua muotoilun ja johdattelevuuden kannalta. Haastattelurunko on lisäksi syytä esitellä ja mahdollisesti muuttaa ennen varsinaisten haastattelujen aloittamista. Faktanäkökulmaa käyttävän tutkijan ihanteena olisi, että tutkija itse ei vaikuttaisi haastateltavien vastauksiin. Tutkijan on syytä kiinnittää huomiota omaan käyttäytymiseensä ja jopa pukeutumiseen haastattelutilanteessa. Jos tutkija on reaktiivinen eli johdattelee haastateltavien vastauksia, saattavat haastateltavat pyrkiä miellyttämään tätä vastauksissaan. Varsinkin aloittelevalle tutkijalle haastattelutilanteen neutraalius voi joskus olla hankalaa. Myös tutkijan ja tutkittavan persoonat sekä keskinäiset kemiaat voivat vaikuttaa saattuihin vastauksiin.

Tutkijan on syytä heti alussa, jo ennen haastattelujen aloittamista, kertoa haastateltaville tutkimukseen liittyvästä luottamuksellisuudesta sekä tutkimuksen tarkoituksesta. Itse kerroin haastateltavilleni tutkimuksen luottamuksellisuudesta sekä tutkimuksen tarkoituksesta, mutta en puhunut heille etukäteen tutkimuskysymyksistä tai tutkimuksen teoriataustasta, jotta en olisi johdatellut heitä.

Niin kuin olen maininnut, haastattelin tutkimustani varten 11 henkilöä. Pidän aineistoa riittävänä ja kattavana tutkimusasetelmaan nähden. En nähnyt tarpeelliseksi haastatella suurempaa joukkoa, sillä vastaukset alkoivat toistaa itseään. Koskinen, Alasuutari ja Peltonen (2005, 99) kehottavat lopettamaan kenttätyön silloin kuin tutkija ei opi aineistosta enää mitään olennaista. Kyse on niin sanotusta saturaatiosta eli kylläntymisestä, toisin sanoen siitä, että haastateltavien tarinat alkavat kuulosta tutuilta.

Tulosten luotettavuuteen pyrin kiinnittämään huomiota pitämällä kiinni haastateltujen itse käyttämistä ilmauksista ja sanamuodoista. Haastateltavien puheesta ottamani lainaukset olen pitänyt mahdollisimman yhtenäisinä ja kontekstiin sidottuina. Saatujen tulosten voidaan kuitenkin aina sanoa olevan tutkijan tulkintojen tulos, joten täysin identtisenä tätä tutkimusta tuskin voitaisiin edes faktanäkökulmaa noudattavien osien osalta toistaa. Näytänäkökulman osalta tutkimuksen toistaminen olisi mahdotonta.

Myös media on pitänyt maisterin tutkielmani aihetta mielenkiintoisena, sillä olen tutkimuksen edetessä saanut kaksi haastattelupyyntöä. STT:n lehtikirjoitus (ks. liite 4) käsittelee taloudellisia näkökohtia ja kysyi, missä määrin talouden taantuma tuo ihmisiä

kirpputoreille. Toinen antamani haastattelu tuli ulos YLE Radiouutisten Ajantasaohjelmassa 19.05.2009. Radiojuttu käsitteli erilaisia kanta-asiakkuus järjestelmiä, joita varsinkin hyväntekeväisyysjärjestöjen kirpputorit ovat ottaneet käyttöön. Näkyminen mediassa on tuntunut vain lisäävän median kiinnostusta tutkimusaiheeni kohtaan, sillä olen kahden antamani haastattelun jälkeen lähettänyt pyynnöstä tutkimustani tarkasteltavaksi useammalle eri medialle. Uskon median kiinnostuksen johtuvan yksinkertaisesti siitä, että kirpputoreja on tutkittu varsin vähän. Lisäksi kirpputorit ovat tutkimukseni mukaan suosittuja ostopaikkoja. Haastattelupyynnöissä on tullut esille myös se, että toimittajien kiinnostusta kirpputoreja kohtaan lisää tämänhetkinen Suomen ja maailman epävakaa taloudellinen tilanne.

Maisterin tutkielmastani on poikunut minulle myös muunlaista julkisuutta. Esittelin 05.03.2009 maisterin tutkielmaani kotitalousalan maailmanjärjestön IFHE:n Suomen neuvottelukunnan (FIN-IFHE) ja IFHE:n Young Professionals Network:n (YPN) maailman kotitalouspäivän (21.03.2009) kunniaksi järjestetyssä symposiumissa, jossa kotitalousalan nuoret tutkijat esittelivät tutkimuksiaan. Tämän lisäksi tarkoitukseni on luennoida maisterin tutkielmani tiimoilta keskiviikkona 04.11.2009 kuluttajaekonomian oppiaineen aineopintoihin sisältyvällä ”kulutus ja ympäristö”-kurssilla, jossa tarkoitukseni on pohtia muun muassa sitä, miten kirpputorit liittyvät vihreään kuluttamiseen ja mikä on kirpputorien merkitys ekologisesti.

6.3 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen arviointi pelkistyy kysymykseksi tutkimusprosessin luotettavuudesta. Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on tutkijan avoin subjektiviteetti ja ymmärrys siitä, että tutkija on oman tutkimuksen keskeinen tutkimusväline (Eskola & Suoranta 1998, 211). Miten voidaan olettaa, että aineistona olevat, tätä tutkimusta varten tehdyt haastattelut ovat todenmukaisia? Entä jos haastateltavat valehtelevat?

Faktanäkökulmaa sovellettaessa tulee aina tavalla tai toisella ratkaista kysymys siitä, miten luotettavia annetut tosiasiatiedot ovat. Jos lähdekritiikki antaa aihetta epäillä saadun tiedon luotettavuutta, tieto pyritään yleensä tarkistamaan ja mahdollisuuksien mukaan oikaisemaan. (Alasuutari 1993, 86, 91.) Omassa tutkimuksessani aineisto

koostuu henkilöhaastatteluista ja omista havainnoistani. Olen säilyttänyt tarkoin haastattelujen nauhoitukset ja litteraatiot, jotta niihin palaaminen on mahdollista koska tahansa. Omat havaintoni olen kirjannut tutkimuspäiväkirjaan. Näytenäkökulmaa sovellettaessa tutkimuksen luotettavuutta voidaan pohtia suhteessa teoriaan ja käytettyyn kirjallisuuteen. Aineiston erittelyn tuloksena ei yritetä esittää väitteitä aineiston ulkopuolisesta todellisuudesta, koska havainnot tehdään vain ja ainoastaan tutkimusaineistosta. Tulkinnat ovat näin ollen kenenkä tahansa muun henkilön koeteltavissa. (Alasuutari 1999.)

Tieteessä on joitakin vakiintuneita keinoja, joilla tutkimuksen luotettavuutta pyritään todentamaan. Koskisen, Alasuutarin ja Peltosen (2005, 253) mukaan käsitteet on syytä tuntea, sillä ne ovat keskeisiä tutkimuksen laadun parantamiseen tähtääviä työvälineitä. Oikeastaan ainoa tapa osoittaa kvalitatiivisin menetelmin suoritettujen tutkimusten validius eli luotettavuus on kertoa tutkimusraportissa yksityiskohtaisesti kaikki, minkä oletetaan helpottavan tutkimuksen itsenäistä arvioimista.

Pohdin alaluvussa 2.3 ”Tutkimuskohde” haastatteluilmoitukseni (ks. liite 1) otsikointia. Uskon, että ilmoitukseni otsikointi ohjaisi tietynlaisia ihmisiä hakeutumaan haastateltaviksni. Olisi ollut toki mahdollista jättää ilmoitus kokonaan ilman otsikkoa, mutta toisaalta jollakin tavoin ihmisten mielenkiinto tutkimustani kohtaan oli herätettävä. Täten otsikointi toimi ilmoituksessa ikään kuin mielenkiinnon herättäjänä. Alaluvussa 4.4 ”Puhtauden rajat” pohdin, mikä olisi sellaista, mitä haastateltavani eivät voisi ostaa kirpputoreilta. Melkein pä yksimielisesti haastateltavieni keskuudessa alusvaatteet jätettiin kirpputoreilta ostamatta. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta itseäni mietitytti se, kuinka moni haastateltava olisi kertonut minulle ostavansa käytettyjä alusvaatteita kirpputoreilta, vaikka olisi niin tehnytkin.

Kun aineistosta löydetään toistuvia rakenteellisia piirteitä, pidetään niitä näytenäkökulmasta osoituksena siitä, että niitä esiintyy juuri kyseisellä tavalla kerätyssä aineistossa. Aineistosta riippuen tutkija voi päätellä miten yleisiä löydökset ovat, niin kuin itselläni luvussa 4.4 esiintyneet naurahdukset haastatteluissa. Lisäksi tutkijan tulee selvittää, mihin kontekstiin tulokset voi yleistää. (Alasuutari 1999.)

Tutkimuksen suhteen tekemiäni valintoja käsittelin luvussa 2, jossa avasin tutkimuksen lähestymistapaa ja aineistoa. Kvalitatiivisen tutkimuksen validius perustuu juuri siihen, kuinka tarkasti tutkimusprosessi pystytään kuvaamaan (Grönfors 1982, 178). Vaikka tutkimusprosessia kuvailisi tarkasti, validiteetin osoittaminen voi olla silti haastavaa. Tutkimuksen validiteetti voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen. Sisäistä validiteettiä voidaan sanoa olevan tutkimuksella, jossa eri teoreettisten ja käsitteellisten määritteiden suhde toisiinsa on looginen. Ulkoinen validiteetti puolestaan ilmaisee teoreettisten johdopäätösten ja empiirisen aineiston välisen suhteen. (mt., 174.) Validiteettiin liittyy vielä reliabiliteetin eli toistettavuuden ja ei-sattumanvaraisuuden osoittaminen. Kerätyllä aineistolla on reliabiliteettiä silloin, kun se ei sisällä ristiriitaisuuksia. Aineistolla voi olla reliabiliteetti, vaikka sillä ei olisikaan validiteettiä, mutta toisinpäin yhtälö on mahdoton. (mt., 175.)

Tutkimuksen luotettavuutta on syytä arvioida ja siinä käytettävät välineet hyvä tiedostaa. Koskinen, Alasuutari ja Peltonen (2005, 255-256) kritisoivat reliabiliteetin ja validiteetin käsitteiden sopimattomuutta laadulliseen tutkimukseen. Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (1997, 217) mukaan kvalitatiivisen tutkimuksen reliabiliteetti ja validius ovatkin saaneet erilaisia tulkintamuotoja. Termit saatetaan kytkeä kvantitatiiviseen tutkimukseen ja siksi niitä pyritään välttämään. Kuitenkin kaiken tutkimuksen luotettavuutta ja pätevyyttä tulisi jollakin tavoin arvioida, vaikka mainittuja termejä ei haluaisikaan käyttää.

6.4 Jatkotutkimusaiheita

Voisi ajatella, että kirpputoriostelussa ja -myymisessä on kyse ainoastaan nimellisistä hinnoista tai että toreilla käydään kauppaa ennemminkin senteillä ja euroilla kuin kymmenillä tai sadoilla euroilla. Ilmiön laajuus on kuitenkin toinen. Pääasia kirpputoreilla lienee se, että tavara ja vaate saadaan kiertoon ja että toiselle turha tavara löytää uuden kodin. Siitä huolimatta tämän päivän kirpputorit ovat niin laaja ja vakiintunut ilmiö, ettei niihin liittyviä taloudellisia näkökohtia voi ohittaa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen ”Kulutuksen trendit”-julkaisussa todetaan, että yli puolet suomalaisista kuluttajista käyttää kirpputoreja vaate- ja kenkäostoksiin (Maula, Pantzar & Raijas 1995, 46). Jo esittelemäni, Tilastokeskuksen vuonna 2006 tekemän Kulutus-

tutkimuksen mukaan kirpputoreilla jotain myyneiden keskimääräinen myyntitulo oli vuonna 2006 haastatteluja edeltäneeltä kolmelta kuukaudelta noin 145 euroa. Vastavasti kirpputoreilla ostoksia tehneiden arvio kolmen kuukauden ostoksiin käytetystä rahasta oli noin 68 euroa. Kirpputorit olivat tutkimuksen mukaan melko suosittuja. (Nurmela 2008, 297-299.) Vaikka euromääräiset osto- ja myyntisummat näyttävätkin yksittäin ehkä mitättömiltä, muodostuu niistä kirpputorien suosion laajuuden huomioon ottaen yhteensä melkoisen suuri euromääräinen summa.

Niin kuin olen todennut, olen itse rajannut nykyaikaisen ilmiön, internetissä tapahtuvan kirpputoritoiminnan, tutkimukseni ulkopuolelle. Internetissä tapahtuvan myynti- ja ostotoiminnan laajuutta on vaikea arvioida ja siksi siellä liikkuvia rahamääriä ei pystytä määrittelemään. Epäilemättä ilmiö on kuitenkin laajuudeltaan sitä luokkaa, että siitä voisi tehdä oman itsenäisen tutkimuksen.

Eräänä mielenkiintoisena jatkotutkimusaiheena voisivat olla miesten ja naisten väliset erot ja yhtäläisyydet liittyen kirpputoreilla osteluun. Tässä tutkimuksessa haastateltavien joukossa oli ainoastaan kaksi miestä. Aiemmin mainitsemani Jutta Järvisen (1996, 38) pro gradu -tutkielman mukaan miehet ja naiset sijoittuvat selvästi eri ryhmiin ostajatyyppeinä. Kvantitatiivista tutkimustapaa voitaisiin toteuttaa tutkimalla esimerkiksi sitä, millaisia euromääräisiä summia tämän päivän kirpputoreilla liikkuu. Samalla voitaisiin sivuta hinnoittelua, asiakkaiden maksuvalmiutta ja sitä, millaisia rahoja kirpputoreja pitävät yrittäjät toiminnasta ansaitsevat.

Pidän myös kiehtovana ajatusta toteuttaa niin sanottu pitkittäistutkimus kirpputoreista esimerkiksi viiden tai kymmenen vuoden kuluttua tämän tutkimuksen toteuttamisesta. Silloin voisi tarkastella muun muassa sitä, käyttävätkö haastattelemani henkilöt kirpputoreja edelleen. Kirpputoreilla käymiseen vaikuttavat asenteet ja olisi mielenkiintoista tietää, ovatko haastattelemini henkilöiden asenteet muuttuneet ja jos ovat, niin mihin suuntaan. Samalla olisi mielenkiintoista tutkia kirpputorien tavara- ja vaatevalikoimaa esimerkiksi vuonna 2014 tai 2019 ja sitä, millaiseen muotoon kirpputori-ilmiö on asettunut: kuinka kirpputorit ovat muuttuneet paikkoina vai ovatko ne muuttuneet lainkaan?

Se, missä määrin kirpputoreilla käydään ostoksilla ja myymässä taloudellisen tarpeen vuoksi olisi myös kiinnostava tutkimusaihe. Niin kuin olen todennut, omassa aineistosani varsinaista taloudellista tarvetta kirpputoreilla osteluun ja myymiseen ei esiintynyt. Haastateltavani kävivät kirpputoreilla siis muista kuin taloudellisista syistä. Olisi-kin mielenkiintoista tietää, millaisin ajatuksin ja tavoin torille mennään, jos lähtökohdat olisivatkin taloudelliset. Entä missä määrin maailman ja Suomen epävakaa taloudellinen tilanne vaikuttaa kirpputoreilla käyvien ihmisten motiiveihin käyttää toreja?

Yhteiskunnallisesta näkökulmasta voisi pohtia sitä, mikä yhteiskunnallinen asema kirpputoreilla on nyt ja tulevaisuudessa. Vähentääkö kirpputoreilla ostelu niin sanottujen virallisten markkinoiden asiakkaita? Pohtimisen arvoista olisi myös se, voidaanko kirpputoreja ja niin sanottuja tavallisia kauppoja verrata toisiinsa, vai onko kaupanteko niillä niin toisistaan poikkeavaa, ettei kilpailua asiakkaista synny.

Innostuin tutkimukseni edetessä penkomaan myös muiden paikkakuntien kuin pääkaupunkiseudun kirpputorien valikoimaa. Lisäksi tein kesällä 2009 ekskursion Tallinnaan ja tutustuin siellä paikalliseen kirpputoritarjontaan. Vaikka pohdinkin joidenkin haastateltavieni kanssa, miten pikkupaikkakuntien ja pääkaupunkiseudun tai jopa ulkomaiden kirpputorien valikoima, hinnat ja asiakaskunta poikkeavat toisistaan, olisi aiheessa vielä tutkittavaa. Tässä tutkimuksessa en keskittynyt vertailemaan edellä mainitsemieni eroja.

Lisäksi innostuin itse kirpputorilla myymisestä niin, että tutkimuksen aikana myin kaksi kertaa, 15.11.2008 ja 14.06.2009 Valtteri-kirpputorilla (ks. liite 5, kuvat 1. ja 2.). Olenkin tainnut saada myymisestä itselleni jonkinlaisen harrastuksen, sillä olen menossa jo kolmannen kerran torille myymään 15.11.2009. Voisi myös olla mielenkiintoista tarkastella kirpputorimyyjien näkökulmasta, miten he kokevat kirpputorit: milloin he menevät myymään, mitä he myyvät ja miksi. Tässä tutkimuksessa keskityin lähinnä tavarasuhteisiin, vanhaan tavarahan ja käytettyihin vaatteisiin liittyviin hygieniäkysymyksiin sekä siihen, kuinka kirpputoreilla ollaan kuin kirpputorituristi. Väitän, että kirpputoreissa riittää tutkittavaa myös jatkossa. Toivon kirpputorien aiheena innostavan muitakin tutkijoita, niin että kirpputoreista saataisiin uutta ja tuoretta tutkimustietoa myös tulevaisuudessa.

Lähteet

Aho, Seppo (1994a) 'Matkailullisen vetovoiman koostumus ja esiintyminen', teoksessa Seppo Aho (toim.) Matkailun vetovoimatekijät tutkimuskohteina. Oulun yliopisto. Oulu: Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, 171-190.

Alasuutari, Pertti (1993) Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Alasuutari, Pertti (1999) Laadullinen tutkimus. Tampere: Vastapaino.

Autio, Minna (2004) 'Kohti runsauden sukupolvea tarinoiden ja kulutustutkimusaineistojen valossa', teoksessa Kirsti Ahlqvist & Anu Raijas (toim.) Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen. Helsinki: Edita Prima Oy, 103-123.

Bauman, Zygmunt (2002) Notkea moderni. Suom. Jyrki Vainonen. Tampere: Vastapaino.

Belk, Russel W. (1988) 'Possession and the Extended Self', Journal of Consumer Research. American Marketing Association, 15(9): 139-168.

Belk, Russel W., Morris B. Holbrook, John F. Sherry Jr. & Melanie Wallendorf (1991) 'Collecting in a Consumer Culture', in Russel W. Belk (ed.) Highways and Buyways. Naturalistic Research from the Consumer Behavior Odyssey. Association for Consumer Research, Utah:Privo, 178-215.

Berking, Helmuth (1999) Sociology of Giving. London: Sage.

Bronner, Simon J. (1986) Grasping Things. Folk material culture and mass society in America. Lexington: Kentucky University Press.

Campbell, Colin (1987) The Romantic Ethic and The Spirit of Modern Consumerism. London: Blackwell.

Campbell, Colin (1997) 'Shopping, Pleasure and the Sex War', in Pasi Falk & Colin Campbell (ed.) *The Shopping Experience*. London: Sage, 166–176.

Cohen, Erik (1979) 'A Phenomenology of Tourist Experience', *Sociology*, 13(2): 179-201.

Csikszentmihalyi, Mihaly & Eugene Rochberg-Halton (1981) *The meaning of things. Domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University press.

De Bruin, Anne & Ann Dupuis (2000) 'The dynamics of New Zealand`s largest street market. The Otara flea market.' *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20(1/2): 53-75.

Douglas, Mary (1966) *Purity and Danger. An Analysis of the Concepts of Pollution and Taboo*. New York: Pantheon Books.

Douglas, Mary & Baron Isherwood (1979) *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*. New York: Basic Books.

Douglas, Mary (2000) *Puhtaus ja vaara. Rituaalisen rajanvedon analyysi*. Suom. Virpi Blom & Kaarina Hazard. Tampere: Vastapaino.

Eskola, Jari & Juha Suoranta (1998) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Vastapaino.

Fredriksson, Cilla (1991) 'I varusamhällets utkant - en studie av loppmarknaden.' *Köpenhamn: NEFA Norden. Nord Nytt* 44, 16-24.

Furrer, Daniel (2006) *Vessakirja. Pikkulan kulttuurihistoriaa*. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy

Gabriel, Yiannis & Tim Lang (1995) *The Unmanageable Consumer. Contemporary Consumption and its Fragmentations*. London: Sage.

Geertz, Clifford, Hilden Geertz & Lawrence Rosen (1979) *Meaning and Order in Moroccan society: Three Essays in Cultural Analysis*. Cambridge: Cambridge University press.

Goffman, Erving (1971) *Arkielämän roolit. Oikeilla jäljillä rooliviidakossa*. Suom. Erkki Puranen. Porvoo: WSOY.

Graburn, Nelsson H.H (1983) 'The Anthropology of Tourism.' *Annals of Tourism Research*, 10(1): 9-33.

Grönfors, Martti (1982) *Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät*. Porvoo: WSOY.

Hakala, Juha T. (2008) *Graduopas*. Helsinki: Gaudeamus. Oy Yliopistokustannus.

Hakala, Katariina & Pirkko Hynninen (2007) 'Etnografisesta tietämisestä', teoksessa Sirpa Lappalainen, Pirkko Hynninen, Tarja Kankkunen, Elina Lahelma & Tarja Tolonen (toim.) *Etnografia metodologiana – Lähtökohtana koulutuksen tutkimus*. Tampere: Vastapaino, 209-226.

Heinonen, Visa (1998) *Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa*. Bibliotheca Historica 33. Helsinki: Suomen Historiallinen Seura.

Heinonen, Visa (2000) 'Näin alkoi "kulutusjuhla"'. *Suomalaisen kulutusyhteiskunnan rakenteistuminen*, teoksessa Kaarina Hyvönen, Anneli Junto, Pirjo Laaksonen & Päivi Timonen (toim.) *Hyvää elämää. 90 vuotta suomalaista kuluttajatutkimusta*. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus ja Tilastokeskus, 8-22.

Heinonen, Visa (2004) 'Kulutus ja eettiset kysymykset', teoksessa Kirsti Ahlqvist & Anu Rajas (toim.) *Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki: Edita Prima Oy, 167-188.

Heinonen, Visa (2008) 'Muutoksia suomalaisten vapaa-ajan vietossa - kotisohvalla, yhteisöissä ja matkailuelämyksissä.' *Kulutustutkimus.Nyt*, 1, 2-23.

Hemmi, Jorma, Jarmo R. Lehtinen & Kai-Veikko Vuoristo (1986) *Matkailu ja matkailijat*. Porvoo: WSOY.

Hetherington, Kevin (2004) 'Secondhandedness: consumption, disposal, and absent presence', *Environment and Planning D: Society and Space*, 22(1): 153 -173.

Hirsjärvi, Sirkka & Helena Hurme (1982) *Teemahaastattelu*. Helsinki: Gaudeamus.

Hirsjärvi, Sirkka, Pirkko Remes & Paula Sajavaara (1997) *Tutki ja kirjoita*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Ilola, Heli (1994) *Pyhiinvaellukset ja turismi. Katsaus matkailun kahteen tyyppiin*. Oulun yliopisto. Oulu: Pohjois-Suomen tutkimuslaitos.

Jalkanen, Marita (1996) *Kirpputori erilaisten hierarkioiden näyttämönä*. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Etnologian laitos. Etnologia.

Järviluoma, Jari (1993) *Paikallisväestön asennoituminen matkailuun ja sen seurausvaikutuksiin – esimerkkinä Kolarin kunta*. University of Oulu. Research Institute of Northern Finland. Research Reports 110.

Järvinen, Jutta (1996) *Kirpputorit kulutusilmiönä: merkityksen tarkastelua ostajan näkökulmasta*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Sosiaalipolitiikan laitos. Sosiaalipolitiikka.

Karjalainen, Elina (1985) *Uppo-Nallen kootut runot. Uponneen kansan lauluja*. Porvoo: WSOY.

Keskinen, Vesa (1994) 'Helsingin kirpputorit – karnevalismia ja apatiaa', Teoksessa Vesa Keskinen (toim.) *Lama sulkee - lama avaa*. Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkimuksia 11. Helsinki: Helsingin kaupungin tietokeskus, 155-170.

Kiuru, Elina (1995) Rakkaudesta esineisiin. Keräilijän esinesuhde modernin ihmisen haaveiden ja päämäärien kuvastajana. Pro gradu -tutkielma. Jyväskylän yliopisto. Etnologian laitos. Etnologia.

Kopytoff, Igor (1986) 'The cultural biography of things: commoditizations as process', in Arjun Appadural (ed.) The social life of things. Commodities in Cultural Perspective. Cambridge University Press: Cambridge, 64-91.

Koskijoki, Maria (1994) Etsin kunnes löydän sun. Luonnos keräilijän muotokuvaksi. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Kansantieteen laitos. Kulttuuriantropologia.

Koskinen, Ilpo, Pertti Alasuutari & Tuomo Peltonen (2005) Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Jyväskylä: Vastapaino.

Kostiainen, Auvo (1993) Matkailusta turismiin. Matkailun kehitysvaiheiden esittelyä. Soveltavan matkailututkimuksen metodisia kysymyksiä, Seppo Aho (toim.). Hailuodossa 17.-18.8.1992 pidetyn tutkijasymposiumin raportti. Oulun yliopisto. Pohjois-Suomen tutkimuslaitos, 11-31.

Lahtinen, Rauno (2006) Saippuaa! Puhtauden ja kauneuden historiaa mainoksissa. Jyväskylä: Atena Kustannus Oy.

Lappalainen, Sirpa (2007) 'Mikä ihmeen etnografia?', teoksessa Sirpa Lappalainen, Pirkko Hynninen, Tarja Kankkunen, Elina Lahelma & Tarja Tolonen (toim.) Etnografia metodologiana – Lähtökohtana koulutuksen tutkimus. Vastapaino: Tampere, 9-14.

Lehtonen, Turo-Kimmo (1994) 'Shoppailun mieli', teoksessa Mika Pantzar, Liisa Perälä & Mirja Kekki (toim.) Kohti hyvän elämystä. Sosiosemioottisia näkemyksiä kulutuksesta. Ykköspaino Oy: Helsinki, 19-53.

Lehtonen, Turo-Kimmo (1999) Rahan vallassa. Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki. Helsinki: Tutkijaliitto.

Lehtonen, Turo-Kimmo (2008) Aineellinen yhteisö. Tampere: Juvenes Print.

Maula, Johanna, Mika Pantzar & Anu Raijas (1995) Kulutuksen trendit. Kulutustutkimuskeskuksen julkaisuja 8.

McCannel, Dean (1976) *The Tourist. A new Theory of Leisure Class*. London and Basingstoke: MacMillan Press.

McCracken, Grant (1988) *Culture and consumption. New approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*. Bloomington: Indiana University press.

Miller, Daniel (1987) *Material culture and mass consumption*. Oxford: Basil Blackwell.

Mäenpää, Pasi (1993) *Niin moni tulee vastaan. Katutason tutkimus kaupunkijulkisuudesta*. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja 14.

Mäenpää, Pasi (2005) *Narkissos kaupungissa. Tutkimus kuluttaja-kaupunkilaisesta ja julkisesta tilasta*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Mäki, Sari (2005) *Leipäjonon arki. Pro gradu -tutkielma*. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Kuluttajaekonomia.

Nurmela, Juha (2008) 'Kierrätys kotitalouksissa vuoden 2006 Kulutustutkimuksen mukaan', teoksessa Kirsti Ahlqvist, Anu Raijas, Adriaan Perrels, Jussi Simpura & Liisa Uusitalo (toim.) *Kulutuksen pitkä kaari – Niukkuudesta yksilöllisiin valintoihin*. Palmenia: Helsinki University Press 2008, 281-304.

Näkki, Kirsi (2006) *Vapaaehtoisesti vaatimaton – kestävä kulutus osana kuluttajaidentiteettiä*. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Kuluttajaekonomia.

Pantzar, Mika (1994) 'Esipuhe', teoksessa Mika Pantzar, Liisa Perälä & Mirja Kekki (toim.) *Kohti hyvän elämystä. Sosiosemioottisia näkemyksiä kulutuksesta*. Ykköspaino Oy: Helsinki, I-VI.

Pantzar, Mika (2000) *Tulevaisuuden koti. Arjen tarpeita keksimässä*. Helsinki: Otava.

Pehkonen, Marja (1991) 'Nils Wasastjerna', teoksessa Riitta Pakarinen, Marja Pehkonen, Kaisu Tikkala, Marja-Liisa Tuomi & Sinikka Vainio Narinkka. Helsingin kaupunginmuseon julkaisu. Helsinki: YT-Print, 105-140.

Pärssinen, Ilkka (2003) 'Valkeus ja valkoisen varjo', teoksessa Osmo Pekonen (toim.) Elämän värit. Jyväskylä: Kopijyvä kustannus Oy.

Rantala, Jenni (2006) Roskiksesta ruokapöytään – tutkimus roskisdyykkaajien elämänpolitiikasta. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Kuluttaja-ekonomia.

Riikonen, Tellervo (2002) 'Tehdään hyvät kaupat. Kirpputorilla on sekä myyjän että ostajan markkinat', lehdessä Valitut Palat. Vantaa: Hansaprint, 50-58.

Salakari, Tuula & Juha-Pekka Salakari (1994) Kirpputoreista huutokauppoihin – second handia etsimässä. Juva: WSOY.

Selänniemi, Tom (1993) 'Nähtävyyden monet kasvot - Ateenan Akropolis turistien silmin.' Suomen Antropologi, 1993(3): 51-62.

Sherry, John F. Jr. (1990) 'A Sociocultural Analysis of a Midwestern American Flea Market.' Journal of Consumer Research, 17(6): 13-29.

Spardley, James P. (1980) Participant Observation. New York: Holt, Rinehart and Winston, cop.

Sulkunen, Pekka (1989) Johdatus sosiologiaan. Porvoo: WSOY.

Szabo, Matyas (1979) 'The use and consumption of things.' Ethnologia Scandinavica. A journal for Nordic ethnology, 9, 107-115.

Tani, Sirpa (2000) 'Turistin katseita kaupunkiin', Stadipiiri (toim.). Helsingin kaupungin tietokeskus. Helsinki: Edita, 149-163.

Thompson, Michael (1979) Rubbish theory. The creation and destruction of value. Oxford: Oxford University Press.

Timonen, Päivi (2002) Pyykillä - arkinen järkeily ja ympäristövastuullisuus valinnoissa. Väitöskirja. Helsingin yliopisto. Taloustieteen laitos. Kuluttajaekonomia.

Urry, John (2002) The Tourist Gaze (2nd edition). London: Sage.

Välimäki, Pauli (1984) Vaihtoehtoinen elämäntapa kokemuksia ja unelmia. Rauma: Kirjapaja. Oy Länsi-Suomi.

Muut lähteet

Greco, Juliette (1951) 'Je suis comme je suis', CD-äänilevyllä Juliette Greco Vol. 2 (Kappaleet vuosilta 1951–1970). Ranska: PolyGram.

MOT Kielitoimiston sanakirja 2.0. <https://alma.helsinki.fi/window/43166>

Tutkimuspäiväkirja 11.10.2008–11.10.2009.

Liitteet

Liite 1 Ilmoitus haastateltavien rekrytoimiseksi



15.11.2008

Haluatko osallistua ”Kirpputoreilla ostelu ja ajanvietto” tutkimukseen?

Oletko satunnainen vai intohimoinen kirpputorilla kävijä? Vietätkö aikaasi kirpputoreja kierellen? Miksi hakeudut kirpputorille?

Haen vastauksia kysymyksiini maisterin tutkielmaa silmällä pitäen. Etsin haastateltavia, joilla on lyhyempiä tai pidempiä kokemuksia kirpputoriälämästä. Haasteltavan iällä tai sukupuolella ei ole merkitystä. Kaikki ihmiset ja kokemukset kiinnostavat minua!

Jos kiinnostuit tutkimusaiheesta ja sinulla olisi tunnin verran aikaa jutella siihen liittyvistä kokemuksistasi, otathan yhteyttä minuun, niin sovitaan haastatteluaika. Kaikki haastattelut ovat luottamuksellisia, joten henkilöllisyytesi pysyy salassa.

Haastattelu voidaan tehdä joko Valtterissa tai sinulle sopivassa paikassa.

Kiitos jo etukäteen avustasi!

Hannele Pekkonen
kuluttajaekonomian opiskelija
Taloustieteen laitos
Helsingin yliopisto
hannele.pekkonen@helsinki.fi
044-5473739

Liite 2 Taustatiedot

Sukupuoli:

Ikä:

Siviilisääty:

Lapsien lukumäärä:

Koulutus/ammatti:

Asuinpaikka:

1. Millaisia kirpputoreja käytät?
2. Kuinka usein keskimäärin käyt kirpputoreilla (krt./vk., kk. tai vuosi)?
3. Kuinka paljon keskimäärin kulutat aikaa kirpputoreilla oleiluun/osteluun kerralla?
4. Käytkö kirpputoreilla yksin vai seurassa (Jos seurassa, kenen kanssa)?
5. Onko sinulla itselläsi myyntikokemuksia kirpputoreilta?

Liite 3 Haastattelurunko

1. Kirpputorit ilmiönä

- Millainen on ensimmäinen kirpputorikokemuksesi/muistosi?
- Millaisia ajatuksia kirpputorit sinussa herättävät?
- Mistä näet kirpputorien käytön johtuvan? Miksi ihmiset vievät kirpputorille tavaraa ja vaatetta myyntiin ja ostavat sieltä?

2. Kirpputorit ostelu- ja ajanviettopaikkoina

- Milloin ja millaisissa tilanteissa asioit kirpputoreilla?
- Mitä ajattelet kirpputoreja kierrellessäsi?
- Mitä haet tai etsit kirpputoreilta?
- Millaisia ovat sinun motiivisi tai syysi ostaa kirpputoreilta?
- Mistä pidät kirpputoreissa? Miksi?
- Mistä et pidä kirpputoreissa? Miksi?
- Onko sinulle tullut vastaan ongelmia liittyen kirpputoriosteluun? Mikä voisi olla ongelmallista?
- Millaisia periaatteita kirpputoreilla mielestäsi noudatetaan?
- Eroaako kirpputoreilla ostoksien tekeminen muusta ostelusta?
- Millaisiin ihmisiin kirpputoreilla mielestäsi törmää?

3. Suhtautumistapoja vanhoihin esineitä ja käytettyjä vaatteita kohtaan

- Mikä vanhassa ja käytetyssä kiehtoo tai inhottaa?
- Onko jotakin mitä et voisi ostaa käytettynä?
- Parasta mitä olet kirpputorilta löytänyt?

4. Suhde materiaa kohtaan

- Miten suhtaudut tavaran ja materian kulutukseen yleensä?
- Miten toimit kun tarvitset tavaraa tai vaatetta, joka voisi löytyä kirpputorilta?
- Minne päätyvät omat/perheesi tavarat ja vaatteet joita ei enää tarvita?

5. Millaisena näet tulevaisuuden kirpputorien kannalta?

Talouden kompurointi tuo väkeä kirpputoreille

Kuluttajien välinen kauppa on vauhdittunut internetissä.

JAANA VAAHTO

HELSINKI. Käytettyjen tavaroiden kauppa vilkastuu. Verkkohuutokauppa kumpuuttaa vanhoja kolkkoita, käsilaukkuja, kännyköitä ja tuhansittain muita tavaroita. Sähköisten markkinapaikkojen lisäksi perinteiset kierrätysmyymälät ja kirpputorit kertovat kaupan käynnin. Esimerkiksi kehitysteistyötä tekevä UFF:n putiikkeissa myynti on kasvussa.

– Alkuunsa tuhansia ihmisiä on liittynyt kanta-asiakkaisiksi, jolloin he saavat esimerkiksi alennusta ostoksista, kertoo viestintä- ja kehitysteistyöpäällikkö Birgit Nevala.

Yhdistys kierrättää keltaisten keräyslaatikkojensa kautta vaatteita, jotka se kauppa vähittäis- ja tukkumyynnissä. Vaatemyyntillä kaletaan kierrätyskulut ja kerätään varoja kehitysapuun.

Internetin puolella verkkohuutokauppa Huuto.net uskoo kuuluvansa taantuman selättäjään.

– Vakuutus näkyy postiivisessa mielessä ihmiset ovat todella innostuneet realisoimaan omaisuuttaan, sillä ilmoituksia tulee päivittäin valtava määrä, sanoo tuote- ja palvelupäällikkö Toni Ruuska.

Ruuska uskoo, että osaltaan kauppa siivittävä vierhetyneet arvot ja paraant-



Kestovaippahdistys järjesti Huilat-tapahtuman Merikaapelilla Helsingissä huhtikuussa. Ompeluseurat kierrättävät vanhoja vaatteita "tuunnattaviksi".

neet internetin käyttötöitä.

Valtaosa UFF:n liikkeistä pistettiin pysäyttämään 90-luvun loppupuolella. Nevalan mukaan uusia liikkeitä etsitään jälleen. Tarjojiksi hyviä liikepaikoista on saatu aiempaa enemmän, mutta hinnoista pitäisi vielä tinkiä.

Suomessa kirpputoreita pyörittävät lukuisat yhdistykset ja yksityiset yrittäjät. Helsingissä Valtteri kirpputorilla Vallilan makasiineilla on pa-

risataa myyntipöytä. Kirpputorista vastaava Mikko Kumpulainen ei vielä osaa arvioida taantuman vaikutuksia ihmisten myyntiintoon, mutta ennakoi ahtale lisää kilpailua.

– Yleensä luonnoina talouden aikana tulee enemmän kirpputoreja, koska sopivia tiloja jää tyhjilleen, Kumpulainen perustelee.

UFF:n Nevala on huolissaan siitä, että heikentyneen taloustilanteen myötä kierrätettyjen vaatteiden määrä saattaa vähentyä. Vuo-

si 1995 on ollut yhdistyksen historiassa ainoa, jolloin kierrätysvaatteiden määrä laski.

– Uskon kuitenkin, että kierrätysliiketoiminta on vankemmalla tasolla kuin silloin, Nevala sanoo.

Käytetyn tavaran ja ylipäänsä kuluttajien välinen kauppa on siirtynyt monilta osin verkkoon. Verkkopalvelut ja perinteiset kirpputorit eivät kuitenkaan koe toisaalta uhkana, vaikka tavara-vaikoima on monilta osin samaa.

– Emme koe nettiä kilpailijana, vaan enemmänkin molemmat kanavat tukevat toisiaan. Olemme kyllä perustaneet omankin nettikaupan, Nevala sanoo.

Huuto.net-palvelussa suosituimpia tuotteita ovat muun muassa lastenvaatteet ja elektroniikka. Myös Valtteri-kirpputorin myyntipöydillä kaupataan runsaasti

vaatteita sekä pientä käyttötavaraa.

– Suurin osa meidän kävijöistä on tavallisia perheisiä tai -äitejä ja nuoria opiskelijoita. Harvat tekevät kirpputorikaupalla suuria rahojia, sillä silloin pitäisi ostaa isompia tavaroita ja kuroa kermit päällä. Enemmän kyseessä on elämäntapa, Kumpulainen sanoo. STT

Kirpputorituristi kuluttaa enemmän aikaa kuin rahaa

HELSINKI. Yhä useammalle kirpputoreilla käyminen on huvia ja ajanvietettä, uskoo kirpputoreja tutkinut Hannele Pekkonen. Asiakaskunnassa on myös vähävaraisia, mutta taloudelliset syyt eivät nouse yhtä vahvasti esiin kuin esimerkiksi 90-luvun laman aikana.

– Monet kävijät tuntevat olevan niin sanottuja kirpputorituristeja, jotka viettävät kirpputoreilla aikaa perheen ja kavereiden kanssa, Pekkonen sanoo.

Pekkonen tutki kirpputoreja ja kuluttajaekonomian maisterin tutkielmassaan Helsingin yliopiston taloustieteen laitoksella. Hän haastatteli pienen otoksen kirpputorilla kävijöitä. Vastauksissa esimerkiksi säästäminen korostui kirpputorilla käymisen syyksi vain vähän.

– Kirpputorilla käydään esimerkiksi persoonallisten tavaroiden tai ajanvietteen takia. Halpa hinta nousee esiin, mutta taantuma tuntuu ainakin julkisuuden perusteella

tulevan kirpputoreilla näkyviin vasta nyt.

Pekkonen kertoo nykymuotoisen kirpputorin rantaantuneen Suomeen 80-luvulla. Tuolloin pääkaupunkiseudulla markkinoitiin julkisten avulla "Pariisista asti tuotuja" toreja ja kirpputoreista tehtiin juttuja naistenlehtiin. Lama muutti kirpputori-ilmiön henkeä.

– Lama-aikaan monen oli pakko käyttää kirpputoreja todelliseen tarpeeseen, Pekkonen sanoo.

Kirpputorien merkitys rahantekona nousi hyväntekeväisyyden rinnalle. Hyväntekeväisyystöiden rinnalle alkoi ilmestyä kirpputoreja, joilla yksityiset ihmiset myivät tavaraitaan. Vaikka käytetyn tavarankäytön kauppa on nykyisin siirtynyt monilta osin internetiin, Pekkonen uskoo perinteisten kirpputorien tulevaisuuteen.

– Perinteiset kirpputorit ovat Suomessa edelleen varsin suosittuja, hän sanoo. STT

Kirpputorituristi kuluttaa enemmän aikaa kuin rahaa

HELSINKI. Yhä useammalle kirpputoreilla käyminen on huvia ja ajanvietettä, uskoo kirpputoreja tutkinut Hannele Pekkonen. Asiakaskunnassa on myös vähävaraisia, mutta taloudelliset syyt eivät nouse yhtä vahvasti esiin kuin esimerkiksi 90-luvun laman aikana.

– Monet kävijät tuntevat olevan niin sanottuja kirpputorituristeja, jotka viettävät kirpputoreilla aikaa perheen ja kavereiden kanssa, Pekkonen sanoo.

Pekkonen tutki kirpputoreja kuluttajaekonomian maisterin tutkielmassaan Helsingin yliopiston taloustieteen laitoksella. Hän haastatteli pienen otoksen kirpputorilla kävijöitä. Vastauksissa esimerkiksi säästäminen korostui kirpputorilla käymisen syyksi vain vähän.

– Kirpputorilla käydään esimerkiksi persoonallisten tavaroiden tai ajanvietteen takia. Halpa hinta nousee esiin, mutta taantuma tuntuu ainakin julkisuuden perusteella

tulevan kirpputoreilla näkyviin vasta nyt.

Pekkonen kertoo nykymuotoisen kirpputorin rantaantuneen Suomeen 80-luvulla. Tuolloin pääkaupunkiseudulla markkinoitiin julkisten avulla "Pariisista asti tuotuja" toreja ja kirpputoreista tehtiin juttuja naistenlehtiin. Lama muutti kirpputori-ilmiön henkeä.

– Lama-aikaan monen oli pakko käyttää kirpputoreja todelliseen tarpeeseen, Pekkonen sanoo.

Kirpputorien merkitys rahantekona nousi hyväntekeväisyyden rinnalle. Hyväntekeväisyystöiden rinnalle alkoi ilmestyä kirpputoreja, joilla yksityiset ihmiset myivät tavaraitaan. Vaikka käytetyn tavarankäytön kauppa on nykyisin siirtynyt monilta osin internetiin, Pekkonen uskoo perinteisten kirpputorien tulevaisuuteen.

– Perinteiset kirpputorit ovat Suomessa edelleen varsin suosittuja, hän sanoo. STT

Liite 5 Valokuvia



Kuva 1. Valtteri-kirpputorilla myymässä 15.11.2008



Kuva 2. Valtteri-kirpputorilla myymässä 14.06.2009



Kuva 3. Valtteri-kirpputorilla 14.06.2009 myynnin jälkeen...



Kuva 4. Valtteri-kirpputorin taustamusiikkia 11.10.2009



Kuva 5. Valtteri-kirpputorin tunnelmaa 11.10.2009



Kuva 6. Valtteri-kirpputorilla 11.10.2009 vaatekasoja penkomassa



Kuva 7. Valteri-kirpputorin palveluja 11.10.2009



Kuva 8. Valteri-kirpputorin palveluja 11.10.2009