



Vaateostoksilla kirpputorilla

Tutkimus suhtautumisesta kirpputorivaatteisiin,
niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen
Suomessa vuosina 1989 ja 2014

Helsingin yliopisto
Käyttätymistieteellinen
tiedekunta
Opettajankoulutuslaitos
Käsityönopettajan
koulutus
Pro gradu -tutkielma
Käsityötiede
Lokakuu 2014
Kaisa Vilhunen

Ohjaaja: Ritva
Koskennurmi-Sivonen



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Käyttäytymistieteellinen		Laitos - Institution - Department Opettajankoulutuslaitos	
Tekijä - Författare - Author Kaisa Vilhunen			
Työn nimi - Arbetets titel Vaateostoksilla kirpputorilla – Tutkimus suhtautumisesta kirpputorivaatteisiin, niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen Suomessa vuosina 1989 ja 2014			
Title			
Oppiaine - Läroämne - Subject Käsityötiede			
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Pro gradu -tutkielma / Ritva Koskennurmi-Sivonen		Aika - Datum - Month and year elokuu 2014	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 89 s + 10 liites.
Tiivistelmä - Referat - Abstract			
<p><i>Tavoitteet.</i> Vaatteiden kierrättäminen, kirpputorit ja kirpputorivaatteet ovat ajankohtainen aihe, joka on viime aikoina herättänyt paljon keskustelua. Massatuotannon ja nopean muodin aiheuttama vaatteiden määrän kasvu on lisännyt myös tekstiilijätteen määrää. Kirpputorit ovat yksi kanava kierrättää poistettu vaate niin, ettei se suoraan joudu kaatopaikalle. Omien havaintojeni mukaan suomalaisten suhtautuminen kirpputorivaatteisiin, niiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen oli parikymmentä vuotta sitten erilainen, kuin se on tutkimuksen kirjoitushetkellä. Tutkimuksen tarkoitus on etsiä vastausta siihen, millaista suhtautuminen on ollut vuonna 1989 ja millaista se on vuonna 2014. Onko muutosta todella tapahtunut ja jos on niin millä tavalla ja miksi?</p> <p><i>Menetelmät.</i> Tutkimuksessa käytettiin kahta aineistoa. Toinen koostui 94:stä Museoviraston tekemän kirpputoreja koskevan kyselyn vastauksista vuodelta 1989. Toisen taas muodosti 289 Helsingin yliopiston e-lomakkeella toteutetun kyselyn vastauksista vuodelta 2014. Vuoden 2014 kyselyä levitettiin Facebookissa. Aineistot analysoitiin laadullisen sisällönanalyysin keinoin.</p> <p><i>Tulokset ja johtopäätökset.</i> Vuonna 1989 suomalaiset suhtautuivat kirpputorivaatteiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen kaksijakoisesti. Pula-ajalta peräisin oleva ajatus käytetyn vaateen yhteydestä köyhyyteen näkyi myös suhtautumisessa kirpputorivaatteisiin. Vaatteiden ostamista kirpputorilta saatettiin hävetä, ja kirpputorivaatteita pidettiin epämuodikkaina, niihin pukeuduttiin lähinnä kotona, eikä niissä haluttu ulkoilla. Toisaalta kerrottiin, että kirpputorit olivat tulleet muotiin, ne olivat suosittuja ja niiltä ostettiin myös vaatteita. Vuonna 2014 suhtauduttiin kirpputorivaatteisiin pääosin myönteisesti. Massatuotannon seurauksena vaatteita oli enemmän tarjolla, ja tämä näkyi myös kirpputorien tarjonnassa. Kirpputorivaatteita pidettiin muodikkaina, persoonallisina ja ekologisina. Köyhyyttä ja kirpputorivaatteita ei enää yksiselitteisesti liitetty yhteen, ja häpeilyn sijaan niistä oltiin ylpeitä. Suhtautuminen kirpputorivaatteisiin oli muuttunut huomattavasti positiivisemmaksi vuodesta 1989 vuoteen 2014.</p>			
Avainsanat - Nyckelord kierrätys, kirpputorit, kirpputorivaate, kirpputorivaatteet, pukeutuminen, tekstiilijäte			
Keywords			
Säilytyspaikka - Förvaringsställe - Where deposited Helsingin yliopiston kirjasto, keskustakampuksen kirjasto, käyttäytymistieteet / Minerva			
Muita tietoja - Övriga uppgifter - Additional information			



Tiedekunta - Fakultet - Faculty Behavioural Sciences		Laitos - Institution - Department Teacher Education	
Tekijä - Författare - Author Kaisa Vilhunen			
Työn nimi - Arbetets titel			
Title Buying clothes from flea markets - a study of attitudes towards buying and wearing second-hand clothes in Finland in 1989 and 2014			
Oppiaine - Läroämne - Subject Craft Science			
Työn laji/ Ohjaaja - Arbetets art/Handledare - Level/Instructor Master's Thesis / Ritva Koskennummi-Sivonen		Aika - Datum - Month and year August 2014	Sivumäärä - Sidoantal - Number of pages 89 pp. + 10 appendices
Tiivistelmä - Referat - Abstract <p>Goals: Garment recycling, second-hand clothes and flea markets have been a topic of public conversation lately. Mass production and fast fashion have caused an increasing amount of textile waste. Flea markets are one way to recycle unwanted garments instead of putting them directly to landfill. According to my own observations, 20 years ago Finns' attitudes towards buying clothes from flea markets and wearing them was different than attitudes of today. The purpose of the study is to find answers to the following questions: what did people think about second-hand clothes in 1989 and what do they think about them in 2014. If there has been some kind of a change, why has it happened and what is it like?</p> <p>Study strategy and methods: In this study there were two sources of data. One source was a survey on flea markets from 1989 found from the archive of National Board of Antiquities. Here 94 of those answers of the survey were used. Other source of data were collected in 2014 with the e-form of the University of Helsinki and were spread on Facebook. 289 of those answers were used in the study. The data were analyzed with Qualitative content analysis.</p> <p>Outcomes and conclusions: Finnish people's thoughts of second-hand clothes were two-parted in 1989. Because of the recession during the Second World War and ten years after that, second hand-clothes were still connected to poverty in 1989. They were considered outmoded and were bought with shame. People wore them at home and didn't want to go out wearing them. On the other hand, flea markets were found fashionable and it was popular to go shopping there. In 2014 people's thoughts about second-hand clothes were mainly positive. However, because of the mass production there were more clothes also in flea markets. Second-hand clothes were thought to be trendy, individual and ecological. Poverty was not directly connected to second-hand clothes. Instead of shaming, people were proud of wearing them. Hence, attitudes towards second-hand clothes had turned considerably more positive from 1989 to 2014.</p>			
Avainsanat - Nyckelord			
Keywords dressing, flea markets, recycling, second-hand clothes, textile waste			
Säilytyspaikka - Förvaringsställe - Where deposited City Centre Campus Library / Behavioural Sciences / Minerva			
Muita tietoja - Övriga uppgifter - Additional information			

Sisälllys

1	Johdanto	3
2	Vaatteen matka kirpputorivaatteeksi	4
2.1	Käytettyjen vaatteiden kaupan vaiheita maailmalla ja Suomessa	4
2.1.1	Käytettyjen vaatteiden kauppa Euroopassa 1500–1900-luvuilla	4
2.1.2	Suhtautuminen vaatteisiin Suomessa 1900-luvulla – Aika ennen kirpputoreja....	7
2.1.3	Suomalaisen kirpputorin synty ja kehitys.....	8
2.1.4	Käytettyjen vaatteiden kansainvälinen kauppa.....	10
2.2	Vaatteen elinkaari	12
2.2.1	Massatuotetun vaatteiden valmistus	12
2.2.2	”Himoshoppaajat” vaateostoksilla	15
2.2.3	Vaatteen kierrättäminen.....	17
2.3	Pukeutuja muokkaa identiteettiään muodin ja vaatteiden avulla	20
2.3.1	Nopea ja hidas muoti	20
2.3.2	Pukeutuminen, elämäntyyli ja identiteetti.....	23
2.3.3	Köyhyys, pukeutuminen ja häpeä.....	26
2.3.4	Käytetty vaate vastareaktiona massamuotiin	28
3	Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen toteutus	31
3.1	Tutkimuskysymykset.....	31
3.2	Vuoden 1989 aineisto	32
3.3	Vuoden 2014 aineisto	33
3.4	Aineiston analysointi laadullisen sisällönanalyysin keinoin.....	34
4	Suhtautuminen kirpputorivaatteisiin vuonna 1989	37
4.1	Puutteesta yltäkylläisyyteen – Muistoja menneistä.....	37
4.2	Ajatuksia kirpputorilla käymisestä ja kirpputorivaatteiden ostamisesta.....	41
4.3	Ajatuksia kirpputorivaatteisiin pukeutumisesta.....	45
4.4	Miksi käydä kirpputorilla ja ostaa sieltä? – Oman toiminnan perustelua.....	48
5	Suhtautuminen kirpputorivaatteisiin vuonna 2014	52
5.1	Ajatuksia kirpputorilla käymisestä ja kirpputorivaatteiden ostamisesta – Miksi muut tekevät niin?	52
5.2	Ajatuksia kirpputorivaatteisiin pukeutumisesta kun kyseessä on hienot juhlat	54
5.3	Perusteluja sille, miksi kirpputorivaatteita ei osteta tai sellaisiin ei pukeuduta?	60

5.4	Perusteluja sille, miksi kirpputorivaatteita ostetaan itselle ja miksi sellaisiin pukeudutaan?.....	63
5.5	Millaisissa tilanteissa kirpputorivaatteisiin pukeudutaan?.....	69
6	Pohdinta	72
6.1	Johtopäätökset	72
6.1.1	Kirpputorivaatteet vuonna 1989	72
6.1.2	Kirpputorivaatteet vuonna 2014	76
6.1.3	Yhteenveto	83
6.2	Tutkimuksen arviointi	84
	Lähteet	87
	Liitteet	90

1 Johdanto

Ollessani lapsi 1990-luvulla oli ikätovereideni keskuudessa noloa käyttää vaatteita, jotka oli ostettu kirpputorilta. Vaatteen alkuperästä vaiettiin tai siitä valehdeltiin. Oma suhtautumiseni kirpputorivaatteisiin on muuttunut iän kasvaessa, ja uskoakseni se on seurailut yleistä asenneilmapiiriä. Ensimmäiset myönteiset muistoni kirpputorivaatteista ajoittuvat 2000-luvun alkuun, jolloin ensimmäistä kertaa kuulin ikäisten puhuvan positiiviseen sävyyn kirpputorilla käymisestä ja siellä tehdyistä löydöistä. Niihin aikoihin itsekkin ostin ensimmäiset kirpputorivaatteeni. Nyt vuonna 2014 vaikuttaa siltä, että kirpputorilöytö on ylpeilyn aihe, ja mitä halvemmalla vaate on ostettu, sen hienompi asia se on. Muistelemaani kirpputorivaatteen alkuperän häpeilyyn en ole pitkään aikaan törmännyt, ja oma huomioni on, että kirpputoreilla ostosten teko ja vaatteiden etsiminen sieltä on tullut aina vain suosittumaksi 2000-luvulla. Itse vuosina 2009–2012 kirpputorilla opiskelujen ohella töissä olleena olen saanut myös todistaa asiakasmäärien ja myynnin kasvua jo tuona aikana.

Samansuuntaista kehitystä huomasin, kun selailin Hel Looks –sivustoa (15.9.2013), jossa on kuvattu erilaisia pukeutumistyyliä ihmisillä Helsingin kaduilla. Sivustolla löytyy kokovartalokuva henkilöstä vaatteineen ja vieressä lyhyt kommentti omasta pukeutumisesta. Kuvat alkavat vuodesta 2005, niitä on tähän päivään asti ja tulee kokoajan lisää. Nopealla silmäyksellä huomasin, että vuotta 2014 kohden kommentteissa mainitaan enenevässä määrin kirpputori vaatteiden alkuperästä puhuttaessa. Hel Looksia ei tosin voi pitää koko väestön kattavana tietolähteenä, sillä siihen valikoituu ihmisiä, joilla on (ainakin kuvanottohetkellä) valtavirrasta poikkeava pukeutumistyyli ja jotka mahdollisesti tekevät vaateostoksia kirpputoreilla useammin kuin valtaväestö. Myös sivuston pitäjän näkemys siitä, mitä hän haluaa kirjoittaa ylös ihmisten kertomasta vaikuttaa luonnollisesti siihen, mitkä seikat sitaateissa korostuvat. Kuitenkin sivusto antaa mielestäni jotain suuntaa sille, että asenteet käytettyihin vaatteisiin pukeutumiseen olisivat muuttuneet myönteisemmiksi jo aikavälillä 2005–2014.

Käytetyt vaatteet ja kirpputori-ilmiö kiinnostavat minua tästä näkökulmasta ja ylipäänsä muutenkin. Tarkastelen tässä tutkimuksessa kahden aineiston avulla sitä, millainen suhtautuminen suomalaisilla on ollut kirpputorilta ostettuihin vaatteisiin vuonna 1989 ja millainen se on vuonna 2014? Onko tilanne muuttunut ja jos on niin miten ja miksi? Tutkin myös sitä, millaisia muistoja vuoden 1989 aineiston perusteella suomalaisilla on ollut käytetyistä vaatteista omissa elämänselämissään.

2 Vaatteen matka kirpputorivaatteeksi

2.1 Käytettyjen vaatteiden kaupan vaiheita maailmalla ja Suomessa

2.1.1 Käytettyjen vaatteiden kauppa Euroopassa 1500–1900-luvuilla

Kierrätettyjen tai käytettyjen vaatteiden kauppaamisella on pitkä historia. Ennen teollista vallankumousta vaatteilla oli suuri taloudellinen arvo. Vaatteita ei käytetty pelkästään pukeutumistarkoituksiin, vaan ne olivat myös sijoituskohteita, joiden arvo pysyi ajan saatossa. Carole Collier Frick (2005, 16, 25–26) on tutkinut käytettyjen vaatteiden kauppaa renessanssiajan Firenzessä. Tuolloin vaatteet ja materiaalit olivat kalliita sijoituskohteita, joita käytettiin uudelleen ja loppuun asti muun muassa kunnostamalla niitä, tai tekemällä vanhoista vaatteista uusia vaatteita. Näin toimittiin rikkaissakin perheissä. Vaatteen arvo myös pysyi ajan saatossa, ja vaate voitiin tarpeen mukaan myydä. Vaatteiden eri osia saatettiin myydä erikseen ja myöhemmin yhdistellä uudella tavalla. Esimerkiksi hihat myytiin erillään paidasta tai takista ja ostaja yhdisti ne sitten uuteen vaatekappaleeseen.

Frickin (2005, 13–15) mukaan uuden vaatteen valmistaminen oli ylellisyyttä, johon vain rikkailla oli varaa. Suurimmalle osalle väestöä käytettyjen vaatteiden ja tekstiilien kauppa oli korvaamaton keino saada vaatteet ja kodin tekstiilit jokapäiväiseen tarpeeseen. Kiltujen johtamilla myyntipaikoilla kauppaansa pitävät *rigattieret*, käytettyjen vaatteiden välittäjät, olivat korvaamattomassa asemassa välittäessään tekstiilejä kaupungin koko väestölle. *Rigattieret* hallitsivat käytettyjen vaatteiden ja tekstiilien markkinoita ja he ostivat tuotteita huutokaupoista, lunastivat kirkolle lahjoituksena annettuja tekstiilejä sekä ostivat kotona tai luostarissa valmistettuja kankaita. Heidän kauttaan myös yksityishenkilöt saattoivat myydä vaatteitaan. Naiset kaikista yhteiskuntaluokista ompelivat ja valmistivat jatkuvasti tekstiilejä, jotka he usein myivät *rigattierelle*.

Beverly Lemire (2005, 30–32) on tutkinut käytettyjen vaatteiden taloudellista arvoa ja niiden parissa harjoitettua kaupankäyntiä 1600–1850-lukujen Englannissa. Pitkään ennen teollistumista tavaroita säästettiin ja arvostettiin niiden vähäisen määrän vuoksi. Tuotteiden käyttö ja uudelleenkäyttö määritti lähes jokaisen arkielämää pientä yläluokkaista vähemmistöä lukuun ottamatta. Myöhäisintään 1500-luvun lopulla dramaattiset ja edistyneet muutokset taloudessa ja sosiaalisissa rakenteissa loivat tilaa hyvinvoinnin kasvulle. Käytettyjen

hyödykkeiden merkitys alaluokkaisessa kaupankäynnissä kasvoi tällöin. Niin naiset kuin miehetkin vaihtoivat vaivalla hankkimansa tulot tavaroiksi, esimerkiksi vaatteiksi, joiden avulla he saattoivat ilmaista asemaansa perheessä ja yhteiskunnassa. Näillä hyödykkeillä oli erilaisia merkityksiä. Varsinaisen käyttötarkoituksensa lisäksi ne olivat myös säästöjä ja sijoituksia, joiden arvo säilyi juuri laajan käytettyjen tavaroiden ja vaatteiden kaupan ansiosta. Kaupan edellytyksenä oli se, että tavallisilla ihmisillä oli edes hiukan enemmän materiaa, kuin aivan välttämättömät tarpeet edellyttivät sekä myös halu saada jotain ylimääräistä.

Lemiren (2005, 32–35) mukaan 1500-luvun puolivälissä Lontoon käytettyjen tavaroiden ja vaatteiden kauppa oli jo vakiintunut ja edelleen kasvamassa. Jokainen vuosikymmen kasvatti ja laajensi sitä. Kauppa tarjosi monimutkaisen panttausverkoston, joka turvasi lainat ja luotot pantattuja tuotteita vastaan. Näin vaatekappale menetti merkityksensä pukeutumisen kohteena ja muuttui vaihtoehtoiseksi valuutaksi. Vaikka vaihtoehtoisena valuuttana käytettiin muitakin hyödykkeitä, olivat vaatteet tärkeimpiä, sillä ne olivat saatavilla kaikkialla. Vaatteita muutettiin rahaksi kaupanpitäjän tiskillä, majatalon edustalla, keittiön ovella, tai niillä sai lyhytaikaista luottoa panttilainaamoista. Nämä toiminnot olivat välttämättömiä merkittäväle osalle englannin väestöä ainakin 1500-luvulta 1800-luvulle. Käytettyjen vaatteiden kauppa oli esimerkiksi köyhille naisille helpoin väylä ansaita elanto.

Samaan tapaan kuin renessanssiajan Italiassa oli Lemiren (2005, 41, 44) mukaan käytettyjen vaatteiden omistaminen ja kauppa siis tärkeä sijoittamisen muoto myös Englannissa. Tämä ei ollut pelkästään köyhien käyttämä keino, vaan sekä rikkaat että köyhät käyttivät hyödykseen panttilainaamojen ja vaatteiden välittäjien palveluksia. Vuosisatojen saatossa ylä- ja keskiluokka keksivät muodollisempia taloudellisia mekanismeja, ja panttilainaamojen toimintaa alettiin pitää asteittain epäluotettavana. Kaikesta huolimatta jopa kolmen vuosisadan ajan vaatteiden asema valuuttana oli vahva panttilainaamojen, kauppiaiden ja erikoistuneiden käytettyjen vaatteiden jälleenmyyjien ansiosta. Rahajärjestelmien eroavaisuuden vuoksi ei 1500–1700-lukujen käytettyjen vaatteiden laajaa jälleenmyyntiä, vaihtokauppaa ja panttaamista voida suoraan yhdistää nykyiseen käytettyjen vaatteiden kauppaan kehittyneissä maissa, vaikka ajatus siitä, että toisen aikaisemmin käyttämään vaatteeseen voi pukeutua, onkin sama.

Lemiren (2005, 44–47) mukaan modernilla ajalla käytettyjen vaatteiden kauppa kukoisti ja se täytti niitä tarpeita, joita muiden mahdollisuuksien puute aiheutti. Tämä ilmiö pysyi yllä, kunnes muita vaihtoehtoja ilmaantui. Jo 1800-luvulla vaihtoehtoisten valuuttojen käyttö oli muuttumassa. Kasvavan keskiluokan parissa maksukuitit, palkat ja kiinnostus sijoittamiseen

johti siihen, että tavaroiden omistaminen tulevaisuuden turvana ja niiden käyttäminen kaupankäynnin välineenä ei enää ollut tarpeellista. Muutokset kaupankäynnissä ja teollisuudessa tarjosivat nyt turvallisempia tapoja ja tarkempia taloudellisia keinoja luoton ottamiselle, ja säästämistä sekä kuluttamista alettiin järjestää järjestäytyneemmällä ja rahakeskeisemmällä tavoilla. Keskiluokka, joka nyt määritteli valtakulttuuria, pyrki luomaan pysyvän materiaalsen maailman koteihinsa ja vaatekaappeihinsa, eikä entisen kaltainen kulutuksen kaava enää sopinut sille. Panttaaminen pienemmässä mittakaavassa kuitenkin jatkui ylemmillä yhteiskuntaluokilla, ja työväenluokka jatkoi laajaa käytettyjen hyödykkeiden kauppaa entiseen tapaan. Keskiluokan ja työväenluokan välinen eroavaisuus ei pelkästään näkynyt saatavilla olevien tuotteiden erilaisuudessa, vaan se näkyi myös arkielämän tuotteille annettuina erilaisina merkityksinä, kun työväenluokalle tuotteet edustivat edelleen sijoituksia ja kaupankäynnin välineitä.

Hansen (2008, 222) esittää, että jo 1800-luvun lopulla käytettyjen vaatteiden kauppa oli rajoittunut vientiin, erityisesti Afrikan siirtomaihin. Samoihin aikoihin hyväntekeväisyysjärjestöt alkoivat kerätä käytettyjä vaatteita köyhien hyväksi. Halventuneet vaatteet ja kasvanut ostovoima Toisen maailmansodan jälkeen kasvatti myös hyväntekeväisyyteen annettujen lahjoitusten määrää. Hansen tunnistaa perustavanlaatuisen jakelun siirtymän hyväntekeväisyydestä kaupallisiin tarkoituksiin Toisen maailmansodan jälkeen, kun hyväntekeväisyyteen suuntautuneet ryhmittymät Yhdysvalloissa lopettivat vaatteiden antamisen ilmaiseksi köyhille ja aloittivat sen sijaan niiden myymisen kauppoissa rahoittaakseen toimintaansa. 1980-luvulle tultaessa vaatteiden pudonneet hinnat, kasvava kulutus ja käytettyjen vaatteiden varastojen kasvu yhdessä Afrikan markkinoiden vapautumisen kanssa aiheuttivat huomattavan käytettyjen vaatteiden myynnin kasvun kaupallisille tekstiilien kierrättäjille. 1980-luvulta lähtien Hansen on huomannut yhtäaikaisen kasvavan kaupallisen käytettyjen vaatteiden viennin sekä kasvavan humanitaarisen avun viemisen Afrikan maihin.

Käytetyillä vaatteilla oli siis aluksi suuri taloudellinen arvo ja niitä käytettiin sijoituskohteina. Vain rikkailla oli varaa uusiin vaatteisiin ja muut saivat tyytyä käytettyihin. Teollinen vallankumous ja muutokset taloudellisissa rakenteissa muuttivat suhtautumista vaatteisiin. Vaatteista tuli halvempia ja helpommin saatavia. Teollisen tuotannon ja kulutuksen kasvun myötä vaatteita alkoi olla yli oman tarpeen ja niitä alettiin kerätä köyhille jaettavaksi. Aluksi hyväntekeväisyysjärjestöt jakoivat vaatteita ilmaiseksi, mutta alkoivat lopulta myydä niitä toimintansa rahoittamiseksi. Näin syntyivät länsimaiset kirpputorit Toisen maailmansodan jälkeen.

2.1.2 Suhtautuminen vaatteisiin Suomessa 1900-luvulla – Aika ennen kirpputoreja

Päivi Aikasalo (2000, 251) on tutkinut suomalaisten naisten pukeutumishanteita 1920–1960-luvuilla. Tuon ajan Suomessa elivät rinnakkain vaatteiden kotoinen käsin valmistus, teettäminen ompelijalla tai ateljeessa sekä valmiin teollisesti valmistetun tuotteen ostaminen. Teollisesti valmistettuihin vaatteisiin siirryttiin Suomessa vähitellen. Alusta alkaen kotitekoisten lankojen tilalle tulivat ensin ostolangoista valmistetut kankaat ja sitten kotitekoisten kankaiden tilalle tulivat ostokankaat. Viimeisimpänä vaiheena oli itse tehtyjen tai teetettyjen vaatteiden korvaaminen valmisvaatteilla. 1920-luku oli valmisvaatteiden käyttöön tulon aikaa Suomessa. Teollinen tuotanto ja sarjavalmistus laskivat hintoja ja vaatetusteollisuus alkoi valmistaa kalliiden vaatteiden edullisia jäljitelmiä. Merkittävä osa vaatteista ja varsinkin pula-aikana lähes kaikki vaatteet kuitenkin tehtiin itse tai teetettiin ompelijalla.

Vähitellen teolliset vaatteet alkoivat symboloida kaupunkimaista elämäntapaa, ja kotitekoisia vaatteita alettiin pitää epämuodikkaina. Vaatteiden hankintaan alkoi liittyä piirteitä modernista kuluttamisesta: ostaminen ja shoppailu alkoivat saada tilaa tavallisten naisten maailmassa. Aluksi vaatteita hankittiin harkitusti, eikä heräteostoksina, sillä hyvän elämän ihanteena oli mielitekojen kontrollointi. Sota- ja pula-aika kuitenkin muutti suhteen ostamiseen. Kun myytävää ei ollut, ei niitä myöskään voinut ostaa. Pärjätä piti sillä, mitä jo oli. Jos tekstiilejä taas oli tarjolla, ostettiin niitä silloin hinnalla millä hyvänsä. (Aikasalo, 2000, 251–252.)

Aikasalo (2000, 204–205) kertoo, että sota-aika ja sitä seurannut tavarapula vaikuttivat ihmisten asenteisiin vaatetusta kohtaan Suomessa. Sodan aikana teollisuus keskittyi lähinnä sotatarvikkeiden tuottamiseen ja sotilaiden vaatettamiseen. Eryteisesti talvisodan aikana sotilaiden vaatettaminen oli kotirintaman naisten tärkeä tehtävä ja naisten omat vaatteet olivat sivuasiasia. Jatkosodan aikana pula paheni ja ostettava tavara loppui kaupoista säännöstelystä huolimatta. ”Mustaa pörssiä”, luvatonta kauppaamista ja hamstraamista harjoitettiin paheksunnasta huolimatta. Eryteisesti vaatetustarvikkeita myytiin salaa. Myös vaihtokauppa kukoisti. Tekstiili- ja jalkinepula helpottui vasta 1950-luvulla kulutustavaroiden säännöstelyn päättymisen myötä. Puutteen aikaa oli kestänyt reilu vuosikymmenen.

Sota- aikana vanhat vaatteet käytettiin ja korjattiin loppuun asti. Vaatteita ei 1940-luvulla niinkään uudistettu uutta muotia vastaavaksi, vaan niitä pääasiassa korjattiin jälleen käyttökelpoisiksi. Vanhoja vaatteita korjattiin sekä vanhoista vaatteista, käytetyistä

sisustustekstiileistä ja liinavaatteista valmistettiin uusia vaatteita ratkomalla, kääntämällä, värjäämällä ja koristelemalla. Kankaiden kotikudonta ja vaatteiden kotiompelu olivat jälleen kunniaa. (Aikasalo, 2000, 207–209.) Keskitalon (2012, 65) mukaan asennetta materiaalin käyttöön haluttiin uudistaa voimakkaasti, ja aikaisemmasta tuhlailevasta elämäntavasta, jossa vaate saatettiin hylätä pienen tahran tai reiän vuoksi, podettiin syyllisyyttä. Turhamaisuutta paheksuttiin. Pula-aika ja siihen liittynyt vaatteiden korjaaminen jatkuivat Aikasalon (2000, 211–214) mukaan hyvin pitkälle. Myös 1950-luvulla vaatteiden korjaamisessa oli edelleen kyse rikkimenneiden korjaamisesta eikä niinkään muodistamisesta. Ompelu- ja korjaustaito sekä kekseliäisyys ja ahkeruus auttoivat selviytymään tekstiili- ja vaatepulan yli. Suurin osa suomalaisista oli tottunut säästäväisyyteen vaatehankinnoissa ja vaatteiden kotona valmistus oli tavallista vielä sodan alkaessakin.

Edellytykset kirpputorin tulolle Suomeen eivät olleet sopivat vielä pula-aikana. Vaate- ja tekstiilipulan vuoksi ei ylimääräisiä, hyväkuntoisia vaatteita liennyt pois lahjoitettaviksi tai myytäviksi. Jos muualla läntisessä maailmassa hyväntekeväisyysjärjestöt alkoivat myydä käytettyjä vaatteita toimintansa rahoittamiseksi heti maailmansodan jälkeen (Hansen, 2008, 222), ei vastaava ollut Suomessa silloin vielä mahdollista. Vasta säännöstelyn loppuminen 1940- ja 1950-lukujen vaihteessa, sotakorvauksista selviytyminen ja taloudellinen kasvu loivat edellytykset sille, että vaatteita saatettiin hankkia yli tarpeen ja myös poistaa keventynein perustein. Ihmisten mielissä kuitenkin pula-ajan perintönä jäänyt säästäväisyys ja ajatus siitä, ettei mitään saa heittää pois, eli varmasti vielä pitkään puutteesta selviytymisen jälkeenkin.

2.1.3 Suomalaisen kirpputorin synty ja kehitys

Vuonna 1994 Vesa Keskinen (1994, 155) kirjoitti suomalaista kirpputoria koskevassa Tilastokeskuksen julkaisemassa artikkelissaan:

Vielä 1980-luvun alussa kirpputorit olivat vähäväkisten tai erikoisuuksia etsivien yksityisaluetta. Poikkeuksena olivat koulujen joulu- ja kevätmyyjäisten yhteydessä järjestetyt kirpputorit sekä tempausluontoiset hyväntekeväisyyskirpputorit.

Keskinen (1994, 155) mukaan kirpputorit yleistyivät Suomessa 1980-luvun puolivälissä. Helsingissä Hietalahden torin kirpputori oli suunnannäyttäjä, ja sen innoittamana ilmiö levisi. Vuosina 1986–1987 kirpputoreja ilmestyi lähiöiden toreille ja keskustassa muun muassa

Jäähalliin ja Forumin parkkihalliin. 1990-luvun laman seurauksena kirpputoreja avattiin lisää ympäri kaupunkia.

Keskisen (1994, 155) esittää, että kirpputoreja avattiin 1990-luvulla niin paljon ja nopeaan tahtiin, että niiden tavaravalikoima huonontui. Tämä tuntuu luonnolliselta myös siinä mielessä, että laman seurauksena ostettiin todennäköisesti vähemmän uutta tavaraa ja kirpputoreilla kiertävät tavarat olivat ehkä kuluneempia kuin aikaisemmin 1980-luvun kulutusjuhlan aikaan. Kun lisättiin vielä kirpputorien määrän kasvu, oli laadun huononeminen luonnollinen seuraus. Keskinen (1994, 161, 159) kirjoittaa, että kirpputori-ilmiötä vahvisti ”hyvinä aikoina” ennen lamaa alkanut tavaroiden runsas ostaminen. Sodan jälkeinen sukupolvi oli joutunut kokemaan monenlaista puutetta ja suhde tavarahan oli kehittynyt puutteen läpäisemäksi. Siksi pula-ajan ihmiset arvostivat ennen kaikkea uutta tavaraa, ja käytetyssä tavarassa taas oli vahva köyhyyden leima. Tutkimukseni aineiston perusteella pula-ajan kokeneet ihmiset kauhistelevat nuoremman sukupolven kulutusjuhlaa ja kertoivat käyttävänsä itse tavaransa loppuun asti ja ostavansa vain todelliseen tarpeeseen.

Keskisen (1994, 168) mukaan kirpputorin kehitys Suomessa oli aivan omanlainen, sillä Suomesta on lähes kokonaan puuttunut Keski-Euroopan kaltainen kirpputoriperinne. Pulaa kokemattomien ihmisten suhde tavarahan oli 1980-luvulla uudenlainen. Kevyt leikittelevyys tuli vakavuuden ja puutteen leimaavan suhtautumisen sijaan. Kun tavaraa alkoi talouskasvun seurauksena olla kiusaksi asti, oli pohja kirpputorin tulolle luotu. Vuonna 1994 Helsingissä toimi säännöllisesti ainakin 80 kirpputoria, joista 30 oli hyväntekeväisyysjärjestöjen kirpputoreja. Keskinen (1994, 156, 158) kertoo, että hyväntekeväisyysjärjestöjen kirpputorit olivat ensimmäisiä kirpputoreja Suomessa. Pelastusarmeija oli kirpputoritoiminnan uranuurtaja ja muita ensimmäisiä olivat muun muassa Emmaus ja Lähetyksen Kehitysapu. Tanskalainen UFF aloitti toimintansa vuonna 1987. Helsingissä vuonna 1981 avattu Hietalahden kirpputori aloitti uudenlaisen aikakauden kirpputorimaailmassa, kun siellä myyjät saivat vuokrata myyntipaikan ja myydä tavaroitaan omaksi hyväkseen. Kesällä 1992 kokeiltiin myös ravintolamaailman ja kirpputorin yhdistämistä, kun Hotelli Presidentin yökerhossa avattiin kirpputori. Vaikka muutama muu yökerho seurasi perässä, jäi ilmiö kuitenkin lyhytaikaiseksi. 2010-luvulla Tavastialla on alettu kuitenkin jälleen pitää kirpputoripäiviä.

”Amatöörikirpputoreiksi” Keskinen (1994, 158) nimittää koulujen, seurakuntien, päiväkotien, nuorisotalojen ja urheiluyhdistysten muiden seurojen kirpputoreja. Niillä on vahvat perinteet, ja ne keskittyvät järjestön toiminnan, kuten luokkaretkien, rahoittamiseen. Näiden kirpputorien järjestäminen keskittyy sesonkiaikoihin, kuten joulun alle ja kevääseen. Suuret kirpputorit ovat

taas vieneet myyjä ja asiakkaita taloyhtiöiden ja muiden yksityisten kirpputoreilta. Nykyään ajattelisin, että erilaiset kirpputoritapahtumat, joista ilmoitetaan sosiaalisessa mediassa ja jonne kaikki ovat tervetulleita, ovat vieneet tällaisten taloyhtiöiden järjestämien kirpputorien paikkaa. Esimerkiksi suuren suosion saavuttanut Siivouspäivä-tapahtuma, jossa kuka tahansa voi myydä omia tavaroitaan missä tahansa, järjestetään muutaman kerran vuodessa. Myös erilaisilla asuinalueilla saattaa olla vastaavia kirpputoritapahtumia, joihin ovat tervetulleita myymään kaikki alueen asukkaat.

Keskinen (1994, 158) kutsuu "sohvaosteluksi" ostosten tekoa lehtien ostetaan ja myydään - palstojen, paikallisradion kirpputoriohjelmien sekä sähköpostien ostetaan, myydään ja annetaan -osastojen välityksellä tapahtuvaa kaupantekoa. Olettaisin, että tällainen toiminta on nykyään suurimmalta osalta siirtynyt nettiin erilaisiin yhteisöihin. Facebook, Huuto.net, Tori.fi ynnä muut ovat tehneet omien käytettyjen tavaroiden ja vaatteiden eteenpäin myymisestä helppoa. Keskinen (mt.) mielestä kirpputoreja muistuttavia myyntipaikkoja ovat osto- ja myyntiliikkeet sekä niin sanotut luksuskirpputorit. Hän liittää samaan myös käytettyjen tavaroiden myymälät, jotka ottavat asiakkaiden tavaroita myyntitilille. En tiedä tarkoittaako Keskinen tässä nykyisiä itsepalvelukirpputoreja, joissa voi vuokrata pöydän ja rahastus tapahtuu kirpputorin puolesta. Itse liittäisin nämäkin kirpputoritermin alle.

2.1.4 Käytettyjen vaatteiden kansainvälinen kauppa

Monien hyväntekeväisyysjärjestöjen kirpputoreille lahjoitetut vaatteet lajitellaan, ja Suomessa myyntiin tulevat vain parhaassa kunnossa olevat. Loput vaatteet myydään eteenpäin kehittyviin maihin, esimerkiksi Afrikan maihin. Norrisin (2012, 130) mukaan viimeaikaiset tutkimukset ovat todistaneet, että jatkuvasti kasvava trendi ostaa enemmän ja enemmän vaatetta jatkuvasti alenevin hinnoin tuottaa enenevässä määrin huonolaatuista vaatetta, josta myös luovutaan nopeasti. Käytettyjen vaatteiden kierrätyksen ajatellaan yleisesti olevan ympäristön kannalta kestävämpää kuin vaatteiden vieminen kaatopaikalle. Kuitenkin Iso-Britanniassa vuonna 2008 enemmän kuin puolet vuosittaisista vaateostoksista päättyi jätteenä kun taas vain neljäsosa kerättiin uudelleenkäyttöä ja kierrätystä varten (Morley ym. Norrisin, 2012, 130 mukaan).

Norrisin (2012, 131–134) mukaan vuonna 2008 puolesta miljoonasta keräykseen päätyneestä käytetystä vaatteesta vietiin 60 % kehittyviin maihin (Morley ym. Norrisin, 2012, 131 mukaan), joista suurimmat kohteet olivat Puola, Ghana, Ukraina, Benin ja Unkari. Käytettyä vaatetta myydään tuottoisasti, ja kaupalla on suuri arvo, laajuus ja vaikutus. Käytettyjen vaatteiden kaupan arvo vuonna 2010 oli 2,97 miljardia Yhdysvaltain dollaria, ja yksin vuodesta 2009 se oli kasvanut 13 %. Monissa maissa, joissa virallisesti on käytettyjen vaatteiden kauppa kielletty, esiintyy kuitenkin mustan pörssin kauppaa. Tästä vähän säännöstelystä, kansainvälisesti linkittyneestä kaupankäynnistä on tehty vain vähän tutkimusta, eikä kovin paljon tietoa ole saatavilla siitä, miten globaali käytettyjen vaatteiden kauppa todella toimii. Suurimmalle osalle Iso-Britannian hyväntekeväisyysjärjestöistä merien takainen kehitys ei ole merkittävää eikä se koske niiden liiketoiminnan päätarkoitusta. Vaatteiden kerääminen on vain suhteellisen helppo tapa rahoittaa toimintaa. Velvollisuutena on ainoastaan pitää huolta siitä, että käytettyjä vaatteita viedään laillisesti ja ettei tekstiilijätettä päädy sellaisiin maihin, joissa sitä ei ole mahdollista käsitellä asianmukaisesti. Tämän enempää vaatimuksia ei ole.

Hansenin (2008, 223–224) mukaan hyväntekeväisyysjärjestöt ovat suurin yksittäinen käytettyjen vaatteiden lähde, joka hallitsee nykyistä käytettyjen vaatteiden kauppaa. Länsimaiden kuluttajat lahjoittavat järjestöille suuria määriä enemmän käytettyjä vaatteita, kuin mitä nämä yritykset voivat myydä liikkeissään, joten hyväntekeväisyysjärjestöt myyvät niitä halvalla kaupallisille käytettyjen vaatteiden jälleenmyyjille. Kun 1980-luvun puolivälistä käytettyjen vaatteiden vienti Afrikan maihin on kasvanut, ei kyse ole kuitenkaan hyväntekeväisyydestä, vaan liiketoiminnasta ja voittojen tavoittelusta. Myös vaatteet, jotka lahjoitetaan kriisiapuna, päätyvät usein kaupalliseen myyntiin paikallisilla markkinoilla. Länsimaissa käytettyjen vaatteiden kotimaan ja ulkomaan kauppaa hallitsevat voittoa tavoittelemattomat hyväntekeväisyysjärjestöt sekä yksityiset tekstiilien kierrätysyritykset. Jälleenmyyjät ostavat tekstiilit, vaatteet ja asusteet halvalla ja lajittelevat ne kysynnän mukaan myytäväksi eri maihin. Käytettyjen vaatteiden kauppa on epätavallinen teollisuuden haara, koska sillä on epätavallinen suhde hyväntekeväisyyden ja kaupallisuuden välillä. Samaan aikaan kasvavat ympäristöhuolet lännessä ovat lisänneet sekä tuottavuutta että arvostettavuutta tälle liiketoiminnalle antaen sen harjoittajille arvovallan tekstiilien pelastajina ja jätteen kierrättäjinä.

Norrisin (2012, 134) mukaan nykyinen käytettyjen vaatteiden keräämisen ja jälleenmyymisen prosessi on kasvavan monimutkaista. Hyväntekeväisyysjärjestöjen ja kaupallisten yhtiöiden saamat hyödyt eivät ole tunnettuja, ja hiljattain useita skandaaleja on liittynyt siihen, miten vähän hyväntekeväisyysjärjestöt hyötyvät kaupasta, ja miten suuresti taas kaupalliset yritykset

siitä hyötyvät. Esimerkiksi jonain vuonna Variety Club ansaitsi vain 5000 puntaa 1,9 miljoonan punnan arvoisesta kenkämyynnistä. Samoin vuonna 2011 kaupallinen kierrättäjä oli syytettynä sopimuksesta, jonka se oli tehnyt Pelastusarmeijan ja oman firmansa Ketterin Textilesin välille. Kaupallisen kierrätysyhtiön johtaja, joka istui myös hyväntekeväisyysjärjestön johtokunnassa, ansaitsi 10 miljoonaa puntaa kolmessa vuodessa keräten vaatteita hyväntekeväisyyteen.

Asiantuntijat ovat keskustelleet myös mahdollisista haitoista vientimaan paikallisiin markkinoihin. Norris (2012, 135) esittää, että vaatteita lahjoitetaan hyvää tarkoittaen suoraan kehittyviin maihin mahdollisesti haitaten paikallisia markkinoita. Suurin kysymys on ollut käytettyjen vaatteiden kaupan vaikutus paikalliseen vaateteollisuuteen erityisesti Afrikassa, ja laajalle levinnyt ajatus onkin, että se on johtanut paikallisen vaateteollisuuden romahtamiseen. Neoliberaali käytettyjen vaatteiden markkinoiden vapautuminen kehittyvissä maissa 1980-luvulla tapahtui samaan aikaan, kun paikallisen tekstiilituotannon väheneminen. Mangieri (Norrisin, 2012, 135 mukaan) esittää, että 1990-luvun kasvanut vienti olisi ainakin osasyynä Kenian vaateteollisuuden romahtamiseen. Brooks ja Simon (Norrisin, 2012, 135 mukaan) taas ovat sitä mieltä, ettei suhde välttämättä ole kausaalinen ja että kenttätutkimus osoittaa markkinoiden monimutkaisuuden, kun ”perinteistä” vaatetta ei pidetä päivittäin. Kiinalainen halpantuonti on pääasiallinen kilpailija ja kiinalaisia halpavaatteita arvostetaan vähemmän kuin parempilaatuista maahantuotuja käytettyjä vaatteita. Sambiassa 1990-luvulla käytettyjen vaatteiden maahantuonnista kenttätutkimusta tehnyt Hansen (2004, 7–9) huomasi myös, että vaikka vaatteiden maahantuonti aiheutti työttömyyttä jollakin yrittämisen alueella, loi se taas toisaalta lisää työpaikkoja toisella alueella. Paikallisen tekstiilituotannon hiipumisen hän näki johtuvat pääosin maan poliittisista linjauksista eikä niinkään käytettyjen vaatteiden maahantuonnista.

2.2 Vaatteen elinkaari

2.2.1 Massatuotetun vaatteen valmistus

Näyttää siltä, että vasta massatuotannon ja ”halpojen” vaatteiden valtaamat kulutusmarkkinat ovat mahdollistaneet nykyisen kaltaisen käytettyjen vaatteiden kaupan syntymisen. Aikaisemmin vaatteet olivat huomattavasti arvokkaampia ja vaikeammin saatavissa, minkä vuoksi ne myös käytettiin loppuun tai niiden materiaaleista valmistettiin uusia vaatteita.

Elintason nousu, halpituotanto ja yli tarpeen kuluttamisen mahdollisuus ovat vaikuttaneet niin, että ihmiset hankkivat enemmän vaatteita, kuin välttämättä tarvitsisivat. Tämän seurauksena vaatteita myös hylätään ja kierrätetään helpommin. Näin kirpputorien tarjontakin pysyy laajana. Kolikolla on myös käänköpuolensa, kun halpavaatteita valmistavat ihmiset kehitysmaissa maksavat niistä uhraamalla kaiken aikansa ja pahimmassa tapauksessa terveytensä ja henkensä niiden puolesta elämiseen riittämätöntä korvausta vastaan.

Outi Moilala (2013, 30) on tutkinut vaatteiden kehitysmaatuonnin vastuuta, ja hänen mukaansa viimeisen kahdenkymmenen vuoden aikana Suomessa vaatteiden kokonaiskulutus on lisääntynyt voimakkaasti. Moilalan tarkastelemien tullin ulkomaankauppatilastojen mukaan vaatteiden tuonnin määrä on lähes kaksinkertaistunut vuodesta 1995 vuoteen 2010. Asian osuus, erityisesti Kiinan, on kasvanut huomattavasti. Moilalan (2013, 55–57) mukaan Clean Clothes -kampanjan aktiivit pitävät nyrkkisääntönä, että halvan työvoiman maiden ompelijoille menee vaateen myyntihinnasta noin 0,5-1 %. Tämä vaihtelee kuitenkin suuresti tilanteen mukaan. Mitä pidemmälle ketjun alkupäähän mennään, sitä pienempi on työntekijän osuus loppuhinnasta. Vaatteiden valmistuksessa ne vaiheet, jotka tuottavat eniten voittoa, tehdään rikkaissa maissa. Näitä ovat design, brändäys, markkinointi ja jälleenmyynti. Nämä työvaiheet vaativat tietoa loppumarkkinoista eli kuluttajien mausta, mitoituksista ja trendeistä, ja brändiyritykset varjelevat juuri näitä tietoja kilpailijoilta ja kehitysmaiden tuottajilta.



Kuva 1. Näin muodostuu Intiassa valmistetun t-paidan hinta. Kuva: Stina Tuominen, Yle / Fair Wear Foundation. "Intiassa ommeltu Reilun kaupan puuvillainen t-paita maksaa kaupassa 29 euroa. Fair Wear -järjestö selvitti, mistä osista paidan hinta muodostuu. Suurimman siivun hinnasta nappaa kauppa. Ompelijalle jää kätehen yhden paidan ompelemisesta 18 eurosenttiä. Intialaisen ompelijan kuukausipalkka on noin 40 euroa." (Yle-uutiset, 18.10.2013)

Vaatebrändiyritys, eli tilaaja ja ostaja, kilpailuttaa vaateen valmistajat kehitysmaiden tavarantoimittajista. Vaatebrändiyritys on usein myös maahantuojaja, ja joskus se on myös jälleenmyyjä, jos sillä on omia myymälöitä. (Moilala, 2013, 57–58.) Suuret brändit tilaavat suurilta tavarantoimittajilta, jotka teettävät työn pienillä alihankkijoilla. Suuret rahat liikkuvat vaatebrändiyritysten ja tavarantoimittajien välillä, kun taas alihankkijatehtaiden työntekijöiden palkkaus ei usein täytä edes maan minimipalkkavaatimusta, joka sekään ei usein itsessään riittäisi elämiseen. Pienillä ja rekisteröimättömillä työpaikoilla ihmiset saattavat työskennellä ilman sopimuksia ja ilman lain suojaa. (Sluiter, 2009, 60–61; Moilala, 2013, 60.)

Moilalan (2013, 69) mukaan vaateustehtailla kuuden tai seitsemän päivän työviikot sekä 12-tuntiset päivät ovat normaaleja monissa maissa, eivätkä 18-tuntisetkaan työpäivät ole harvinaisia. Kappalemäärään perustuvien korvausten tultua tuntipalkkojen tilalle, ovat työpäivät pidentyneet. Tämän seurauksena saman palkan eteen on tehtävä enemmän töitä, ja palkat vaihtelevat erästä toiseen. Jos tehdas saa vain vähän tilauksia, jäävät työntekijät usein kokonaan ilman tuloja. Sesonkipiikkeinä taas työtä on monilla liikaa, ja ylityöt ovat usein pakollisia. Kasvanut ongelma ovat myös lyhyet työsopimukset ja vuokratyö.

Ihmisoikeusloukkauksien lisäksi aiheuttaa vaateutuotanto myös monenlaisia ympäristöongelmia. Moilalan (2013, 51–52) mukaan puuvillan viljelyn lisäksi vaatteiden valmistuksen ympäristövaikutuksista suurin on värjäys ja kemikaalien käyttö. Värjäyksen lisäksi kuituihin laitetaan monenlaisia aineita helpottamaan kehräystä ja muuta työstämistä. Kehitysmaissa jätevedet menevät yleensä suoraan luontoon. Jätevesipuhdistamot taas selviävät vain pienestä osasta alueen likavesistä. Joillakin tehtailla on omat jätevesipuhdistamot, mutta ne eivät välttämättä ole käytössä, koska niiden käyttö maksaa. Ympäristön pilaantuminen sairastuttaa ihmisiä sekä vie elinkeinot kalastajilta ja maanviljelijöiltä. Se aiheuttaa myös eläinlajien sukupuuttoon kuolemista.

Moilala (2013, 168–170) ei kuitenkaan rohkaise tavallista kuluttajaa kokonaan lopettamaan vaateostosten tekoa sen epäeettisyyden vuoksi. Jos yritysten vaateilaukset loppuvat yhtäkkiä, silloin työntekijät saattavat joutua vielä huonompaan asemaan, kun tulot loppuvat kokonaan. Hän kehottaa antamaan yrityksille palautetta ja vaikuttamaan näin siihen, että ne muuttaisivat toimintaansa eettisemmäksi. Brändiyrityksiin voi ottaa yhteyttä esimerkiksi niiden verkkosivujen kautta ja pyytää niiltä vastuullisemmin valmistettua vaatetta. Myös myyjiltä kysyminen kannattaa. Jokainen voi myös tarkistaa ostokäyttäytymistään ja miettiä, tarvitseeko välttämättä niin usein uusia vaatteita. Myös kirpputorilta ostamisen Moilala mainitsee hyväksi vaihtoehdoksi uusien vaatteiden ostamisen sijaan.

2.2.2 "Himoshoppaajat" vaateostoksilla

Vaatteiden massatuotantoon liittyy siis monenlaisia ongelmia niin ympäristön kuin työolosuhteiden ja palkkauksenkin kannalta. Vaatteiden jatkuva tuottaminen, niiden huono laatu sekä lisääntyvä ostaminen aiheuttavat sen, että vaatteista luovutaan yhä helpommin ja nopeammin, mikä taas kuormittaa suuresti ympäristöä. Siitä huolimatta kulutus tuntuu olevan jatkuvassa ja kiihtyvässä kasvussa. Nyt-liitteen (13.9.2013) mukaan Suomessa vielä 1900-luvun alussa puolet kotitalouksien tuloista meni ruokaan. Vuonna 2013 ruokaan kului vain noin 12 % palkasta. Sadassa vuodessa suomalaisten kulutus on 11-kertaistunut, ja vuosina 2000–2010 kauppakeskusten määrä Suomessa on lähes kaksinkertaistunut. Eri arvioiden mukaan suomalainen nainen omistaa jopa 40 % enemmän vaatteita kuin kymmenen vuotta sitten. Tavarointa ja vaatteita ostetaan harkitsematta, heitetään pois yhtä helposti, ja tämä täyttää kaatopaikat. Miten sitten on päästy tähän pisteeseen?

Heinosen (2000, 9–16) mukaan vielä 1800-luvun Suomea on luonnehdittu kehitysmaaksi. Teollistuminen ja kaupunkien kehityksen vauhti kuitenkin kiihtyi 1800-luvun lopussa ja ensimmäiseen maailmansotaan mennessä suomalaisen työväestön elintaso oli noussut selvästi. Kasvava kulutus henkilöä kohti, tuotannon tehostuminen, vapaa-ajan lisääntyminen ja jakelujärjestelmien organisointi, yhteiskunnallisen työnjaon eteneminen, kehittynyt teknologia sekä sosiaalisen liikkuvuuden kasvu, kaupungistuminen, yhteiskuntaelämän yksilöllistyminen sekä lisääntyvä omistamisen halu, joka kohdistuu esimerkiksi muotiin, ja jota edesauttaa mainonta ovat kulutusyhteiskunnan määrittelyssä esiin tuotuja tekijöitä. Tekijät olivat olemassa jo sotien välisenä aikana, mutta ne alkoivat vaikuttaa Suomessa vasta toisen maailmansodan jälkeen. Viimeisten sotakorvauksien maksun aikoihin 1952 Suomi oli vähitellen kaupungistumassa, ja suomalaiset olivat siirtymässä pelloilta tehtaisiin. Kulutus oli kaksinkertaistunut 50 vuodessa. Kulutusyhteiskunnan läpimurto tapahtui Suomessa säännöstelyn purkamista seuraavan parinkymmenen vuoden aikana. Vastaava kehitys oli muissa Pohjoismaissa kestänyt useampia vuosikymmeniä (Ilmonen, 1993, 40; Heinonen, 2000, 14).

Heinosen (2000, 17–19) mukaan 1960-luvulla vapaa-aika oli lisääntynyt, populaariviihteen kulutus kasvoi ja nuorisosta tuli tärkeä kuluttajaryhmä. Yksityinen kulutus kaksinkertaistui jälleen vuoteen 1975 mennessä. Muiden pohjoismaisten hyvinvointiyhteiskuntien mallia alettiin jo 1970-luvulla lähestyä. Talouskasvu jatkui 1980-luvulla, ja vuosikymmenen loppua kohti kansantalouden vauhti kiihtyi vaarallisella tavalla. Tästä seurasi 1990-luvun alussa raju

romahdus. Konkurssit ja työttömyys saavuttivat ennen näkemättömät mittasuhteet, hyvinvointimenoja leikattiin rajusti ja seurauksena oli leipäjonoja, velkaantumisia ja sosiaalisia ongelmia. Erityisesti vaatteiden ja kulutustavaroiden hankkimista sekä matkailua vähennettiin laman aikana. Suomi selvisi lamasta, ja 1990-luvun loppupuolella kulutus kasvoi taas ripeästi. Laman seurauksena kuitenkin tulo- ja alueelliset erot alkoivat kasvaa sekä henkinen pahoinvointi ja syrjäytyminen lisääntyivät.

Niinimäki (2011, 33–34) esittää, että kulutuksen on sanottu määrittävän postmodernia yhteiskuntaa. Postmodernille ajalle on ominaista jatkuva muutos, lukemattomat valinnan mahdollisuudet ja yksilön vapaus ilmaista itseään. Postmoderni yhteiskunta on jatkuvassa muutoksen tilassa. Myös ihmisen identiteetin muodostus käy läpi samaa muutosta, mikä aiheuttaa epävarmuutta kuluttamiseen. Kuluttajalla on jatkuva tarve muuttua ja uudistaa itseään, ja minuus kytketään vahvasti kuluttamiseen. Kuluttajat arvioivat jatkuvasti tiedostaen ja tiedostamattaan, mikä on kulttuurisesti ja sosiaalisesti hyväksyttyä, ja miten he voivat pitää yllä myönteistä kuvaa itsessään näissä rajoissa. Postmodernille kulutusyhteiskunnalle vapaus on suurin arvo, ja yksilöllisyys on ilmaus vapaudesta. Ostamisen, ja omistamisen kautta ihmiset rakentavat muuttuvaa identiteettiään, sosiaalista olemustaan ja yksilöllistä elämäntyyliään.

Helsingin Sanomien Nyt-liitteen artikkelissa *Himoshoppaaja piti Nytille ostospäiväkirjaa: perusviikolla paloi 500 euroa* seurataan helsinkiläisen 24-vuotiaan naisen ostokäyttäytymistä viikon ajan syksyllä 2013. Lähihoitajana työskentelevä Ikäläinen käyttää viikon jokaisena päivänä aikaa ostosten tekoon tai ostosten teon suunnitteluun, ja koko viikon ostoksiin kuluu hänellä 526 euroa. Hän tekee ostoksia niin tavarataloissa kuin netissäkin. Ostamista hän kuvailee itselleen rakkaana harrastuksena. Vaatteiden suuresta määrästä huolimatta hänellä on usein sellainen olo, ettei hänellä ole mitään päälle pantavaa. Ikäläinen saa palkasta verojen jälkeen 2000 euroa kuussa. Siitä 800 euroa hän käyttää ostosten tekoon. Vaateteollisuuden etiikkaa työntekijöiden tai ympäristön näkökulmasta Ikäläinen pohtii silloin, kun esimerkiksi vaatetehtaan romahtaminen kuolonuhreineen ylittää uutiskynnyksen. Ostospäätöksiin asia ei kuitenkaan vaikuta: ”Ajattelen sen niin, että koska se vaate on jo tehty ja kaupassa myynnissä, niin ei se ole niin paha, jos ostan sen. Vahinko on jo tapahtunut.” (NYT, 13.9.2013.)

Kulutukseen liitetään usein mielihyvän tuottaminen ja mielihyvän tavoittelua on pidetty modernin kulutusyhteiskunnan synnyn keskeisenä voimana (Heinonen, 2004, 167). Koskennurmi-Sivonen ja Laamanen (2014, 67) vertaavatkin nopean muodin tuottamaa mielihyvää riippuvuuksiin. Ostosvalinnassa hinta, laatu ja vaateen merkki menevät usein eettisten näkökohtien edelle. Vaikka kuluttajat ovat usein kiinnostuneita ekologisista

kysymyksistä, eivät kulutusvalinnat kuitenkaan usein pohjaudu näihin arvoihin. (Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 66; Niinimäki, 2011, 76.) Kehitysmaiden työntekijöiden hyväksikäytön lisäksi nopean muodin mahdollistaa hyvinvoivien maiden kuluttajien ostokäyttäytyminen. Postmoderniin hedonistiseen elämäntapaan kuuluu kuluttaminen ja tarpeiden materiaallinen tyydyttäminen. Ostaminen on ajanvietettä ja se liittyy lyhytaikaisen mielihyvän kokemiseen. Ostettuun tavarahan ei sitouduta, ja kohta taas ostetaan uutta. Tämä johtaa välinpitämättömyyteen ympäristöä kohtaan. (Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 64; Niinimäki, 2011, 36.)

2.2.3 Vaatteen kierrättäminen

Vaatteen ostamisen jälkeen vaatetta käytetään. Jossain vaiheessa vaatteen käyttö lakkaa ja se poistetaan. Nyt-liitteen (13.9.2013) mukaan kirpputoreista sekä vaatekeräyksistä on tullut tapa siivota vaatekaappia ja puhdistaa omaatuntoa. UFF:lle kerääntyy lahjoitusvaatetta vuodessa yli yhdeksän miljoonan kilon kasa, josta huonoimpina vuosina lumppua ja jätettä on jopa 40 %. Pelastusarmeijalle vuosittain lahjoitetuista kolmesta miljoonasta vaatekilosta puolet kelpaa vain jätteeksi. Kaatopaikkojen tekstiilijätevuorista on muodostumassa iso ongelma. Vantaan Sanomien (6.8.2014) mukaan tekstiilijätteen sijoittamisesta kaatopaikalle luovutaan Suomessa vuoteen 2016 mennessä. Vanhojen vaatteiden materiaalit kierrätetään tai poltetaan energiaksi. Nykyisin vain reilu viidesosa poistetuista tekstiileistä päätyy uudelle omistajalle tai uusiokäyttöön. Ratkaisua kierrätyksen tehostamiseen ollaan parhaillaan etsimässä.

Helsingin Sanomien (14.9.2013) mukaan UFF:n lajittelukeskukseen sekä kaatopaikalle tuleva vaatemäärä on kolminkertaistunut 2000-luvun alusta vuoteen 2013. Kaatopaikoille päätyy vaatetta sekajätteen mukana kotitalouksista vuosittain yli 90 miljoonaa kiloa. Yhtä suomalaista kohden tämä tekee noin 20 kiloa henkeä kohden vuodessa. Kasvuennusteen mukaan tuotetun tekstiilijätteen kokonaismäärä kasvaa noin 27 prosenttia vuosina 2007–2030. Artikkelissa haastatellun UFF:n viestinnän ja varainhankinnan koordinaattori Heidi Heinosen mukaan alennusmyyntien loppumisen jälkeen UFF:lle lahjoitetaan paljon hintalapullisiakin vaatteita. Kun sovituskoppeihin on pitkät jonot, ostetaan vaatteita sovittamatta, ja koska ne ovat halpoja, niitä ei aina jakseta lähteä palauttamaan.

Fletcherin ja Grosen (2012, 63) mukaan Iso-Britanniassa melkein kolme neljäsosaa tekstiilituotteista päätyy kaatopaikalle käytön jälkeen, ja samanlainen tilanne on monessa muussakin länsimaassa. Vaatteen joutuessa kaatopaikalle ei pelkästään itse vaate joudu hävitetyksi, vaan myös sen valmistukseen käytetyt suunnittelu, materiaalit, energia ja työ sekä käytetyn vaatteen sisältämät liiketoimintamahdollisuudet joutuvat sinne. Vaatteiden suunnittelu ja valmistus tulevaisuuden tarpeisiin edellyttäisi radikaalia muutosta siihen, miten nykyään jätettä käsitellään. Muutoksen ytimessä olisi pyrkimys hyödyntää loppuun asti yksittäinen vaate, sen kangas ja kuitu. Tämä tavoite onkin synnyttänyt aktiivisia ryhmittymiä muodin sisällä. Liikehdintää, jossa vaatteita käytetään uudelleen sellaisenaan, kunnostetaan tai niiden materiaalit uusiokäytetään, kutsutaan kierrätykseksi.

Edellä mainituista kolmesta tavasta vähiten resursseja vievin, on vaatteen uudelleen käyttäminen (reuse). Useimmiten se vaatii vain vaatteiden keräämisen ja myymisen sellaisena kuin ne ovat. Tämän jälkeen tulee kunnostaminen (reconditioning). Se vaatii enemmän työvoimaa ja energiaa kuin uudelleenkäyttö, kun vanhoista vaatteista työstetään uusia. Eniten resursseja vie kuidun kierrättäminen (recycling). Siinä vaatteet silputaan, kuidut erotellaan joko mekaanisesti tai kemiallisesti ja kuiduista valmistetaan esimerkiksi lankaa. Kuitenkin myös viimeisin tapa on kevyt verrattuna uuden kuidun tuottamiseen. Vaikka edellä mainitut keinot auttavat käsittelemään jätettä ja hillitsemään sen negatiivisia vaikutuksia eivät uudelleen käyttö, kunnostaminen ja kierrätys kuitenkaan estä jätteen syntymistä alun perin. Ne eivät tartu tekstiilijätteen alkusyihin tai muuta epätehokasta teollisuusmallia, vaan vain vähentävät sen haittavaikutuksia ja toimivat lyhyellä aikavälillä. Tärkeää olisi muuttaa myös ostokäytäntöjä ja tuotantotavoitteita. (Fletcher & Grose, 2012, 63–64.)

Joidenkin tutkimusten mukaan vaatteen uudelleenkäyttämiseen liittyvät toiminnot säästävät 90–95 % siitä energiasta, joka menisi uuden tuotteen valmistamiseen. Uudelleenkäyttöilmiö on yhtä vanha kuin itse vaatteen tuottaminenkin, mutta sen käytännöt ovat muuttuneet kasvavan kulutuksen ja hävikin sekä halpatuotannon myötä. Erilaiset hyväntekeväisyyteen ja vapaaehtoistyöhön perustuvat yritykset ovat jo monen vuosikymmenen ajan mahdollistaneet käytettyjen vaatteiden ohjaamisen takaisin muodin piiriin lajittelemalla, jakamalla ja jälleenmyymällä niitä. Nämä käytännöt luovat työllisyyttä ja pitävät vaatteita pidempään käytössä ja näin säästävät resursseja. (Mt. 66–67.)

Edellä mainitut organisaatiot voivat kuitenkin lajitella ja myydä vain sen, mitä on lahjoitettu niille. Ne voivat vaikuttaa vain vähän tai ei ollenkaan kuluttajien tekstiilijätteen käsittelytapoihin tai sen laatuun, miten tuotteet suunnitellaan ja valmistetaan. Viimeaikainen

vaateteollisuuden trendi alentaa hintoja ja laatua voittojen kasvattamiseksi on kasvattanut myös ostosten teon ja vaatteiden poistamisen määrää. Tämä aiheuttaa ennen pitkää uudelleenkäyttöjärjestelmien romahtamista, kun huonolaatuista second hand -tavaraa lahjoitetaan liikaa, eikä niille löydy markkinapaikkaa. Muoti- ja tekstiiliteollisuuden tulisi radikaalisti muuttaa suhtautumistaan jätteeseen ja alkaa hyödyntämään kaikkia materiaaleja, niin uusia kuin vanhojakin, jotta tämä kehitys voitaisiin estää. Tuotteiden uusiokäyttö tulisi ottaa täysin mukaan osaksi muodin tuotantoa. Uudelleenmyynnin huomioon ottava suunnittelu pyrkii mahdollisimman laadukkaaseen lopputulokseen, jolloin tuotteet säilyttävät arvonsa ja ne voidaan ostaa uudelleen useita kertoja. (Mt. 67.)

Toinen tapa saada käytetyistä vaatteista taas myyntikelpoisia on kunnostaa tai tehdä uudestaan (reconditioning) niitä. Uniikkeja vaatekappaleita luodaan muotoilemalla ja leikkaamalla niitä uudelleen, yhdistelemällä eri vaatteiden osia sekä hyödyntämällä teollisuuden ylijäämämateriaaleja. Kuten muutkin jätteenkäsittelystrategiat, myös kunnostaminen on vain pieni osa valtavirran muotituotantoa ja sillä on rajattu vaikutus valtavirran prioriteetteihin ja arvoihin. (Mt. 67–70.) Kuitujen kierrättämisessä (recycling) erotellaan kuidut kankaasta joko kemiallisesti tai mekaanisesti. Kankaan mekaaninen "avaaminen" ei riko vain kankaan pintaa, vaan se repii myös yksittäiset kuidut tehden niistä lyhyitä, jolloin ne kelpaavat vain huonompilaatuisten paksujen lankojen valmistamiseen. Materiaalin laadun huonontuminen kuitujen kierrätyksessä johtuu mekaanisten erottamiskäytäntöjen tutkimuksen ja kehittämisen puutteesta. Synteettisiä kuituja, kuten polyesteriä ja nailonia voidaan korjailta ja muodostaa uudelleen kemiallisesti esimerkiksi jätemuovia hyödyntäen. Näin kuidusta tulee puhtaampaa kuin mekaanisesti eroteltuna, mutta keino vie kuitenkin enemmän energiaa. Joka tapauksessa tapa säästää noin 80 % siitä energiasta, joka meni uuden kuidun valmistamiseen. (Mt. 70–73.)

Kaikki kolme tapaa ovat vain lyhyen aikavälin vastaus tekstiilijäteongelmaan, eivätkä ne ole pitkän ajan ennaltaehkäisevä ratkaisu. Muutoksen alkuun tarvittaisiin uusi kommunikaation kanava suunnittelijoiden ja tuottajien sekä tekstiilien kierrättäjien välille. Kierrätys on toiminut tähän asti erillään vaatteen tuotannosta, ja tämä ero on aiheuttanut sen, että kierrättäjät ovat olleet hitaita vaatimaan muutoksia valtavirran suunnittelu- ja tuotantopäätöksiin, jotka voisivat tehdä kierrättämisen helpommaksi ja tuottavammaksi. Myös suunnittelu ja tuotanto ovat olleet hitaita kehittelemään tuotteita, jotka helpottaisivat kierrättämistä. Haaste ei ole pelkästään käyttää käytettyjä materiaaleja useammassa tuotteissa, vaan myös ymmärtää sellaisten tuotantomallien potentiaali, jotka perustuvat kierrätyksen ja koko tuotannon jaettuun vastuuseen. (Mt. 73.)

Kirpputorit ovat siis yksi tapa pidentää vaatteiden käyttöikä. Kirpputori-ilmiö, muiden kierrätyskeinojen lisäksi, ei kuitenkaan yksin pelasta maailmaa huonolaatuisten ja nopeasti jätteeksi päätyvien vaatevuorten alta. Huonolaatuista vaatetta kun ei kukaan halua uudelleen ostaa. Fletcherin ja Grosen (2012,64) mukaan vastaus ongelmaan olisi Take-back–systeemi, joka velvoittaisi tuotteen valmistajia ottamaan tuotteen takaisin mahdollista uudelleenkäsittelyä, -käyttöä tai hävittämistä varten sen jälkeen kun kuluttaja on käyttänyt sen loppuun. Kun suunnittelijasta ja valmistajasta tehtäisiin vastuullinen tulevista jätteistä, se muuttaisi täysin vaatevalmistuksen, levityksen ja myynnin logiikan. Näin jo vaatteiden suunnittelussa otettaisiin huomioon vaatteiden tuleva päätyminen jätteeksi.

2.3 Pukeutuja muokkaa identiteettiään muodin ja vaatteiden avulla

2.3.1 Nopea ja hidas muoti

Ilmonen (1993, 265–266, 269) jakaa muodin historiallisen kehityksen kolmeen vaiheeseen. Ensimmäinen oli 1600–1700-luvuilla, jolloin muoti ilmeni vielä uutena ja se oli säätyisidonnaista. Euroopan hoviyhteisöissä, erityisesti Ranskan hovissa esiintyi 1500- ja 1600-luvulla ensi kertaa ajatus, että oli häpeä pukeutua sellaisiin vaatekuoseihin, joita kukaan muu ei enää käyttänyt. Ajattelutapa rajautui kuitenkin tiukasti hoviin aina Ranskan vallankumoukseen saakka. Teollinen vallankumous lopetti pukeutumisen juridisen säätelyn, ja näin muotikin ”demokratisoitui” 1800-luvulla ja muodin mukainen ajatusmalli levisi kaikkeen kansaan (ks. myös Crane, 2000, 3–5). Muodin ja yhteiskuntaluokkien välinen yhteys hävisi vähitellen ja muoti kiinnittyi yhä selvemmin aikaan. Tilanne muuttui taas 1900-luvun alussa suurtuotannon ja massamuotien myötävaikutuksella. 1960-luvun jälkeiset tavaramerkkeihin ja kausivaihteluihin sidotut vaatemuodit nopeuttivat taas muodin kiertokulkua. Uusi muoti oli ohi jo, ennen kuin sen leviämistä ehti edes huomata, eikä ollut selvää, viittasiko muoti enää mihinkään itsensä ulkopuolella, ei ehkä edes aikaan.

Koskennurmi-Sivosen ja Laamasen (2014, 64) mukaan muodin kiertokulku on nopeutunut länsimaissa vähitellen. 1800-luvun jälkipuolelta alkaen uusia kokoelmia esitettiin Pariisin muodinluojien keskuudessa kaksi kertaa vuodessa. 1960-luvulla Pariisin menettäessä muodinluojan asemaansa, teollinen massamuoti jatkoi sesonki-ajattelua kevät-kesä ja syksy-

talvi-kokoelmilla. Mallit luotiin 6-12 kuukautta etukäteen. 1990-luvulta alkaen kokoelmia lisättiin ensin neljään ja sitten useisiin välikokoelmiin. Samaan aikaan tuotannon painopiste siirtyi halvan työvoiman maihin eri alihankkijoille. Yllättäviinkin muoti-ideoihin tuli reagoida nopeasti, ja tuotantosopimuksista tuli armottomia. (Lee, 2007, 16–17; Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 64.) Näin syntyi nopea muoti (fast fashion), joka on vain kiihdyttänyt nopeutumistaan 2000-luvulla.

1900-luvun alussa muodin teoriaa pohtinut George Simmel (1986, 31–33) liitti muodin vahvasti luokkaeroihin. Alemmat yhteiskuntaluokat pyrkivät ylöspäin ja matkivat ylempien yhteiskuntaluokkien muoteja, ja mitä lähempänä luokat ovat toisiaan, sitä nopeamassa tahdissa alemmat kopioivat ja ylempät etsivät uutuuksia. Cranen (2000, 14–15) mukaan 1960-luku oli käännteentekevä vuosikymmen muodin kannalta. Simmelin top-down-malli (Entwistle (2000, 117) puhuu samasta ilmiöstä käyttäen nimeä trickle-down) dominoi muodin leviämistä 1960-luvulle asti. Tuolloin väestö- ja taloustekijät vaikuttivat nuoriin kaikissa sosiaaliluokissa. Suuren ikäluokan valtava koko ja sen vauraus verrattuna edellisten sukupolvien nuoriin olivat muutoksen tekijöitä.

1960-luvulta eteenpäin bottom-up-malli jossa uudet tyyliä syntyvät alemmissa luokissa ja jotka myöhemmin kopioidaan ylempiin luokkiin (Field, Cranen, 2000, 14 mukaan), on selittänyt suuren osan muoti-ilmiöistä. Tässä mallissa ikä on tärkeämpi tekijä kuin sosiaaliluokka. Tyylit, jotka nousevat alemmista sosioekonomisista ryhmistä, on usein kehitetty nuorten ja nuorten aikuisten parissa, jotka kuuluvat alakulttuurisiin style tribe -ryhmiin. Nämä ryhmät erottuvat selvästi muista, herättävät huomiota ja lopulta johtavat siihen, että tyyliä kopioidaan muissa ikä- ja sosioekonomisissa ryhmissä (Polhemus, Cranen, 2000, 14 mukaan; Entwistle, 2000, 117, 133). Merkki siitä, että Simmelin teorian käyttäminen nykyään on vaikeaa, on esimerkiksi se, että nuorisoalakuultuurin jäsenet, usein alemmissa sosiaaliluokissa, ovat joskus kaikkein innokkaimpia luksusmuotituotteiden kuluttajia. He omaksuvat ne heti ilmestymisen jälkeen ja hylkäävät jo, ennen kuin ne ovat menettäneet muodikkaan leimansa. (De la Haye & Dingwall, Cranen, 2000, 14–15 mukaan). Muodikkuuteen kuuluu erottautuminen, ja kun jotain tyyliä kopioidaan laajasti, muuttaa trendejä luova ryhmittymä pukeutumistaan niin, että uusi muoti syntyy jälleen. Tämä prosessi on nykyisin vahvasti kaupallistettu, kun muotiteollisuus etsii jatkuvasti uusia tyyliä joka sesongille. (Entwistle, 2000, 117.)

Erityisesti nuorille muotitietoisille kuluttajille suunnattu nopea muoti on harkittu markkinointistrategia. Tähän ajatusmaailmaan kuuluu, että vaatteita voi käyttää vain vähän aikaa. (Byun & Sternquist, Koskennurmi-Sivosen & Laamasen, 2014, 64 mukaan). Tämä

houkuttaa nopeisiin ostopäätöksiin, joita edesauttaa halpa hinta. Rahan puutteella massamuodin kuluttamista ei voi perustella, sillä 2000-luvun jälkitekollisissa maissa kulutetaan enemmän rahaa vaatteisiin kuin vielä 1980-luvulla. Vaatteen huono laatu nopeuttaa sen poistamista, eikä laatuun panosteta. Muodin kiertokulku ei aina ole ollut yhtä kiihkeää kuin nykyään, ja ihmisten suhde vaatteisiin on ollut erilainen ajasta ja paikasta riippuen. Muoti on materiaalisen lisäksi myös sosiaalista ja kulttuurista ja koska se on ihmisen luomaa, voivat ihmiset myös vaikuttaa siihen. Kun muoti ymmärretään pukeutumistyyliksi, joka kytkeytyy aikaan ja muuttuu, mutta joka ei kuitenkaan tarvitse alituista nopeaa muutosta, voidaan silloin edesauttaa kestävästi muodin mahdollistumista. (Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 63–65.)

Hitaassa muodissa pyritään pidentämään muotituotteiden elinkaarta, ja se alkaa esteettisten sekä fyysisten ominaisuuksiensa ansiosta aikaa kestävien tuotteiden hankkimisesta. Hitaan muodin aikaansaaminen vaatii myös keskustelua, arvomuutosta, tietoa ja tahtoa. Massatuotannon tasolla se vaatii laajoja ja radikaaleja uudistuksia tuottajilta, kuluttajilta ja poliitikoilta, yksilötasolla taas käytäntöjen kyseenalaistamista positiivisessa hengessä. Käsitusten muodista ja vaatteiden merkityksestä on muututtava. (Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 65–66.) Myös käyttäjän tunnesuhde vaatteeseen on tärkeä, sillä hyvä laatu ei takaa tuotteen käyttöikä. Lyhyitä tunnekokemuksia etsivät kuluttajat ovat kiinnostuneita muodista muutoksena eivätkä välttämättä muistele menneitä kokemuksiaan. Jatkuva tunnekokemusta tavoittelevat kuluttajat taas saattavat valita tuotteita menneiden kokemustensa perusteella, harkitsevat valintoja ja tiedostavat, millaiset vaatteet heitä tyydyttävät nyt. (Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 66–67; Niinimäki, 2011, 43–44.)

Simmelin (1986, 36, 70) mukaan muotia seuraava ihminen pukeutuu yleensä uusiin vaatteisiin ja mitä hermostuneempi on aikakausi, sitä kiivaammin vaihtelevat sen muodit. Mitä nopeampaa muoti vaihtuu, sitä vahvempi on tarve muotituotteiden halpaan valmistukseen. Mitä halvemmaksi tuotteet muuttuvat, sitä nopeampiin muodinvaihdoksiin ne kutsuvat kuluttajat ja pakottavat tuottajat. Nykyinen kirpputori-ilmiö elää osittain tästä muodin nopeasta vaihtumisesta, johon liittyy halpatuotanto ja ylituotanto. Monenlaiset rinnakkaiset ja nopeasti vaihtuvat muodit tai trendit, halpatuotanto sekä mahdollisuus kuluttaa yli oman tarpeen pitävät kirpputoria hengissä. Kirpputorit ovat tavallaan myös kerskakulutuksen ja nopean muodin jatkeita. Vieläkin halvemmat hinnat houkuttelevat etsimään lyhyitä tunnesuhteita ja tekemään nopeita ostopäätöksiä. Nykyistä aikakautta voisi luonnehtia hermostuneeksi. Erilaisia muoteja ja trendejä luodaan nopeaan tahtiin myynnin edistämiseksi.

Muodikas ihminen ei kuitenkaan enää pukeudu pelkästään uusiin vaatteisiin, vaan hän voi pukeutua myös jo jonkun muun aikaisemmin käyttämiin.

2.3.2 Pukeutuminen, elämäntyyli ja identiteetti

Ihminen rakentaa omaa identiteettiään pukeutumisen avulla. Pukeutuminen on aina viestittänyt jotain ihmisen persoonallisesta olemuksesta tai yhteiskunnallisesta asemasta. Ajan ja sosiaalisten rakenteiden muuttuessa, on myös muodin ja pukeutumisen luonne ja merkitys muuttunut. Cranen (2000, 1) mukaan vaatetuksella on valtava rooli identiteetin sosiaalisessa rakentamisessa. Vaatetuksella ihmiset eri aikakausina ovat määrittäneet ja tuoneet julki sosiaalista asemaansa ja myös neuvotelleet yhteiskunnallisen asemansa rajoista. Aikaisempina vuosikymmeninä vaatetus oli keskeinen välikappale oman aseman määrittelemisessä suhteessa muihin. Ajasta riippuen useat identiteetin ulottuvuudet, kuten ammatti, asuinalue, uskonto ja yhteiskuntaluokka, ilmaistiin vaatetuksen avulla.

Cranen (2000, 2, 5–6) mukaan vaatteet ”luovat” käyttäytymistä, koska niillä on kyky esittää sosiaalisia identiteettejä. Nykyisten teorioiden mukaan tämän päivän ihmisten sosiaalinen elinympäristö on muuttuvampi ja vähemmän rajoittava kuin menneisyydessä. Nykyinen jälkiteolliseksi ja postmoderniksi luonnehdittu aika tarkoittaa muutosta sosiaalisen rakenteen ja kulttuurin luonteen välisessä suhteessa. Luokkayhteiskunnassa jokaisella luokalla oli erilainen kulttuuri, joka erosi toisista luokista mutta samaan aikaan jakoi tietyt arvot, tavoitteet ja sukupuoleen liittyvät ideaalit toisten luokkien kanssa. Muoti ei ainoastaan tarjonnut mahdollisuutta parantaa sosiaalista asemaa, vaan sillä oli myös muita ulottuvuuksia. Vaatetusta käytettiin sosiaalisen kontrolloinnin muotona ja sosiaaliluokkien erot tehtiin selväksi uniformujen ja pukukoodien avulla. 1900-luvulla vaatteet ovat vähitellen kadottaneet niiden taloudellisen mutta eivät kuitenkaan symbolisen merkityksen. Tämä on ollut seurausta valtavasta valmisvaatteiden määrän noususta kaikissa hintaluokissa. Sen seurauksena myös länsimaiset pienituloiset voivat rakentaa persoonallista tyyliä pikemmin kuin imitoida tyylejä, jotka alun perin on myyty rikkaammille. Muoti on tarjolla kaikille yhteiskunnan tasoille ja kaikki voivat luoda tyylejä, jotka ilmaisevat omaa identiteettiä, ja myös kopioida vaatefirmojen tarjoamia tyylejä. (Crane, 2000, 5–6.)

Samasta asiasta puhuu myös Entwistle (2000, 134), jonka mukaan toisin kuin aikaisemmin, luokkaidentiteetti ei enää ole selkeästi sidottu tiettyihin tyylihin tai pukeutumiseen ylipäätään. Esimerkiksi haute couture on pitkään yhdistetty pieneen eliittiin. 1980-luvulla designer fashion -merkit julkaisivat ready to wear -mallistoja, ulottaen couturen yhä suuremmalle ihmisjoukolle. Muodin tasa-arvoistuminen sumensi rajaa muodikkaan eliitin ja ihmisten valtaosan välillä. Kuitenkin eroista on vielä jotain jäljellä. Esimerkiksi työn laatu, ja laadukkaat materiaalit, kuten kashmir, pellava ja nahka yhdistetään usein laatuun, ja niitä kuluttavat paremmin toimeentulevat.

Crane (2000, 9–10) jatkaa vielä, että jotkut koulukunnat esittävät sosiaaliluokan käyvän vähemmän merkittäväksi nyky-yhteiskunnissa kuin ennen, erityisesti politiikan, talouden ja perheen parissa. Luokan sisäisen, yhtenäisen kulttuurin sijaan on kasvava määrä hajanaisuutta ja eroavaisuutta luokkien sisällä. Erot elämäntyylien välillä ovat alkaneet painottua median ja mainonnan myötävaikutuksella. Tuloksena on "hypersirpaloituminen" joka erottaa jokaisen elämäntyylin omaan lokeroonsa. Johonkin elämäntyyliin kuulumista on verrattu sosiaaliluokkaan kuulumiseen. Ihmiset tekevät valintoja, jotka edellyttävät suurta kulutushyödykkeiden ja -toimintojen osuutta identiteetin rakentamisessa. Ajoittain henkilö muuttaa elämäntyyliinsä, suuret joukot ihmisiä osallistuvat tähän prosessiin, ja elämäntyylien luonne itsessään muuttuu ja kehittyy. Lopulta sosiaaliset luokat ovat vähemmän yhtenäisiä, koska ne ovat hajonneet erilaisiin mutta jatkuvasti kehittyviin elämäntyyliin, jotka perustuvat vapaa-ajanviettopoihin mukaan lukien kuluttamisen. Ilmonen (1993, 246–247) kertoo tämän kehityksen tapahtuneen 1960-luvulta eteenpäin, kun palvelusektori eri kansallisvaltioiden taloudessa alkoi kasvaa voimakkaasti, ja kun luokkarajat alkoivat murentua.

Elämäntyylien kirjo nyky-yhteiskunnissa vapauttaa yksilön perinteestä ja edesauttaa häntä valitsemaan ja luomaan oman identiteettinsä tai useita identiteettejä (Giddens, Cranen 2000, 10 mukaan). Cranen (2000, 10–11, 15) mukaan ihminen rakentaa identiteettiään luomalla kertomuksia itsestään (self-narratives), jotka sisältävät hänen ymmärryksensä menneisyydestään, nykyisyydestään ja tulevaisuudestaan. Nämä käsitykset muuttuvat jatkuvasti ajan myötä. Kulttuuristen hyödykkeiden, kuten muodikkaiden vaatteiden, kuluttaminen on kasvavan tärkeässä osassa persoonallisen identiteetin rakentamisessa, kun taas materiaalistien tarpeiden tyydyttäminen ja ylempien yhteiskuntaluokkien jäljitteleminen on pienemmässä osassa. Postmodernissa yhteiskunnassa kuluttaminen on muodostunut yhdeksi roolipelaamisen muodoksi, kun kuluttajat luovat jatkuvasti kehittyviä ja muuttuvia identiteettejä. Kuluttajia ei nykyään enää kohdella kulttuurisina idiootteina tai muodin uhreina, jotka kopioivat muotia johtajilta, vaan ihmisinä, jotka valikoivat muoteja omien

identiteettiensä ja elämäntyyliensä perusteella. Muoti esitellään valintana eikä määräyksenä, ja kuluttajan oletetaan kokoavan yksilöllinen ulkoasu useiden valinnanmahdollisuuksien joukosta.

Entwistlen (2000, 112–113) mukaan muodilla ja vaatteilla on kompleksinen suhde identiteettiin. Toisaalta valitsemamme vaatteet voivat ilmaista identiteettiämme kertoen toisille jotain sukupuolestamme, yhteiskuntaluokastamme, statuksesta tai muusta. Toisaalta taas vaatteitamme ei aina voi ”lukea”, koska ne eivät suoraan ”puhu” ja niitä voidaan näin ollen tulkita väärin. Näin vaatteilla voidaan sekä ilmaista että peittää identiteettiä. Jännite ulkopuolen ja aidon, itsen ja rakennetun, omatekoisen ja autenttisen välillä on teema, joka toistuu nykykirjallisuudessa. Kuitenkaan tämä tietoisuus ei pysäytä meitä panostamasta ja vaikuttamasta siihen, miltä näytämme. Tavoitteemme on antaa hyvä vaikutelma itsestämme maailmalle, ja meillä on suuri joukko keinoja tämän päämäärän saavuttamiseksi. Muoti ja vaatteet ovat tämän prosessin välineitä, mutta myös esimerkiksi dieetit, kuntoilu ja kauneusleikkaukset tavoittelevat myös samaa päämäärää. Nämä vartaloon kohdistuvat projektit merkitsevät useiden tutkijoiden mukaan sitä, että ”itsen” oletetaan myöhäisessä modernissa kulttuurissa enenevässä määrin ajattelevan ja käyttäytyvän tietyillä tavoilla.

Mahdollisuudet identiteetin ilmaisulle ja muokkamiselle eivät ole Entwistlen (2000, 114) mukaan siis rajoittamattomat. Se, kuinka ilmaisemme identiteettiämme, on edelleen suhteessa paikkaamme sosiaalisessa maailmassa. Olemme osallisia tietyistä sosiaalisista ryhmistä, luokista ja kulttuurisista yhteisöistä. Vaatteet, jotka valitsemme puettavaksemme, ovat kompromissi sosiaalisen maailman vaatimuksista, ympäristöstä johon kuulumme ja omista yksilöllisistä mieltymyksistämme. Muotiin kuuluu halu imitoida toisia ja ilmaista yhteenkuuluvuutta, mutta samaan aikaan myös ilmaista yksilöllisyyttä. Pukeutumisella on sosiaalinen merkitys. Yksilöt kuuluvat yhteisöihin, ja pukeutuminen viestii tätä yhteenkuuluvaisuutta. Kukaan ei kuitenkaan halua pukeutua tismalleen samalla tavalla kuin muut ympärillä. (vrt. Simmel, 1989, 23–27.)

Puvun tyyli on myös vain yksi osa yhtälöä. Se, miten vaate kannetaan ja miten vartalo puetaan, on yhtä tärkeää. Keho on se, joka kantaa sosiaalista statusta, ei pelkästään se, miten keho on puettu, vaan myös se miten siinä ollaan, miten kävellään, liikutaan ja puhutaan. Kehossa olemisen tapa opitaan sosiaalisesta ympäristöstä jo lapsuudessa ja siitä tulee itsestään selvyys. Kaupunkien tarjoama anonymiteetti antaa meille mahdollisuuden luoda itseämme, antaen mahdollisuuden kokeilla ulkoasuja tavalla joka ei olisi ollut mahdollista perinteisessä maalaiselämässä, jossa kaikki tiesivät kaikista kaiken. (Entwistle, 2000, 134, 138.)

Tämän kaiken seurauksena kirpputorikin on muodostunut potentiaalisesti vaihtoehdoksi löytää yksilöllisiä vaatteita, joiden avulla pystyy luomaan erilaisia identiteettejä ja muokkaamaan niitä edullisesti. Kirpputorilta löytää ehkä helpommin persoonallisia vaatekappaleita, jotka erottuvat massasta, ja siellä on yhtä aikaa läsnä erilaisia menneitä ja nykyisiä muoteja, joista ihminen voi valita sen hetkistä elämäntyyliään ilmentäviä vaatteita. Monenlaiset valinnat ovat hyväksyttäviä ja mitä enemmän omaa persoonaansa ilmentäviä (mutta toisaalta sosiaalisessa viitekehyskäsä hyväksytyjä) vaatteita etsijä löytää, sitä onnistuneempi on kirpputorilla vierailu ollut.

2.3.3 Köyhyys, pukeutuminen ja häpeä

Pukeutumisen yksi tarkoitus on luoda muille myönteistä kuvaa itsestä (Entwistle, 2000, 112–113; Niinimäki, 2011, 33–34). Jos myönteistä kuvaa ei esimerkiksi varallisuuden puutteen vuoksi pysty rakentamaan, saattaa se tuottaa häpeää. Kainulaisen ja Parente-Capkován (2011, 7–8) mukaan ihmiset tuntevat häpeää kaikkialla maailmassa kulttuurista ja asuinpaikasta riippumatta, vaikka se miten häpeä ilmenee, vaihtelee ajan ja paikan muuttuessa. Häpeä liittyy ihmisen syvimpään olemukseen, itseymmärrykseen ja identiteetin tai identiteettien muotoutumiseen. Lidman (2011, 31–32, 82) esittää, että vaikka kulttuurimme on yksilökeskeinen, kaipaamme silti jatkuvasti sosiaalista hyväksyntää. Yritämme välttää sosiaalisia suhteita rajoittavaa häpeää ja leimautumista peittelemällä ja kätkemällä erilaisuuttamme. Häpeä on sosiaaliin suhteisiin ja tilanteisiin liittyvää ahdistusta ja siinä on kyse ihmisten välisestä kanssakäymisestä sekä yksilön sijoittumisesta yhteisön sisällä. Häpeää ei koeta ensisijaisesti itsen kautta, vaan muiden reaktioiden kautta. Myös Kainulaisen ja Parente-Capkován (2011, 9) mukaan häpeämme aina jonkun toisen, todellisen tai kuvitellun edessä.

Häpeää aiheuttaa muun muassa köyhyys, jonka seuraukset näkyvät pukeutumisessa. Lidmanin (2011, 24–25) mukaan työttömyyteen, irtisanomiseen ja köyhyyteen liittyy häpeää kulttuuritaustasta riippumatta. Kuluttaminen voidaan nähdä vallankäyttönä, jossa ostetaan itselle sosiaalista asemaa. Jos varallisuutta ei ole, silloin tällaiseen vallankäyttöön on vaikea osallistua. Häpeän vuoksi köyhyyttä halutaan peitellä. Myös Malinen (2005, 35–36) nostaa taloudellisen tiukkuuden ja köyhyyden yhdeksi häpeää tuottavaksi tekijäksi. Lapset oppivat jo

nuorina, miten pukeutua, jotta kuuluu joukkoon. Huonot vaatteet saavat lapsen tuntemaan erilaisuutta ja synnyttävät alemmuuden tunteita. Lapsena koettu köyhyyden tuoma häpeä saattaa aikuisena johtaa ylikorostuneeseen tarpeeseen osoittaa pukeutumisella, ettei kuulu enää köyhien joukkoon.

Lidmanin (2011, 28–29) mukaan myöhäiskeskiajalla ja varhaismodernissa Euroopassa odotettiin kultakin säädyltä asemansa mukaista käyttäytymistä ja pukeutumista. Nykyäänkin luksustuotteet ja tietyt tuotemerkit ovat statussymboleja, joilla luodaan mielikuvia vauraudesta ja sosiaalisesta kelpaavuudesta. Myös sota- ja pula-aikana vaatteet saattoivat leimata kantajansa köyhäksi. Lidman kertoo haastattelemastaan vuonna 1933 syntyneestä miehestä, jonka oma sisko oli kääntynyt pois häistään, koska tunsikin niin suurta häpeää veljensä rikkiäisten vaatteiden vuoksi. Toinen haastateltu, vuonna 1940 syntynyt nainen, muistelee, kuinka kouluaikana oli hävettävää jos ei ollut oikein pukeutunut, jos monet esimerkiksi olivat väärän väriset. Pukeutumiseen tai pukemiseen on liittynyt myös rankaiseva tai häpäisevä ulottuvuus jo myöhäiskeskiajalta. Lidmanin (2011, 71–72) mukaan ”aasikoulu” oli tuttu teema monissa myöhäiskeskiaikaisissa maalauksissa ja piirustuksissa. Tottelemattomia oppilaita rangaistiin esimerkiksi seisottamalla heitä nurkassa aasinhattu tai -naamari päässä. Näin pähineeseen yhdistetty häpeä siirtyi konkreettisesti kantajansa päälle.

Jo Simmelin (1989, 23–27) huomaama muotiin liittyvä tarve sekä kuulua joukkoon että erottua siitä edukseen saattaa toimia käänteisesti köyhän ihmisen pukeutumisessa. Köyhä saattaa pukeutua yksilöllisesti, mutta hän erottuu joukosta itselleen epäedullisesti ja tämä synnyttää häpeää. Entwistlekin (2000, 114) mukaan pukeutumisella on sosiaalinen merkitys. Pukemamme vaatteet ovat kompromissi sosiaalisen ympäristömme vaatimuksista ja henkilökohtaisista mieltymyksistämme. Köyhä ei aina ole pystynyt tekemään tätä kompromissia sosiaalisesti hyväksyttävällä tavalla. Jos taas pukeutumisen avulla rakennetaan identiteettiä tai identiteettejä (Parente-Capková, 2011, 7–8) ja jos kuluttamisella ostetaan sosiaalista asemaa (Lidman, 2011, 24–25), jää köyhän identiteetin ja sosiaalisen aseman muodostus tältä osin vajaaksi. Kuitenkin alati kasvanut vaatteiden tuottaminen, alentuneet hinnat sekä myös kirpputorien vaatetarjonnan kasvu yhdessä useiden erilaisten hyväksytyjen tyylien yhtäaikaisen olemassaolon kanssa ovat vaikuttaneet niin, ettei varallisuutta ainakaan rikkaissa maissa enää pysty huomaamaan pukeutumisesta yhtä selkeästi kuin esimerkiksi vielä 20 vuotta sitten. Nykyään köyhäkin voi pukeutua muodikkaasti ja luoda omaa tyyliään muodin tasa-arvoistumisen seurauksena. (vrt. Entwistle, 2000, 134 ja Crane, 2000, 5–6.) Toisaalta tyylikäs pukeutuminen on myös valintakysymys, joka ei katso varakkuutta. Varakas ei

välttämättä välitä pukeutumisesta ja saattaa esiintyä sellaisissa vaatteissa, joita köyhempi ei taas pukisi tyylikysymysten vuoksi päälleen.

2.3.4 Käytetty vaate vastareaktionä massamuotiin

Simmelin (1986, 72-74) mukaan muoti palaa aina takaisin aikaisempiin muotoihin. Heti kun aikaisempi muoti alkaa kadota muistista, herätetään sitä taas henkiin. Kahden samantyyppisen muodin välissä on ollut niille vastakohtainen muoti ja tästä vastakohtaisuudesta muoti ammentaa viehätystään. Tämä muodin palaaminen aikaisempiin muotoihin saattaa näkyä esimerkiksi vintagevaatteiden suosiona. Omassa lähihistoriassaan epämuodikkaiksi jääneet vaatteet saattavat muutaman kymmenen vuoden päästä ollakin viimeisintä muotia ja haluttuja harvinaisuuksia. Ilmosen (1993, 33–35) mukaan, kun tuotteen painopiste siirtyy käyttöarvosta vaihtoarvoon, siirrytään yksilölle mitoitettuä valmistuksesta massatarjontaan. Näin tavaroita ei valmisteta enää yhtä ihmistä silmälläpitäen vaan ne kohdennetaan erilaisille yhteisiä ominaisuuksia omaaville yhteiskunnallisille ryhmille. Massatarjonnassa kohteet menettävät yksilölliset piirteensä, ja ainoa kuluttajalta odotettava toiminto on valinta olemassa olevien vaihtoehtojen välillä. Se, että alistuvatko ihmiset tällaiseen rooliin, on sitten toinen asia.

Tämä Ilmosen (1993) mainitsema yksilölliset piirteet kadottava massamuoti aiheuttaa myös vastareaktioita. Ihmiset alkavat etsiä autenttisuutta ja yksilöllisyyttä muualta kuin massamuodin parista. Kenties tämä on yksi syy siihen, miksi esimerkiksi vintagevaatteisiin pukeutuminen ja niiden parissa käytävä kauppa on muuttunut muoti-ilmiöksi. Palmerin (2005, 197–198) mukaan vintagesta on tullut alakulttuurin sijaan massakulttuuria juuri sen pettymystä tuottavan seikan vuoksi, että massamuoti harvoin on yksilöllistä. Nykyinen vintagemuoti on irrottanut sen nukkavieruista miellelyhtymistä ja siitä on tullut yleinen muotivaihtoehto uusille designeille. Vintage on säännöllisesti esiintynyt johtavien muoti- ja lifestylelehtien sivuilla ja se on esitetty merkkinä yksilöllisyydestä ja modikkuudesta. Vintagepukeutuminen sisältää vintagevaatteiden ja uusien vaatteiden yhdistämisen yhtäläillä kuin eri tyylien ja aikakausien yhdistelmän luomisen.

Riippuen tilanteesta, vintage määritellään hyvin laajasti, esimerkiksi couturemekosta 1920-luvulta viime vuoden Fendin käsilaukkuun. On aina mahdollista, että muoti, joka on vähän aikaa sitten jäänyt vanhanaikaiseksi, on tulevaisuudessa arvokas ja haluttu. Tämä ajattelu

haastaa pyrkimyksen olla muodikas tässä hetkessä. Tässä tapauksessa kuluttaja kuluttaa muotia sijoittajan tavoin. (Palmer, 2005, 200–201.) Tästä voi löytää yhtymäkohtia 1500–1800-lukujen tapaan käyttää vaatetta sijoituskohteena (vrt. Frick, 2005 ja Lemire, 2005). Voidaan kysyä, onko tässä tapahtunut paluu juurille? Käytetty vaate ei siis merkitsekään pelkästään vanhan vaatteen ostamista, vaan itse ostaminen (ja myyminen) saa myös vanhoja merkityksiä. Näin historia tavallaan toistaa itseään, ja vanhojen vaatemallien suosimisen lisäksi palataan myös vanhoihin käytetyille vaatteille annettuihin merkityksiin.

Vintagemuoti on laajentanut käytettyjen vaatteiden kaupan innovatiivisiksi ja monipuolisiksi markkinoiksi. Se on suoraan vaikuttanut perinteisiin hyväntekeväisyysteollisuudenhaaroihin, jotka ovat aikaisemmin olleet vain vähäpätöinen osa muotimarkkinoita. Vintagemuodin ansiosta erilaiset käytettyjä vaatteita myyvät järjestöt voivat markkinoida tuotteitaan muodikkaina. Uudet trendikkäät vintageputiikit täydentävät omia tuotteitaan sijoittamalla perinteisten kirpputorien läheisyyteen ja valikoimalla tuotteita näiden kirpputorien tarjonnasta. Samassa hengessä jotkin brittiläiset nuorisovaateliikkeet ovat kutsuneet vintagevälittäjät tiloihinsa tarjoten valaistut sovituskopit ja keskeisen sijainnin. Näissä liikkeissä uusien ja vanhojen tyylien rajat eivät ole merkityksellisiä, ja ostosten tekijä voi vapaasti sekoitella ja yhdistellä tuotteita laajasta valikoimasta nykyistä ja vintagea, jo valmiiksi sekoittuneessa ympäristössä. (Mt. 202–203.)

Vintagen suosio luo myös mielenkiintoisen tilanteen suurille muotitaloille, joiden liiketoiminta edellyttää, että he luovat uusia mallistoja edellisten tilalle. Samanaikaisesti vanhoja designeja arvioidaan uudelleen, arvostetaan uudelleen ja puetaan ylle uudelleen pakottaen muotitalot ylläpitämään symbioottista suhdetta, joka vahvistaa sekä uutta että vanhaa. Muotisuunnittelija kilpailee vintagen kanssa. Tämän seurauksena muotisuunnittelijat ovat myös alkaneet arkistoida, tehdä uudelleen tai muokata vanhoja designejaan. Aikaisemman käytännön mukaan muotitalo säilyttää vain luonnokset ja valokuvat myydyistä tuotteista ja harvemmin itse tuotteita. Nyt yhtiöt ostavat takaisin omia vaatteitaan huutokaupoista ja välittäjiltä ja pistävät niitä uustuotantoon. Viimeisin nykyaikainen designostos esitetään tulevaisuuden keräilykappaleena eikä vain muotituotteena, joka on "out" seuraavana sesonkina. (Mt. 211–212.)

Palmerin (2005, 212) mukaan historiallisesta ulottuvuudestaan huolimatta vintageilmiö keskustelee menneisyyden kanssa vain vähän. Modernit vintageen pukeutijat etsivät autenttisuutta siitä, mikä on harvinaista ja mitä ei voida monistaa siitä, mikä on vanhaa mutta ei näytä vanhalta. Kiinnostus vintageen ei siis suoraan tarkoita paluuta menneisyyteen.

Vintagen käyttäjät kuluttavat ensisijassa yksilöllisiä vaatteita ja heidän ensisijainen motiivinsa saattaakin usein olla persoonallinen pukeutuminen. He eivät välttämättä pohdi käytettyihin vaatteisiin pukeutumista sen syvällisemmin. Vintagepukeutuminen näyttää artikkelin mukaan vastaavan ensisijassa tarpeeseen erottautua muista muodikkaalla tavalla, erottua edukseen (vrt. Aikasalo, 2000, 225–226; Simmel, 1989, 26–27).

3 Tutkimuskysymykset ja tutkimuksen toteutus

3.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimukseni käsittelee kirpputorivaatteita ja suhtautumista niihin Suomessa vuosina 1989 ja 2014. Minua kiinnostaa, millaisia muistoja, ihmisillä oli liittyen käytettyihin vaatteisiin vuonna 1989 sekä millä tavalla ihmiset suhtautuivat kirpputorivaatteisiin ja mistä syistä he ostivat niitä ja pukeutuivat niihin vuonna 1989 ja 2014. Onko suhtautumistavoissa tai syissä eroavaisuuksia, jos vertaa vuoden 1989 aineistoa vuoden 2014 aineistoon? Tutkimuskysymykseni ovat seuraavat:

1. Miten suomalaiset suhtautuivat kirpputorivaatteisiin vuonna 1989?
 - a. Millaisia muistoja heillä oli käytetyistä vaatteista, kirpputorivaatteista ja kirpputoreista?
 - b. Mitä he ajattelivat kirpputorivaatteiden ostamisesta ja niihin pukeutumisesta?
 - c. Miten he perustelivat omaa toimintaansa?

2. Miten suomalaiset suhtautuvat kirpputorivaatteisiin vuonna 2014?
 - a. Mitä he ajattelevat kirpputorivaatteiden ostamisesta ja niihin pukeutumisesta?
 - b. Miten he perustelevat omaa toimintaansa?

Kirpputorivaate tarkoittaa tässä tutkimuksessa vaatetta, jonka aikaisempi käyttäjä on poistanut käytöstä ja kierrättänyt kirpputorilla, josta se on päätenyt seuraavalle käyttäjälle. Jotta vaate olisi kirpputorivaate, se vaatii jonkinlaisen välikäden, tapahtuman tai tahon, jonka välityksellä vaate siirtyy ensimmäiseltä käyttäjältä toiselle käyttäjälle. Tämä välikäsi voi olla kirpputori, nettikirpputori, kierrätystapahtuma tai vastaava. Kirpputorivaate ei ole sellainen, joka vaihtaa omistajaa perheen, suvun, ystävien tai tuttavien kesken, vaan se on sellainen, jonka ensimmäinen omistaja hylkää ja joka välikäden kautta päätyy seuraavan omistajan käytettäväksi. Ensimmäinen ja toinen käyttäjä eivät yleensä tunne toisiaan. Kirpputorivaate ei aina ole käytetty. Se voi olla jostain uusia vaatteita myyvästä liikkeestä lahjoitettu kirpputorille, tai edellinen omistaja ei ole käyttänyt sitä ollenkaan ja on lahjoittanut tai myynyt sen pois. Tässä tutkimuksessa kirpputorivaate pitää sisällään myös kaikki menneiden vuosikymmenien vaatteet mukaan lukien vintagen ja retron.

Muistot ovat niitä ajatuksia, muistikuvia ja tunteita, joita vuoden 1989 vastaajat liittävät menneisyyteen suhteessa käytettyihin vaatteisiin, kirpputorivaatteisiin ja kirpputorilla käymiseen. Vuonna 1989 kirpputorit olivat suhteellisen uusi ilmiö Suomessa, ja muistot käytetyistä vaatteista saattavat ulottua sota- ja pula-aikaan, jolloin ei voida puhua kirpputorivaatteista, kun kirpputoreja ei silloin vielä ollut. Muistoilla voi olla myös suuri vaikutus vastaajien kokemukseen kirpputorilta ostetuista vaatteista tutkimusajankohtana.

Suhtautuminen tarkoittaa tässä tutkimuksessa niitä mielikuvia ja ajatuksia, joita ihmisellä on kirpputorivaatteeseen pukeutumista ja sellaisen ostamista kohtaan ylipäänsä. Suhtautuminen ei rajoitu oman toiminnan perusteleminen, vaan kuvaa laajemmin ihmisen ajatuksia ilmiötä kohtaan. Suhtautumiseen ei välttämättä tarvita omakohtaista kokemusta ilmiöstä, vaan se saattaa syntyä muiden ihmisten kokemusten, kertomusten ja huhujen pohjalta. Myönteinen suhtautuminen ilmiötä kohtaan saattaa synnyttää myös motiivin itse osallistua ilmiöön tai tuottaa ilmiötä. Kielteinen suhtautuminen taas saattaa synnyttää päinvastaisen toiminnan.

Oman toiminnan perusteleminen tarkoittaa tässä niitä syitä, jotka johtavat siihen, että kirpputorivaatteen käyttäjä päätyy ostamaan vaatteen kirpputorilta ja myös pukeutumaan siihen. Mitkä syyt vaikuttavat siihen, että ostaminen tapahtuu? Mitkä motiivit ohjaavat pukeutumaan kirpputorivaatteeseen? Mitkä ovat syyt pukeutumisen taustalla ja miten toiminta perustellaan itselle ja muille?

3.2 Vuoden 1989 aineisto

Tutkimuksessani on kaksi aineistoa, joista toinen on peräisin vuodelta 1989. Tuolloin Museovirasto teki koko Suomea kattavan kyselyn, josta kirpputorit olivat yksi aihealue. Tämän kyselyn vastauksista valikoin tutkimukseni toisen aineiston. Kyselyn kirpputoreja koskevat kysymykset näkyvät alla, ja vastaukset niihin ovat keskimäärin 1-5 A5-kokoista liuskaa käsin tai koneella kirjoitettuna. Sivuja kertyi yhteensä hiukan vajaa 900. Luin ne kaikki ja valitsin niiden joukosta 94 vastausta, joissa käsiteltiin oman tutkimukseni aihealueita. Nämä 94 vastausta muodostavat aineiston, jonka pohjalta etsin vastauksia ensimmäiseen tutkimuskysymykseen. Kysymykset on laatinut Marjukka Patrakka, ja ne on julkaistu Museoviraston kyselylehdessä 1989. Kirpputoriaiheisia kysymyksiä on useita ja ne on jaettu kahteen osaan. Oma tutkimustani lähinnä ovat viisi viimeistä kysymystä.

1. Järjestetäänkö paikkakunnallanne kirpputoreja? Kuka niitä järjestää (seura, yhdistys tms.)? Minä vuonna toiminta alkoi? Kuinka usein kirpputoreja järjestetään? Millaisessa paikassa (sisällä tai ulkona)? Mitä kirpputoreilla myydään? Minkä hintaisia tavarat ovat? Mihin myyntituotto käytetään?
2. Myyvätkö yksityiset ihmiset tavaroitaan kirpputoreilla? Oletteko itse ollut myymässä kirpputorilla tai vienyt jotakin sinne myytäväksi? Mitä? Oletteko ostanut jotakin kirpputorilta? Mitä ja milloin?

Mikään kyselyn kysymyksistä ei suoraan käsittele tutkimukseni aihetta. Joissakin vastauksissa on kuitenkin kirjoitettu laajasti ja myös kaikkea, mikä ei varsinaisesti vastaa kyselyn kysymyksiin. Jotkin näistä kommentteista kertovat myös suhtautumisesta kirpputorivaatteita ja niihin pukeutumista kohtaan sekä antavat perusteluja omalle toiminnalle. Tässä tutkimuksessa analysoin tuota kirpputorikyselyn ”ylimääräistä” tietoa.

3.3 Vuoden 2014 aineisto

Tutkimukseni toisen aineiston muodostaa itse laatimani ja internetissä levittämäni kyselyn vastaukset. Tällä tavalla saamani aineiston perusteella etsin vastauksia toiseen tutkimuskysymykseen. Tuomi ja Sarajärvi (2009, 74) kertovat, että lomakehaastattelu tai lomakekysely on käytännössä useimmiten määrällisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä. Tästä huolimatta sitä on mahdollista käyttää myös laadullisessa tutkimuksessa. Kyselyyn vastanneet henkilöt voidaan vastaustensa perusteella esimerkiksi luokitella laadullisiin luokkiin. Laatimani kysely muistuttaa myös kirjoitelmapyyntöä, sillä siinä oli esitietojen lisäksi vain neljä kysymystä, joihin toivoin mahdollisimman pitkiä vastauksia. Kyselyn kysymykset löytyvät liitteestä 1.

Vuoden 2014 aineistoa varten laatimaani e-lomakekyselyä levitin Facebookissa. Kyselyn julkaisin omalla seinälläni ja kirjoitin otsikkoon, että kyselyä saa jakaa eteenpäin ja kaikki voivat vastata siihen riippumatta siitä, harrastaako itse kirpputoreja vai ei. Noin kymmenen kaveriani jakoi kyselyn omalla seinällään ja heidän kaverinsa jakoivat sitä myös. Julkaisin kyselyn tämän lisäksi muutamassa kierrätysaiheisessa ryhmässä sekä Tekstiilareiden Facebook-ryhmässä. Näistäkin ryhmistä ihmiset olivat jakaneet kyselyä eteenpäin, ja kuulin, että myös muutama muu iso kierrätysaiheinen ryhmä oli oma-aloitteisesti julkaissut kyselyn seinällään. Tämän

seurauksena vastauksia alkoi sadella parhaimmillaan kymmenen vastausta minuutissa. Annoin kyselyn olla auki yhden vuorokauden aikaisemmin suunnittelemani kolmen viikon sijaan, ja tuona aikana vastauksia kertyi yhteensä 1176.

3.4 Aineiston analysointi laadullisen sisällönanalyysin keinoin

Tuomen ja Sarajärven (2009, 95–97, 117) mukaan aineistolähtöisessä analyysissä pyritään luomaan tutkimusaineistosta teoreettinen kokonaisuus. Analyysiyksiköt eivät ole etukäteen sovittuja ja harkittuja, vaan ne valitaan tehtävänasettelun mukaisesti aineistosta. Teoriaohjaavassa analyysissä analyysiyksiköt valitaan myös aineistosta, mutta siinä aikaisempi tieto ohjaa tai auttaa analyysia. Analyysissä on teoreettisia kytkentöjä ja teoria voi toimia apuna analyysin etenemisessä. Aikaisemman tiedon merkitys ei ole teoriaa testaava vaan uusia näkökulmia avaava. Teoreettiset käsitteet luodaan aineistolähtöisessä analyysissä aineistosta, kun taas teoriaohjaavassa ne tuodaan valmiina ilmiöstä ”jo tiedettynä”. Esimerkiksi alaluokat synnytetään aineistolähtöisesti, mutta analyysin yläluokat tuodaan valmiina. Keskeistä on, poimiiko tutkija aineistosta asioita tietyn teorian mukaan vai eteneekö hän aineiston omilla ehdoilla ja vasta analyysin edetessä valitsee sopivan teorian.

Oma lähestymistapani on teoriasidonnainen, analyysi pohjaa osittain teoriaan ja osittain aineistoon. Teoria on ohjannut sitä, mitkä vastaukset valikoin vuoden 1989 kyselystä, ja millaisia kysymyksiä kysyin vuoden 2014 kyselyssä. Teorian pohjalta tulivat myös analyysiyksiköiden aihealueet. Analyysiyksiköiden lopullinen muoto tuli kuitenkin aineiston pohjalta, ja aineisto ohjaili sitä, millaisiksi ne lopulta muodostuivat. Vuoden 1989 kirpputorikyselystä etsin sellaista tietoa, joka vastasi omiin tutkimuskysymyksiini. Vastauksien tiedoista suurin osa oli tutkimukseni kannalta merkityksetöntä tietoa. Etukäteen täytyi siis miettiä, millaisia analyysiyksiköitä olin etsimässä ja valita ne tekstin joukosta. Analyysiyksiköt pohjasivat teoriaan, tutkimuskysymyksiin ja aineistoon. Vuoden 2014 kyselyn vastauksien analysoinnissa valitsin analyysiyksiköt teorian, tutkimuskysymysten, aineiston, vuoden 1989 aineiston analyysin sekä vuoden 2014 kyselyn kysymysten pohjalta.

Analysoin molemmat aineistot sisällönanalyysin keinoin. Tuomi ja Sarajärvi (2009, 106, 108) tarkoittavat sisällönanalyysillä pyrkimystä kuvata dokumenttien sisältöä sanallisesti. Sisällönanalyysin tarkoitus on järjestää aineisto tiiviiseen ja selkeään muotoon kadottamatta

sen sisältämää informaatiota. Milesia ja Hubermania lainaten he jakavat aineiston analyysin karkeasti kolmivaiheiseksi prosessiksi, joista ensimmäinen on pelkistäminen, toinen ryhmittely ja kolmas teoreettisten käsitteiden luominen. Seitamaa-Hakkarainen ja Koskennurmi-Sivonen (2014, 123) esittävät, että yksinkertaistettuna aineiston analyysi kehittyy aineistoa lukemalla, jolloin siitä muodostuu yleiskuva. Luokittelun kehittäminen ja aineistoon perehtyminen kulkevat käsi kädessä analyysiprosessin edetessä, jolloin luokittelukategoriat elävät ja muuttuvat. Molempien aineistojeni kohdalla luokittelukategoriat muuttuivatkin matkan varrella, luokkia syntyi tarpeen mukaan lisää ja saatoinkin myös yhdistellä eri luokkia suuremmiksi luokiksi.

Lainaten useita lähteitä Tuomi ja Sarajarvi (2009, 110–113) esittävät, että ennen analyysin aloittamista tulee sisällönanalyysissa määrittää analyysiyksikkö, joka voi olla yksi sana, lause, lauseen osa tai ajatuskokonaisuus, joka sisältää useita lauseita. Ryhmittelyssä aineistosta etsitään samankaltaisuuksia ja/tai eroavaisuuksia kuvaavia käsitteitä, jotka ryhmitellään ja yhdistetään luokaksi. Luokalle annetaan nimi, joka kuvaa sisältöä. Tämän jälkeen erotetaan tutkimuksen kannalta olennainen tieto, jonka perusteella muodostetaan teoreettisia käsitteitä. Käsitteellistämässä edetään aineiston alkuperäisistä kielellisistä ilmauksista teoreettisiin käsitteisiin ja johtopäätöksiin. Käsitteitä yhdistelemällä saadaan vastaus tutkimuskysymyksiin. Tulkinnan ja päättelyn avulla edetään aineistosta kohti käsitteellistä näkemystä tutkittavasta ilmiöstä. Näiden pohjalta tuloksissa esitetään muodostettu malli, käsitejärjestelmä, käsitteet tai aineistoa kuvaavat teemat. (Polit & Hungler, Burns & Grove, Hämäläinen, Dey, Cavanagh, mt. mukaan.)

Seitamaa-Hakkarainen ja Koskennurmi-Sivonen (2014, 124–125) kertovat, että kun luokkia ja koodeja käytetään joustavina välineinä tutkijan kyseisen kohdan tulkinnan muodostamisessa, silloin laadullisen tutkimuksen parhaat puolet pääsevät esiin. Kun aineistossa ilmenee jotain sellaista, mitä aikaisemmin ei ole tullut esille, antaa laadullisen tutkimuksen joustavuus mahdollisuuden integroida kaikki tieto analyysiin uusia luokkia muodostamalla. Sisällönanalyysi pyrkii käsitteelliseen yleistettävyyteen, jolloin johtopäätökset voidaan irrottaa yksittäisistä seikoista ja niistä muodostuu käsitteitä, joita voidaan käyttää myös muissa tutkimuksissa.

Luin kaikki vuoden 1989 kirpputorikyselyn vastaukset ja valitsin niiden joukosta sellaiset, joissa puhuttiin oman tutkimukseni aihealueista. Nämä vastausliuskat valokuvasin ja tulostin paperille. Luin valikoidut vastaukset uudelleen ja alleviivasin niistä kohtia, jotka vastasivat tutkimuskysymyksiini. Alleviivauksen viereen kirjoitin pelkistetyn ilmauksen. Kirjoitin kohdat

tekstinkäsittelyohjelmaan ja siirsin ne Atlas.ti-ohjelmaan, jonka avulla tein lopullisen luokittelun. Luokat nousivat aineistosta, mutta niitä ohjasivat teoria ja tutkimuskysymysten aiheet. Vuoden 1989 aineiston sitaatit analyysissa on merkitty kirjaimella V. Luokittelun koodifrekvenssitaulukko löytyy liitteestä 2.

Vuoden 2014 aineiston kohdalla luin ensimmäiset 600 vastausta ja karsin niistä noin puolet pois. Poistin sellaiset vastaukset, joissa ei juuri ollut informaatiota, eli oli vastattu avoimiin kysymyksiin vain muutamalla sanalla tai ei ollenkaan. Samoin karsin sellaisia vastauksia, joissa tuntui olevan aivan samoja asioita kerrottu, kuin aikaisemmin oli jo käynyt ilmi. Jos taas oli jokin uusi näkökulma asiaan, silloin otin vastauksen mukaan. Kaikki, jotka olivat vastanneet, etteivät koskaan käy kirpputorilla, pidin mukana, sillä tällaisia vastauksia ei ollut tullut suhteessa kovin paljoa. Myös vastaajien ikää katsoin siinä mielessä, että pidin mukana 1940–1960-luvuilla syntyneitä, vaikka heidän vastauksensa muilla perusteilla olisinkin poistanut. Tämä siksi, että vastaajien suurin joukko tuntui olevan 1970–1990-luvulla syntyneitä ja sitä vanhemmat olivat vähemmistössä. Vastaajien joukossa suurin osa oli naisia, mutta myös miehiä oli mukana, sekä sellaisia, jotka eivät halunneet määritellä sukupuoltaan. Valitsin vastauksista tutkimuksen aineistoksi karsinnan jälkeen sata ensimmäistä usein kirpputorivaatteita ostavaa ja niihin pukeutuvaa ihmistä, sata joskus kirpputorivaatteita ostavaa ja niihin pukeutuvaa sekä ja kaikki ne, jotka ilmoittivat, etteivät koskaan osta tai pukeudu kirpputorivaatteeseen. Heitä oli yhteensä 89. Latasin kaikki kolme ryhmää Atlas.ti-ohjelmaan ja luokittelin kaikki kolme vastaajaryhmää omana ryhmänään.

Analyysia ja luokittelua varten vuoden 2014 aineiston vastaajat jaoin kolmeen ryhmään sen mukaan, kuinka usein he ostavat vaatteita kirpputorilta. Ei koskaan -ryhmän muodostavat sellaiset vastaajat, jotka eivät koskaan osta vaatteita kirpputorilta, eivätkä koskaan pukeudu kirpputorivaatteisiin. Näiden vastaajien sitaatit on merkitty E-kirjaimella. Joskus-ryhmän muodostavat vastaajat, jotka ostavat joskus kirpputorilta vaatteita ja pukeutuvat joskus kirpputorilta ostettuihin vaatteisiin. Nämä sitaatit on merkitty kirjaimella J. Usein-ryhmän muodostavat vastaajat, jotka usein ostavat vaatteita kirpputorilta ja usein pukeutuvat kirpputorivaatteisiin. Heidän sitaattinsa on merkitty U-kirjaimella. Luokittelun koodifrekvenssitaulukko löytyy liitteestä 3.

4 Suhtautuminen kirpputorivaatteisiin vuonna 1989

4.1 Puutteesta yltäkylläisyyteen – Muistoja menneistä

Aikaisemmin oli puutetta kaikesta

Sota- ja pula-aika, samoin kuin sotia edeltävä aika, oli muistojen mukaan taloudellisesti tiukkaa, eikä mitään ylimääräistä ollut mahdollista hankkia.

Minun lapsuus ja nuoruus aikana oli kaikki vanha uusittava moneen kertaan, oli sota pula ja korttiaikaa. Ei mässäty, ruuastakin oli pulaa joskin pettua ei syöty toisen maailmansodan aikana vaan tiukkaa oli vaatetta ei saanut kuin suhteilla tuttavien kautta. (V4.)

Aikaa ennen sotia muisteleva vastaaja kertoo, kuinka Räisälässä (entistä Suomea Neuvostoliiton puolella) oli ns. "laukkuryssiä", kulkukauppiaita, jotka kulkivat talosta taloon kauppaamassa pientä rihkamaa ja muuta tarpeellista tavaraa. Laukkuryssän selässä oli hihnoilla kiinnitettynä erikokoisia puisia laatikoita, joiden avaaminen "oli lapsille kuin joulu". (V47.) Vastaaja ei kuitenkaan mainitse, oliko tavaroiden joukossa myös käytettyjä tavaroita tai vaatteita. Vastaaja Vesilahdesta kirjoittaa, kuinka jatkosodan jälkeen, kun tavarasta oli puute, kulki talosta taloon kauppiaita myymässä käytettyä tavaraa. Hän mainitsee esimerkkinä henkilön, joka kulki kauppaamassa käytettyjä kumiteräsaappaita. Sama henkilö jo ennen sotaa kulki autolla ympäri Suomea myymässä vaatetavaraa. Myöhemmin hänellä oli torimyynti Toijalassa ja kiinteä kauppahuonekin jonkin aikaa. (V76.)

Sotien aikaan ei ollut mitään myytävää, ja jos joku olisikin vanhaa myynyt, olisi sitä pidetty häpeällisenä. Jos myyjäisiä järjestettiin, niissä myytiin vain uutta tavaraa (V88.) Vanha vaate oli totuttu lähettämään puutteenalaisille perheille rajaseudulle ja pohjoiseen, ja sille oli aina käyttöä. Toisaalta vaatetta hankittiin vähemmän ja sitä käytettiin kauemmin. Kun kirpputoreja alkoi ilmaantua, tuntui vanhan vaatteen ostaminen aluksi vieraalta ja tympeältä. (V90.) Ajatus siitä, että kaikki pitää säästää, ja mitään ei saa heittää pois jäi elämään pula-ajan kokeneiden ihmisten mieliin vielä vuosikymmenien päähän. Tutustuminen kirpputoriin tuntui aluksi

huvittavalta, kun oli totuttu säästeliäisyyteen. (V4, V5, V8.) Puutteen aikana vaatteet korjattiin ja käytettiin uudelleen moneen kertaan.

Nuoruuteni aikana ei ainakaan Ristiinassa ollut kirpputoritoimintaa. Ei ollut edes mahdollista sellainen uusien vaatteiden hankkiminen, kuin nykyisin. Vapaussodan jälkeenkin oli vielä puutetta kankaista. Ns. Hoover-apu tuli koulujen kautta lasten avustuksiin, samoin kunnan avustukset. Vaatteet ja jalkineet korjattiin ja käytettiin mahdollisimman tarkkaan. Päälystakitkin (naisten) käännettiin, tai niistä tehtiin lapsille vaatteita. Tätini joka lähti Amerikkaan 1914, jätti meille säilytettäväksi vaatearkun. Käski ommella niistä asusteita meille lapsille. Minun rippijuhlapukuni oli tädin kirstusta kotoisin. (V45.)

Joissakin vastauksissa pahoitellaan sitä, ettei sota-aikana jo osattu järjestää kirpputoreja, silloin kun olisi ollut tarvetta kaikenlaiselle tavaralle ja vaatteelle (V61). Toisaalta silloin ihmisillä ei olisi ollut paljoa ylimääräistä myytäväksi. Erään vastaajan mukaan, vasta 1960-luku mahdollisti kirpputoritoiminnan. Sitä aikaisemmin mitään vähänkään käyttökelpoista ei olisi voinut heittää pois tai lahjoittaa muille. (V63.) Kirpputorin nähtiinkin olevan sota- ja pula-ajan jälkeisen taloudellisen kasvun seurausta.

Kirpputori elämähän on tullut mukaan hyvinvoinnin keskelle. jälkeen sotien. – Nythän elämme tätä sanoisinko tuhlauksen aika kautta josta me vanhempi sukupolvi ei olisi osattu nähdä edes untakaan silloin kun kaikesta oli pula. Mutta näin näköjään muuttuu maailma, Eskoseni. (V83.)

Vastauksesta riippuen kirpputoritoiminnan arvioidaan alkaneen omalla paikkakunnalla 1950–1970-luvuilla. Kirpputoreja alettiin järjestää Suomessa ulkomaisen esimerkin innoittamana (V90). Kirpputorit olivat jonkin hyväntekeväisyysjärjestön, seurakunnan, seurojen tai yhteisöjen järjestämiä ja niillä kerättiin varoja toiminnan tukemiseksi. Ne olivat aluksi enemmän tapahtumaluonteisia eivätkä pysyviä. (V20, V24, V31, V33, V50, V51, V56). Kirpputoreihin suhtauduttiin aluksi epäluuloisesti ja epäiltiin jopa toiminnan laillisuutta. Kuultiin Pariisin kirpputoreista, joista sai edullista tavaraa ja vaatetta, mutta ajateltiin, ettei vastaava toiminta sopisi Suomen oloihin. Suomessa oli totuttu kauppoihin, jotka myivät vain uutta. Ensimmäisten kirpputorien yhteydessä toisen vanhaa tavaraa hyljeksittiin, mutta asenne muuttui melko pian ilmiön yleistyessä. (V11.)

Uutta vaatetta arvostettiin enemmän kuin käytettyä laadusta piittaamatta

Lapsuusmuistoissa uutta vaatetta pidettiin arvokkaampana kuin käytettyä, vaikka vanhan laatu olisi ollut parempi.

Meilläpäin ei lapsuudessani ja nuoruudessani ollut kirpputoreja. Tulin huomaamaan että uutta, kaupasta ostettua pidettiin paljon suuremmassa arvossa kuin laatutavaraakin, joka oli vähän käytetty. Mitä varattomampia ihmiset olivat, sitä enemmän näin oli asian laita. Äitini antoi erään monilapsisen perheen äidille minun valkoisen villamusliinipukuni, joka oli teetetty tätini häihin ja ollut vain muutaman kerran päällä joissakin juhlatilaisuuksissa. Koulun kuusijuhlassa hän näki sen perheen tyttärillä – alushameena, roikkuvan viitisen senttiä kirjavasta flanellista ommellun mekon alta. N. 6-7 vuotiaana minulla oli sievä kesämekko . Siitä repesi helma palttoineen n. 10cm. Äiti antoi sen mökin naapuriin ja sanoi, että kun hän ompele palttoon kiinni, saa siitä vielä kestävän mekon vanhimmalleen. Seuraavana päivänä mekosta oli revitty koko helmapalitto pois ja helmasta vain langat roikkuivat, kun se oli toiseksi vanhimman yllä, jolle se ulottui puolipohkeeseen. (V59)

Vanhoista vaatteista saattoi jäädä myös sellaisia traumoja, ettei toisen käyttämää enää vapaaehtoisesti ostanut myöhemmin. Eräs vastaaja kirjoittaa, kuinka hän oli pienestä pitäen saanut kulkea joko kokonaan vanhoissa tai toisten vanhoista tehdyissä vaatteissa ja kengissä. Hän jäi leskeksi kolmen alle kouluikäisen lapsen, keskeneräisen mökin, velkojen ja oman sairauden kanssa. Yhteiskunnan taholta ei siihen aikaan saanut samanlaista apua kuin myöhemmin. Hyväsydämiset lähimmäiset lahjoittivat hänelle sen myötä vanhoja vaatteita, joista hän olisi voinut ommella tai korjata lapsilleen vaatteet. Aika ei kuitenkaan olisi riittänyt niiden kunnostamiseen, kun ompelulla muutenkin piti perhe elättää. Vastaaja kieltäytyi enää ottamasta vastaan vaatetta, mitä paheksuttiin suuresti. Tämän seurauksena vastaaja ei halua vuosikymmenienkään jälkeen ostaa vanhaa, vaikka hän lahjoittaakin vaatetta ja tavaraa kirpputorille. (V74.)

Toinen vastaaja muistelee, kuinka äiti varoi ottamasta päälleen tai käyttöönsä toisen käyttämää vaatetta tarttuvien tautien ja tuberkuloosin pelossa, ellei tarkoin tiennyt taustaa. Edesmenneen vaatteet olikin tapana polttaa. (V32.) Vanhaa käytettiin siis vain pakon edessä ja kun pakkoa ei enää ollut, pidettiin aluksi vapaaehtoisesti vanhan käyttämistä kummallisena toimintana.

Käytettyjä tavaroita ja vaatteita myyvissä liikkeissä asioiminen oli köyhäksi leimautumisen pelon vuoksi vaikeaa

Käytettyjä vaatteita ja tavaroita myyvän liikkeen ovesta sisään astuminen ei aluksi ollut aivan mutkatonta kaikille. Ennen varsinaisia kirpputoreja, oli osto- ja myyntiliikkeitä, joita ei sanottu kirpputoreiksi. Kuopiolainen vastaaja kirjoittaa, kuinka hän aluksi kävi ujustellen osto- ja myyntiliikkeissä kaupungissa ja eri paikkakunnilla. Ujouden hän kertoo johtuneen köyhäksi leimautumisen pelosta. Pelon vastapainona oli se, kuinka hienoja löytöjä edullisesti saattoi tehdä, kun jaksoi penkoa. (V26.) Toinen vastaaja muistelee aikaa ennen sotia, jolloin asui Viipurissa. Siellä isä lähti hakemaan Kalevatorin kirpputorilta lämpöjohdon osaa, jota ei löytynyt rautakaupoista. Kirpputorille menoa varten isä pukeutui huonoimpaan asuunsa ja otti lompakon sijasta mukaansa kukkaron ja pientä rahaa. (V81.) Kuuluiko kirpputorille mennä mahdollisimman köyhän näköisenä? Vai oliko kyseessä naamioituminen tunnistamattomaksi?

Vuonna 1989 kirpputorit olivat jo nousseet suosioon ja asenteet muuttuneet myönteisempään suuntaan

Vuonna 1989 kirpputorien kerrotaan tulleen suosituiksi ja niitä järjestetään enemmän kuin ennen (V15). Tapahtumaluonteisia myyjäiskirpputoreja järjestetään paljon. Kempeleessä kerrotaan kirpputorin tulleen muotiin (V15), samoin Somerolla (V52), Jyväskylässä kerrotaan kirpputorien ja vaihtopöytien olevan suosittuja. Mouhijärven kirpputorimyyjäiset ovat "erittäin suositut vaatteiden hankintatilaisuudet" (V38). Tampereella " Vaatteet, ovat myynnissä, kauppa käy hyvin, moni ostaa kirpputorilta itselleen sopivia vaatteita" (V65). Maaseudulla ei ilmiö ole vielä niin tuttu kuin kaupungissa (V92). Myös turhan tavarain lahjoittaminen kirpputorille on suosiossa (V73).

Toisaalta kerrotaan, ettei ostajia riitä niin paljoa, kuin mitä tarjolla oleva tavaramäärä edellyttäisi. Tämän katsotaan johtuvan siitä, että "nykyään elämä on yltäkyläistä tuhlausta." Materiaa hankitaan niin paljon, ettei kukaan enää tarvitse mitään ja kirpputoreilta tavara ei liiku aina edes ilmaiseksi. Myös lahjoitetun tavarain huonoa laatua pidetään syyllisenä huonoon myyntiin. (V4, V25, V37, V41.) Asikkalalainen vastaaja epäileekin kirpputorien loppuvan kannattamattomina (V2).

4.2 Ajatuksia kirpputorilla käymisestä ja kirpputorivaatteiden ostamisesta

Myyjaiset pidettiin Johanneksen seurakunnan seurakuntakodissa Korkeavuorenkadulla. Kansaa pyöri kovasti pöydän ympärillä ja vähäisistä hinnoista huolimatta rahaakin kertyi. "Humpuuki menee aina kansaan", muistan erään mieshenkilön sanoneen. –"Kaikkea roskaa ihmiset viitsivätkin tonkia", sanoi puolestaan joku mieshenkilö. (V90.)

Kirpputorilla tekevät ostoksia kaikenlaiset ihmiset

Vuonna 1989 kerrotaan, että kirpputorilla tekevät ostoksia ihmiset kaikenlaisista yhteiskuntaluokista. Erityisesti mainitsemisen arvoisena koetaan, jos kirpputorilla käy joku ylemmän yhteiskuntaluokan edustaja. Hämeenlinnalainen vastaaja kertoo, että useat ihmiset eivät tee ostoksia kirpputorilla, sillä se on heistä arvoa alentavaa. Kuitenkin hän mainitsee tuttavansa, joka ostaa lapsilleen vaatteita kirpputorilta, vaikka on kaupunginvaltuuston jäsen ja yliopiston lehtori. (V84) Vastaaja Jyväskylästä kirjoittaa, että kirpputoreilla käy aivan tavallisia ihmisiä, vaikkakin myös " kultivoituneet, erittäin persoonalliset ihmiset käyvät myös niillä." Erityisesti hän mainitsee henkilön, joka " ei taatusti osta puutteenalaisena, vaan etsien jotain laadukasta omaisilleen tai ystävilleen" (V6.) Helsingin Hietalahden kirpputorilla kerrotaan käyvän ""akateemistakin" väkeä, tohtoreita, arkkitehdeista aina ministerien rouviin asti, "julkiksista" puhumattakaan. Näitä viimeainittuja on ollut monesti myös myyjien joukossa." (V87.) Tällaiset ihmiset ovat voineet itse valita tekevänsä ostoksia kirpputorilla, eikä esimerkiksi taloudellinen pakko aja heitä sinne. Heidän motiivinaan saattaakin olla persoonallisen tyylin hakeminen tai ideologia. Toisaalta myös nuukuus saattoi ajaa varakkaitakin ostamaan arkivaatteita kirpputorilta (V38).

Toinen mainittu ryhmä ovat köyhät ja sellaiset, joita taloudellinen tilanne ajaa sinne. Ikäryhminä mainitaan nuoret ja opiskelijat, vanhuksat ja eläkeläiset sekä lapsiperheet. Keski-ikäisiä ei mainita missään vastauksessa, vaikka heitä on varmasti muiden ryhmien joukossa. Nokialla Pelastusarmeijan kirpputorimyyjäisissä vähävaraiset ostavat paljon vaatetta jokapäiväiseen käyttöön (V38). Vammalassa ostajat ovat pääasiassa vanhempia ihmisiä ja aina samoja. Monet ujostelevat kirpputorilta ostamista, mutta "joka kerran on maineensa menettänyt niin hän voi ostaa toistekin" (V72). Lapsiperheet ostavat kirpputoreilta erityisesti lastenvaatteita ja niiden kerrotaankin olevan vaatteista kysytyimpiä (V65, V66, V73, V85, V87).

Helsingissä asuvien ja opiskelevien tyttärien kerrotaan ostavan paljon vaatteita kirpputorilta (V11, V13). Myös ulkomaalaiset käyvät kirpputorilla. Kotkalaisen vastaajan mukaan Pelastusarmeijan kirpputorilla "suorittavat ostoksia usein venäläiset merimiehet ja Valkon atomivoimalaitoksella työskentelevät venäläiset" (V23.)

Myös erilaiset keräilijät harrastajat ja jälleenmyyjät ovat löytäneet kirpputorit. Viimemainitut aiheuttavat erityisesti närää muissa kirpputoriasiakkaissa.

Erikseen ovat ne ihmiset, jotka seisovat jonossa jo ennen tilaisuuden alkua oven takana ja kiirehtien työntyvät pöydän ympärille ja tottunein valppain katsein koettavat mahdollisimman nopeasti etsiä ne esineet, joista edelleenmyynnissä olisi hyötyä. (V90.)

Homma pilaantui, kun ostajien joukossa ahneimpina heiluivat tavaran välittäjät, jotka myös Mafiaksi nimettiin (V91).

Eräs "kirpputorirohmuksi" itseään nimittävä vastaaja kertoo, että "meistä kirpputorirohmuista on muodostunut eräänlainen harrastajajoukko vuosien varrella ja aina juttua riittää kun tavataan" (V67). Harrastajien lisäksi myös aivan tavalliset ihmiset tekevät ostoksia kirpputorilla. Helsinkiläinen vastaaja kirjoittaakin, että "ostajina on ollut kaikenlaista väkeä professoreista tavalliseen kadunmieheen" (V90).

Tiivistettynä vuonna 1989 kirpputoreilla kerrottiin käyvän seuraavanlaisia ihmisiä:

- Persoonalliset ihmiset (V6, V11)
- Akateeminen ja hyvinvoiva väki (V6, V38, V84, V87, V90)
- Julkkikset (V87)
- Köyhät (V38)
- Venäläiset (V23, V93)
- Lapsiperheet (V66, V85)
- Opiskelijat ja nuoret (V11, V13, V66)
- Eläkeläiset ja vanhukset (V85, V72)
- Keräilijät ja harrastajat (V66, V67)
- Jälleenmyyjät (V90, V93)
- Tavalliset ihmiset (V6, V90, V93)

Vanhan vaateen ostaminen tai ilmaiseksi ottaminen voi olla häpeällistä

Vaikka kirpputorien suosio on suuri, liittyy vanhan vaateen ja tavaran ostamiseen silti vuoden 1989 aineiston perusteella paljon häpeää. Pelätään, että naapuri saa tietää (V30).

Alastarolla yritettiin viime vuonna 1988 aloittaa kirpputoria jota piti punainen risti. Tavaraa kyllä tuli aika paljon mutta ostajat puuttui, pääasiassa tuotiin vanhaa hyvää vaatetta mutta kukaan ei kehdannut mennä penkomaan niitä kun kaikki tunsivat toinen toisensa ja peljättiin että ihmiset vahtaavat toiki ostaa vanhaa. Kaksi kertaa yritettiin tehdä kauppaa mutta yhtä huonolla tuloksella. (V1.)

Kirpputorilta ostamalla saattaa menettää maineensa. Jos jo kerran on "maineensa menettänyt", saattoi kuitenkin ostaa toistekin. Vammalassa ostajat olivatkin yleensä aina samoja, vanhempia ihmisiä, joille maine ei ilmeisesti merkinnyt niin paljon. (V72.) Ihmiset saattavat halveksia kirpputorilta ostettua, "kun on toisen jäljestä ja vanhaa", ja tarkkailla toisiaan ja pohtia "että onkohan tuoki kirpputorilta ostettu." (V54) Useat ihmiset eivät lähteneetkään ostamaan vaatteita kirpputorilta, sillä kokivat sen arvoa alentavaksi (V84) Häpeä liittyy myös ilmaiseksi saamiseen.

Kerran viikossa siellä on päivä jolloin siellä jaetaan ilmaiseksi vaatetta työttömille, varattomille henkilöille. Mutta on paljon ihmisiä, joiden ylpeys ei anna periksi mennä sinne. Kävelevät mieluummin likaisina ja risaisina. Tämä on liian pieni kaupunki. Täällä tiedetään kuka mistäkin mitäkin saa. (V84.)

Kiikassa ihmiset ostavat kirpputorilta mieluummin käytetyistä vaatteista leikattua matonkudetta kuin itse käytettyjä vaatteita (V17).

Kirpputorilla asioimalla saattaa leimautua köyhäksi

"Markan kaupat siellä tehdään vaatetta kun pintaan viedään. Köyhää kansaa vaatittaissa, siinä juhlaa kerrakseen" (V12 Kajaani).

Köyhyys ja vaatteiden ostaminen kirpputorilta tai ilmaiseksi ottaminen köyhäinapuna liitetään useassa vastauksessa yhteen. Kokkolassa "roskisdykkarit" (V20) sekä Nokialla, Salossa ja Sotkamossa "vähävaraisemmat" ostavat vaatteita kirpputorilta (V38, V48, V54). Tamperelainen vastaaja on huomannut, että vaatteiden ja tavaroiden lahjoittajat ovat varakkaampaa väkeä

kuin ostajat (V65). Toinen Tamperelainen vastaaja lahjoittaa vaatteita kirpputorille, muttei kestä olla siellä kauaa.

Pelastusarmeijan torien köyhyyden haju on tosin kammottava: olen lähtenyt kiireesti pois, kun olen sinne jotain vienyt. Kannatan kyllä kaikenlaista kierrätystä ja toivon, että kulutuksen kiivas lisääminen voitaisiin hidastaa tai estää. (V62)

Virtolaisen vastaajan mukaan Virroilla tavaraa ei osteta kirpputorilta, vaan sitä lahjoitetaan sinne. Ilmeisesti joku kuitenkin ostaa, sillä hän kertoo 13-lapsisen perheen emännän ostaneen kirpputorilta hänen sinne lahjoittamansa talvitakin. Tässäkin tilanteessa äiti oli kirjoittajan tulkinnan mukaan ostanut takin kirpputorilta, sillä ei ehtinyt lastenhoidon lomassa pitää itsestään parempaa huolta eikä kenties siihen olisi ollut varaakaan. (V78.)

Hyvistä kirpputorilöydöistä koetaan myös ylpeyttä ja iloa

Kirpputorivaatteisiin saattoi suhtautua myös myönteisesti. Eräs vastaaja, joka ei ollut aiemmin käynyt kirpputorilla ostoksilla, haastatteli asuinpaikkansa ihmisiä vastausta varten ja haastattelujen jälkeen päätti, että "alan pitää toisten lumppuja ja vien omani pelastusarmeijaan" (V78).

Vastaaja, joka oli ollut mukana Marttojen ja seurakunnan järjestämällä kirpputoreilla, oli huomannut, kuinka mieluisia ihmisille saattoi olla toisen vanha, kun sen sai halvalla.

miten se toisen vanha on mieluista kun sen saa halvalla. Miten jännää on pistää toisen hattu päähänsä ja takki ylleen hetken pitää ja tuoda seuraavalle torille.--- jos sivusilmällä seuraa, miten todella iloisia ollaan onnistuneista kaupoista ei voi muuta kuin yhtyä toisen iloon, vaikka kappale olisi kuinka tuttu itselle. (V78.)

Kirpputorilta saattoi löytää myös haluttuja vaatekappaleita, jotka menivät heti.

Voi olla joku arvokas lipasto tai tuoli joka täydentää laitoksen kalustoa ja vaatteissakin hyvä juhlapuku, juuri ne ovat haluttua tavaraa, ei niitä kauan käsissä pyöritellä jos myyjä on supliikki ihminen kyllä kauppa käy ja sakilla nauretaan, kyllä istuu ja pukee kuin hajuvesi Hallisen Heikkiä. (V78.)

Lehtimäkeläinen vastaaja kirjoittaa, että "toisille tuntuu olevan tärkeitä voida ostaa ja voida mainita ostaneensa kirpputorilta" (V35). Tampereella taas "meistä kirpputorirohmuista on muodostunut eräänlainen harrastajajoukko vuosien varrella ja aina juttua riittää kun tavataan" (V67).

4.3 Ajatuksia kirpputorivaatteisiin pukeutumisesta

Omia vanhoja vaatteita ei mielellään nähdä toisen päällä, eikä itse haluta tulla nähdyksi toisen vanhoissa vaatteissa

Enolainen vastaaja on vienyt pieneksi menneitä, hyviä vaatteitaan kauemmaksi kuin omalle kylälle, jottei näkisi omiaan toisten päällä (V4). Piippolassa moni arastelee kotikylän kirpputoria, kun vaatteet ovat tuttuja. Itsekin vastaaja oli nähnyt oman takkinsa kerhotuttavansa yllä, muttei ollut huomaavinaanakaan. Monet piippolalaiset hakevat hyviä ja halpoja vaatteita Ylivieskan kirpputorilta ja voivat käyttää niitä Piippolassa vapaasti, kun kukaan ei vaatteita tunne. (V42.) Ilmeisesti tunnistettavasti toisen vanhassa vaatteessa ei haluttu näyttäytyä julkisesti. Kun vaatteita ei tunnistettu kirpputorilta ostetuiksi, pystyi niitä käyttämään vapaammin.

Eräs vastaaja koki tullessa petetyksi, kun oli ostanut pienestä erikoismallistoja myyvästä leninkiliikkeestä uudeksi luulemansa uniikin puvun, joka myöhemmin paljastui käytetyksi. Hienossa tilaisuudessa hän oli tavannut tuttavansa, joka oli puvun edellinen omistaja. Tuttava ei ollut peitellyt vahingoniloaan, ja vastaaja oli kokenut tullessa nöyryytetyksi. Tilanne jäi niin pysyvästi mieleen, että vielä 20 vuoden jälkeenkin sen muistelemisen nostattaa tunteita pintaan. Hän koki tullessa petetyksi, kun uutena myyty vaate olikin paljastunut käytetyksi. Eri asia hänen mielestään on, jos tietoisesti ostaa kirpputorivaatteen, mitä hän ei yleensä tee. Omia vaatteitaan hän on kyllä nähnyt muiden päällä, muttei hienotunteisesti ole sanonut asiasta mitään. (V32.)

Kirpputorivaatteeseen pukeutuminen saattaa olla terveydelle haitallista

Hygieniaan ja terveyteen liittyvät asiat mietityttivät kirpputorilta ostetuissa vaatteissa. Kiteeläinen vastaaja oli lukenut lehdestä henkilöstä, joka sai jalkasienen kirpputorikengistä. Tämän vuoksi hän itse ei osta kirpputorilta mitään. (V18.) Vastaaja Mouhijärveltä voi vapaasti ostaa vaatteita kirpputorilta, mutta kenkiä hän ei osta, "sillä toisen ihmisen jalan mukaan muotoutuneet jalkineet voivat olla jopa vaaralliset toiselle käyttäjälle. Niissä voi olla virheellisiä luustonmuodostelmien muovaamia muotoja, jotka eivät sovi toisen ihmisen jalan rakenteeseen." (V38.) Tampereläinen vastaaja pelkää astmansa vuoksi edes

kirpputorivaatteeseen koskemista, vaikka käykin kirpputoreilla etsimässä tavaroita (V4). Lammilainen vastaaja muistelee, kuinka ennen vainajan vaatteet poltettiin tarttuvien tautien vuoksi. Hän kuitenkin tulee siihen johtopäätökseen, etteivät ihmiset yleensä nykyään enää ajattele sellaisia asioita. (V32.)

Pidetään myös mahdollisena sitä, että "joku voimakas henkilö erikoisominaisuuksillaan on kuin jättänyt käyttämäänsä vaatteeseen tai esineeseen jotakin itsestään ja se saattaa ilmetä epämiellyttävällä tavalla". Tämän vuoksi vastaaja ei mielellään osta käytettyjä vaatteita, kenkiä tai varsinkaan korua, muuten kuin erikoistapauksessa. Nykyisen "kulutusjuhlatavarankierrätyksen" myötä ei monikaan kuitenkaan mieli asiaa tältä kannalta. (V32.) Toinen vastaaja pitää sääntönä, että "vain omia vaatteita itselle" Hänestä tuntuu epämiellyttävältä ajatus jonkun kuolleen entiseen vaatteeseen pukeutumisesta. (V44.)

Kun joku uskaltaa käyttää kirpputorilta ostamaansa vaatetta julkisesti, on se kertomisen arvoinen asia ja herättää huomiota

Erään peruskoulun luokanopettaja kertoo häntä huvittaneen tapauksen koulun kirpputorilta.

Huvittavaa oli, kun eräs toimitusjohtajan poika, joka puettiin aina sävy sävyyn, osti omilla rahoillaan erästä kuolinpesästä tuodut mokkanilkkurit, suippokärkiset (hinta 1mk) puseron ja nahkatakki. Sitten tuo 8-vuotias hurmuri kävi kastelemassa tukkansa, kampasi tukkansa taaksepäin ja kehui, että sainpas Elviksen vaatteet halvalla. Äitinsä puisteli kauhuissaan päätään. Hauskinta asiassa oli, että poika käytti kirpputorilöytöjään koulussa koko loppukevään, lukuun ottamatta kevätjuhlaa. (V11.)

Vastaaja pitää huomionarvoisena sitä, että oppilas, joka osti vaatteensa käytettynä ja myös käytti vaatteita koko loppukevään, oli toimitusjohtajan poika, joka normaalisti puettiin kotona huolellisesti. Epätavallista oli, että poika käytti kirpputorivaatteita koko loppukevään koulussa. Oliko perheen asema kenties sellainen, että vaateen ostaminen kirpputorilta ja vielä julkisesti sen käyttäminen oli poikkeuksellista?

Luokanopettaja kertoo vielä toisen tapauksen, jossa opettajakollega samaisella kirpputorilla osti itselleen kevätmekon, jota käytti toukokuun ajan.

Vähän ennen koulujen loppua oli eräs 8-vuotias pojannapero huutanut luokassa, että sullapa on meidän äitin mekko päälläsi. Tuohon oli opettaja sanonut, että eipä ole sinun äitisi mekko, olen selvällä rahalla ostanut koulun kirpputorilta,

jonne äitisi tosin on sen tuonut myytäväksi. Näin selvitetynsi tuli taas tavaran omistussuhteet. (V11.)

Toisessa vastauksessa lapset ovat panneet merkille, että äidin vanha sulkahattu oli päätynyt kylän roskisdykkarin päätä lämmittämään (V20). Tässäkin tapauksessa itselle tuttu vaate toisen päällä nähtynä herätti huvittuneisuutta. Vastaaja Itä-Suomesta on kuullut ja pitää mainitsemisen arvoisena sitä, että eräs 80-vuotias eläkkeellä oleva naispuolinen lääkäri ostaa vaatteita kirpputorilta. Hän on pienikokoinen, eikä löydä sopivia vaatteita kaupoista. Hän on ollut jopa kirpputorivaatteissa kulkemassa kadulla. Ilmeisesti se, että lääkäri on ostanut vaatteita kirpputorilta ja uskaltaa vielä kulkea niissä kadulla ihmisten nähden, on ollut niin harvinaista, että vastaaja pitää sitä korostamisen arvoisena asiana. Se, onko tilanne ollut harkittu vai vahinko, jää epäselväksi, sillä henkilö on ollut illalla paossa 80-vuotissyntymäpäivän vuoksi onnittelemaan tulleita ihmisiä, kävellyt kadulla kirpputorivaatteissa ja tullut jopa poliisin pysäyttämäksi. Poliisi on kysynyt, onko rouva eksynyt. (V81.) Virtolainen vastaaja kertoo ostavansa kirpputorilta kotona pidettävää arkivaatetta, muttei koskaan ulkoile toisten vaatteissa, vaikka omiaan onkin joskus nähnyt muiden päällä (V78).

Kirpputorilta ostettu vaate ei yleensä ole muodikas

Vastaaja Jämijärveltä kertoo vieneensä lastensa pieneksi jääneet ja muodista jo pois siirtyneet vaatteet kirpputorille (V8). Vilppulalaisen vastaajan muotitietoinen tytär seuraa muotia, ja myy muodista poisjääneitä vaatteitaan kirpputorilla. Saaduilla rahoilla hän ostaa uusia vaatteita. (V9.) Somerolainen vastaaja lahjoitti kirpputorille 7 paria tyttärensä farkkuja, kun ne eivät enää olleet muodissa (V53). Virtolainen vastaaja on saanut muotia seuraavilta tyttäriltään ohjeet, että kirpputorille saa viedä vaatetta, mutta sieltä ei saa tuoda mitään. Itselleen hän on ostanut kirpputorilta kotona pidettävää arkivaatetta. (V78.) Vastaaja Suonenjoelta osti tyttärelleen hopeiset riippuvat korvakorut kirpputorilta, mutta tytär kieltäytyi käyttämästä niitä, sillä ne olivat vanhanaikaiset. (V57)

Kajaanilainen vastaaja epäilee, ettei "muotitietoinen rahvas" uskaltaisi pukeutua kirpputorivaatteeseen. Sen hetkisten iloisten kirjaviiden ja neonväreissä hehkuvien muotivaatteiden hän arveli pian päätyvän kirpputoreille myytäväksi. (V11.) Eläkeläinen Ristijärveltä kertoo, ettei hän pysty ostamaan muodinmukaisia vaatteita joka vuosi ja ostaa sen vuoksi vaatteita kirpputorilta (V46). Toholammilla pidetään vaatteet niin tarkasti, ettei niistä ole torille. Nykyään kuitenkin maaseudullakin seurataan enemmän muotia ja varsinkin nuoret

ostavat enemmän vaatetta. Vaate ei ehdi käytössä vanheta ja sitä helpommin lahjoitetaan kirpputorille. (V70.)

Muodin nopea vaihtuminen kiihdyttää ylimääräisten vaatteiden kertymistä ja epämuodikkaat vaatteet lahjoitetaan kirpputorille (V90). Nämä epämuodikkaat vaatteet eivät mene kaupaksi, vaikka ne ovat usein vähän käytettyjä tai käyttämättömiä (V72, V84). Kirpputorille lahjoitetaan aivan uuttakin vaatetta myös suoraan kaupoista mutta sekin on muodista pois jäänyttä (V56, V77). Pikkutavara menee sen sijaan kaupaksi hyvin (V66). Joskus vaatekoon muuttuminen ajaa ihmisen laittamaan vaatteen kirpputorille jo ennen muodin vaihtumista. Tällaiset vaatteet tekevät kauppansa. (V66, V85.) Lahdesta kerrotaan, että myynnissä on myös muodista poisjääneitä helmiä ja korvakoruja, joita nuoret tytöt ostavat. (V86) Mihin tarkoitukseen, sitä ei kerrota. Helsinkiläinen vastaaja kirjoittaa, että suurin osa myytävästä tavarasta on käyttökuntoista vaatetta. "Elleivät nyt aivan viimeistä Pariisin muotia, niin kyllä niillä kelpaa Helsingin kaduilla kulkea." (V87.)

Jotkut vaatekappaleet ovat myös haluttuja. Toijalassa (tai Tampereella) kirpputoreilla "erityisesti menneiden vuosikymmenien asusteet ovat olleet haluttua tavaraa" (V63). Konnevedellä nuoret ovat alkaneet ostaa vaatteita kirpputorilta, sillä sieltä saa kulunutta vaatetta, joka on muodikasta (V21).

4.4 Miksi käydä kirpputorilla ja ostaa sieltä? – Oman toiminnan perustelua

Kirpputorilla käyminen on hupia ja terapiaa

Yksi syy käydä kirpputorilla on se, että se on mukavaa ajanvietettä ja siitä saa iloa. Kirpputorilta voi löytää esimerkiksi hupia aiheuttavia vaatekappaleita tai esineitä (V11, V12). Kirpputorilla on mukava käydä, vaikka ei ostaisikaan mitään (V64). Kirpputoreja luonnehditaan taloudellisiksi ja hauskoiksi paikoiksi (V64) ja kirpputoreilla käynti koetaan ajankuluksi ja huvitukseksi (V90). Kirpputoritoiminta nähdään niin mukavana harrastuksena kuin taloudellisena yrityksenäkin. Kirpputoreilla "filia on hieno" (V66) ja pienilläkin kirpputoreilla "tunnelma on mainio" (V6). Tapahtumaluonteiset kirpputorit koetaan piristävänä ja yhteisöllisinä tilaisuuksina, joissa on muutakin toimintaa kuin myyntiä. Ohjelmassa saattaa olla esimerkiksi tanssia, musiikkia tai taikuri. Torikahvilaan voi pysähtyä kahville ja ulkokirpputorilla

kävely käy ulkoilusta, samalla tapaa ihmisiä ja voi käydä keskusteluja. (V87.) Kirpputorilla käyminen voi käydä myös terapiasta.

Minusta kirpputori on myös psygologinen terapia paikka. Yksinäisyys ja puhumattomuus, ovat suomalaisen perusluonteen ominaisuuksia. Kirpputorilla ihmiset oppivat puhumaan tuntemattomienkin kanssa, laskemaan leikkiä ja nauramaan. He vapautuvat ja... ihan itse sitä huomaamattaan. Ei tarvitse kulkea naama "peruslukemissa", ollaanhan "kirpparilla". Ei tarvita keskikaljaa, että uskalletaan puhua kanssaihminen kanssa, outoa sinuttelijaa ei katsota kuin halpaa-makkaraa. Tällainen on kirpputorin "henki". Missä muualla näin voisi olla? Sitä sopii kysyä. Siis toivokaamme vaan pitkää ikää tälle ainut-laatukselle suomalaisten hoitolaitokselle: KIRPPUTORILLE. (V87.)

Kirpputorilta voi löytää tarpeellista ja tarpeetonta vaatetta ja tavaraa

Kirpputorilta ostetaan sekä tarpeellista että tarpeetonta. Tuoton meneminen hyvään tarkoitukseen antaa ikään kuin luvan tuhlata ja ostaa myös tarpeetonta, vaikka ostettu tavara menisikin vähin äänin roskikseen (V6). Kun tulot menevät hyväntekeväisyyteen, moni ostaa kirpputorilta vain hovin vuoksi (V14). Toisaalta kirpputorilta löytää myös edullisesti käytössä kuluvia työvaatteita ja arkivaatteita (V7, V17, V53). Myös silloin, kun haetaan jotain erikoista tai poikkeavaa vaatetta, suunnataan kirpputorille (V10, V11). Yllättävän tarpeen tai esimerkiksi sään muutoksen yhteydessä saatetaan poiketa kirpputorilla hakemassa juuri sillä hetkellä tarpeellinen vaate (V43).

Kierrätystä arvostetaan, ja halutaan taistella kerskakulutusta vastaan

Kierrätys koetaan tärkeänä ja kirpputori hyvänä keinona kierrättää käytännössä. Tavaroiden viemistä suoraan kaatopaikalle halutaan välttää. Koetaan yhteiskunnallisena väärytenä hävittää vanhaa suoraan, ilman että se ensin on kiertänyt kirpputorin kautta. Kun jotain tavaraa ei enää itse tarvitse, annetaan se mieluummin kiertoon kuin hävitetään. Kirpputori on tapa, jolla pääsee vanhasta ja puolipitoisesta eroon helpolla. Tavaroiden kierrättäminen kirpputorilla tallentaa myös historiaa. (V66, V67, V73, V78, V87.) Tarpeettoman tavarain vieminen kirpputorille on joillain paikkakunnilla yleisempää kuin ostaminen.

Tällä paikkakunnalla ei tavaraa osteta, vaan helpoin tapa on antaa ja päästä tavarasta johon kyllästynyt. (V78)

Kirpputorilta ostamisella voi olla ihmiselle myös syvempi ideologinen merkitys.

Kaiken yritän aina ensin ostaa kirpputorilta, ennen kuin ostan uutena. Syy on ennen muuta ideologinen ja hengellinen – en halua tuhjata. Myös taloudellinen. (V37.)

Vaatteita ei haluta ostaa uutena tarpeettomasti eikä muutenkaan koreilla ja mahtailla vaatteilla. Kun sopivia vaatteita löytää edullisesti kirpputorilta, halutaan niitä ostaa ja lahjoittaa säästyneet rahat todelliseen avuntarpeeseen. Kirpputorilta ostamalla halutaan taistella kerskakulutusta vastaan ja hillitä jatkuvaa uuden turhan tavarantoiminnan valmistamista. (V38, V62.)

Kirpputorilta ostamalla ja sinne lahjoittamalla tuetaan hyväntekeväisyyttä

Kirpputorin tuoton meneminen hyvään tarkoitukseen toimii usein motiivina ostoksen tekemiseen. Heräteostoksia ja ”turhia” ostoksia on helpompi tehdä, kun tukee samalla jonkin järjestön toimintaa. (V6, V14.) Ostoksia saatetaan tehdä myös pelkän kannatuksen vuoksi, vaikka mitään ei oikeasti tarvitsisi ja maksaakin saatetaan enemmän, kuin mikä olisi tarpeen (V22, V36, V39, V56). Mielessä on vielä pula- ja sota-aika, jolloin kaikesta oli puute, ja kirpputorilta ostaminen ja sinne lahjoittaminen koetaan tarpeessa olevien auttamisena (V56). Kun ostamisella tuetaan hyvää tarkoitusta, tuntuu hyvien löytöjenkin tekeminen paremmalta (V27) Käytetyn lahjoittamista kirpputorille omantunnon rauhoittamiseksi pidetään myös huvittavana asiana.

Ompa naurettukin kuinka valmiiksi pidettyä tuodaan ja omatunto on rauhoitettu olen osani tehnyt ja luovuttanut hyväntekeväisyyteen (V78).

Kirpputorilta löytää tuotteita edulliseen hintaan

Halvat hinnat houkuttelevat ostamaan kirpputorilta, ja halpoja hintoja pidetään kirpputorin ominaispiirteenä (V17, V60, V66, V67, V87). Hintoja on pidettävä alhaalla, sillä varsinkaan vaatteet eivät tahdo mennä kaupaksi, eivät aina edes ilmaiseksi (V36, V72). Halpojen hintojen katsotaan kuuluvan kirpputoritavarakkeeseen, muuten se ei mene kaupaksi. Suomessa on niin paljon hyvää hylättyä tavaraa, ettei hintoja voi pitää korkeana. (V55.) Halvat hinnat tekevät kirpputorista taloudellisen paikan tehdä ostoksia (V64, V75).

Kirpputori ostelija säästää vuodessa vähintään 2.000:-mk vaatetuskuluista. Säästöillä voi tilata vaikka lehtiä (V68).

Vastaaja Vesannolta kertoo, että on joutunut elämään pienillä rahavaroilla ja sen vuoksi ovat kirpputoriostot tulleet erittäin hyvään tarpeeseen, koska ne ovat olleet niin halpoja ja on saanut ihan hyvää ja käyttökelpoista tavaraa. (V75.)

5 Suhtautuminen kirpputorivaatteisiin vuonna 2014

5.1 Ajatuksia kirpputorilla käymisestä ja kirpputorivaatteiden ostamisesta – Miksi muut tekevät niin?

Tässä alaluvussa käsitellään suhtautumista kirpputorivaatteen ostamista kohtaan, kun toimijana on joku muu kuin itse. Tarkastelussa ovat siis Ei koskaan -ryhmän vastaukset. Joskus ja Usein -ryhmien vastaukset otsikossa olevaan kysymykseen olivat hyvin samanlaisia kuin perustelut itse ostaa kirpputorivaate, ja toiston vuoksi jätin vastaukset pois tästä tutkimuksesta.

Ajotellaan, että kirpputorilta vaatteita ostava ihminen haluaa olla säästäväinen

Rahan säästöön liittyvät asiat mainitaan useimmissa vastauksissa kysyttäessä, miksi ajotellaan, että joku ostaa kaikki vaatteensa kirpputorilta. Kirpputorilla vaateostoksia tekevän ihmisen ajotellaan haluavan säästää rahaa (E353, E354, E371), koska on köyhä ja rahapulassa (E311, E312, E321, E325, E344, E346, E347, E360, E366, E387, E401, E395), koska haluaa priorisoida rahankäyttöään muihin asioihin tai säästää jotain muuta tarkoitusta varten (E311, E317, E391, E392) tai on nuuka (E341, E356). Köyhyys ei ole itsestään selvä syy rahan säästöön, vaan voi olla myös, että rahaa käytetään mieluummin muihin asioihin, kuin vaatteisiin (E317, E365). Säästäväisyyttä ja köyhyyttä ei siis pidetä yksiselitteisesti samana asiana (E305). Muotia seuraava ihminen pystyy esimerkiksi useammin ostamaan vaatteita tekemällä ostoksia kirpputorilla, kun rahaa säästyy uusien vaatteiden ostamiseen verrattuna (E394, E335). Kirpputorilta halvemmalla saa enemmän, koska kirpputorivaatteet ovat edullisempia kuin vaatekauppojen vaatteet (E313, E314). Vaikka rahaa mahdollisesti voisi käyttää myös uusiin kalliimpiin vaatteisiin, on kuitenkin järkevämpää käyttää sitä halvempiin kirpputorivaatteisiin (E315, E338, E371, E399, E402, E405).

Kirpputorilta vaatteita ostavan henkilön ajatellaan haluavan elää ekologisesti ja eettisesti kuluttaen

Ekologisuus tai eettisyys mainitaan taloudellisuuden lisäksi useimmissa vastauksissa. Ekologisiin tai eettisiin syihin luetaan halu kierrättää, halu taistella kulutushysteriaa vastaan, tai halu olla tukematta epäeettistä vaateollisuutta (E326, E325, E333, E377, E319, E402) ja uusien vaatteiden valmistamista (E402). Toisaalta myös kirpputorilla yli tarpeen ostaminen koetaan kulutushysteriaksi:

Kestävät elintavat sekä mahdollisesti halu ostaa enemmän kuin yksilöllä on tarve, usein kirpputorilta ostavat ihmiset ostavat tavaraa lopulta paljon yli oman tarpeen ja kaapit on täynnä kaiken maailman kippoja, kuppoja ja erilaisia vaatteita - koska halvalla saa. (E404.)

Kirpputorilta vaatteita ostava ihminen haluaa olla muodikas, mutta seurata muotia omilla ehdoillaan ja omaa persoonaansa ilmentäen

Ehkä kyseinen henkilö ei ole kiinnostunut seuraamaan muotitrendejä tai ehkä hän juuri haluaa erottua massasta persoonallisella tyyliällä yhdistelemällä jotain menneitä trendejä. Kirpparivaatteiden halpa hinta mahdollistaa myös tyylin tiheän muuttamisen. Tai kenties hän on kiinnostunut tietyn kauden tyylistä ja siksi hän etsii kirpputoreilta vaatetta joita ei sillä hetkellä ole saatavilla vaatekaupoista. (E402)

Kirpputorilla vaateostoksia tekevä ihminen haluaa löytää jotain vanhaa ja muodikasta (E325), on tyylikäs ja trenditietoinen (E308, E389) ja haluaa päivittää tyyliään usein rasittamatta liikaa kukkaroaan tai ympäristöä (E394). Hän ei toisaalta halua seurata pintamuotia (E383) eikä muotitrendejä, vaan haluaa ehkä erottua massasta menneitä trendejä yhdistelemällä (E402, E371). Kirpputorien valikoima on suurempi, koska siellä myydään eri aikojen vaatteita (E304). Hän saattaa myös etsiä jonkin tietyn aikakauden tai vuosikymmenen tyyliä vaatteita kuten retroa tai vintagea (E339, E354, E361, E365, E393, E398), tai sitten vaatteita johonkin erikoistilanteeseen, kuten naamiaisiin (E346). Kirpputorilta vaatteiden ostamisen ajatellaan ylipäänsä olevan muoti-ilmiö (E301, E377, E397) ja sitä harrastetaan, koska kaveritkin tekevät niin (E397).

Kirpputorilla ostoksia tekevä henkilö ei halua pukeutua niin kuin muut, vaan hänellä on omannäköinen ja persoonallinen tyyli, jonka mukaisia vaatteita on helpompi löytää kirpputorilta kuin tavallisesta vaatekaupasta (E310, E328, E331, E307, E331, E362, E389, E391,

E392, E397). Kirpputorilta löytää sellaista, mitä ei kaupasta löydy (E323, E326, E399, E406), valikoima on suurempi (E323, E369), ja erilaisten tyylien kokeileminen on myös helpompaa, koska halvalla hinnalla raaskii ostaa erikoisiakin vaatteita (E319). Henkilö saattaa myös tahallisen ärsyttävästi haluta olla erilainen: " Halu olla erilainen ja päteä sillä, joku hippi " (E360).

Kirpputorilta vaatteita ostavalla henkilöllä ajatellaan olevan aikaa kirpputoreilla kiertelemiseen sekä taitoa tehdä löytöjä ja muokata niitä.

Kirpputoreja kiertävällä henkilöllä ajatellaan olevan kärsivällisyyttä, jaksamista ja viitseliäisyyttä kierrellä ja etsiä vaatteita (E306, E378). Hänellä on myös aikaa käyttää kirpputorilla kiertelyyn ja löytöjen tekemiseen (E314; E385). Hän osaa etsiä ja tehdä löytöjä ja hänellä saattaa olla siihen erityinen taito (E307, E308, E364, E370). Kirpputorilla vaateostoksia tekevä henkilö saa iloa etsimisestä sekä löytöjen tekemisestä (E391, E395, E305, E324, E328, E335, E336, E397, E398), ja kirpputorilla käyminen on hänen harrastuksensa (E401).

Kirpputorilta kaikki vaatteensa ostavalla henkilöllä on sellainen vaatekoko, että vaatteiden löytäminen sieltä on helppoa (E341, E383). Hän osaa myös muokata ja tuunata kirpputorilöytöjään (E307, E385, E386), ja hän harrastaa tuunausta (E326, E397). Joku saattaa myös arvostaa tiettyjä materiaaleja tai ominaisuuksia kirpputorivaatteissa, esimerkiksi pehmeäksi pestyjä vaatteita, (E393) tai pitää kirpputorivaatteita laadukkaina (E363).

Toisaalta syitä muiden kirpputoriestoksille ei välttämättä haluta edes miettiä (E382, E309). Erityisiä syitä ei ajatella välttämättä olevan (E330, E338) tai ajatellaan, ettei sillä ole väliä, mistä vaatteensa ostaa, kunhan ne ovat siistejä ja ehjiä ja niissä itse viihtyy (E388).

5.2 Ajatuksia kirpputorivaatteisiin pukeutumisesta kun kyseessä on hienot juhlat

Tässä alaluvussa käsitellään kaikkien kolmen ryhmän ajatuksia kirpputorivaatteisiin pukeutumisesta, kun toimijana on joku muu kuin itse. Tarkastelussa on suhtautuminen kirpputorivaatteeseen pukeutumista kohtaan hienoissa juhlissa.

Asuvalintaan suhtaudutaan positiivisesti

Juhlavaatteiden ostaminen kirpparilta edustaa mielestäni henkilökohtaista valintaa joka on mielestäni hienoa. Toisaalta tulkitseen sen myös viitseliäisyydeksi että jaksaa etsiä itselle sopivia vaatteita kirpputorilta. Toisaalta se kertoo myös itsevarmuudesta, sillä jos henkilö löytää kirpputorilta juhlavaatteita hän todellakin tietää mikä hänelle sopii jne. (E401.)

Erittäin positiivisia ajatuksia. Iloa, ylpeyttä ja arvostusta juhlien järjestäjää kohtaan. Toiveita siitä, että hän esimerkillään näyttää muillekin, kuinka kierrätysmuoti voi olla aivan yhtä säkenöivää kuin merkkimyymälästä päälle haalittu kokonaisuus. (U181.)

Kaikissa kolmessa ryhmässä juhlien järjestäjää ihaillaan ja hänen asuvalintaansa arvostetaan. Valintaa kunnioitetaan ja pidetään järkevänä (J34, J39, J46, J267, U169, U176, U234), jos se tuodaan esiin asiallisella tavalla, eikä rehvastelemalla (J27). Iloitaan siitä, että jollakin on käynyt hyvä tuuri, ja hän on tehnyt löydön, joka on tullut tarpeeseen (J19, J20, U146, U148, U154). Ihaillaan sitä, että joku jaksaa nähdä niin paljon vaivaa, että on etsinyt juhlavaatteen kirpputorilta (J2, J6, J9, J44, U155). Se, ettei aina tarvitse ostaa uutta, koetaan hyvänä asiana, vaikka itse ei ostettaisikaan käytettyä (E304, E306, E339, E401). Kalliin vaatteen ei katsota olevan arvokkaampi kuin käytetty (E391), mutta kirpputorilta ostettu juhla-asu nostaisi juhlien arvostusta vastaajan silmissä (E310). Kirpputorilta ostettua juhla-asua saatetaan arvostaa myös enemmän kuin uutena kaupasta ostettua asua (U190):

itse harrastan kirpputoreja ja mielestäni se olisi vain tyylikästä. Kuka tahansa voi marssia kauppaan ja ostaa isolla rahalla mitä haluaa, mutta täydellisen kirpparivaatteen etsimiseen tarvitsee muutakin kuin rahaa (siis tyyliä ja metsästysaikaa). Ehkä joku paheksuisi, mikä kuulostaa mielestäni oudolta, mutta siinä tapauksessa pitäisin paheksujaa todella typeränä ja kapeakatseisena. (U184.)

Mikäli asuvalinta on siisti ja omaperäinen, herättää se kiinnostusta ja uteliaisuutta siitä, mistä asu on peräisin ja millä hinnalla se on ostettu (E326, J1, J5, J157, J160, J262, U147, U176, U186, U218). Asiassa ei nähdä mitään häpeämisen aihetta (E310), vaan juhlien järjestäjää pidetään rohkeana (E380, E406, E315, J21, U236). Hänen ajatellaan olevan kekseliäs, eettisesti ajatteleva, ekologinen, säästäväinen, järkevä, fiksu, omaa päätään käyttävä ja ajanhermolla oleva ihminen (E381, E311, E312, E338, E368.). Ovathan kierrätyspuvut olleet suosittuja myös muun muassa Linnanjuhlissa. (E324, E398, E331.)

Juhlien järjestäjän ajatellaan haluavan erityisesti tuoda esille omaa eettistä, ekologista ja kierrätystä suosivaa ajatusmaailmaansa pukeutumalla kirpputorilta ostettuun vaatteeseen, sekä toteuttavan todennäköisesti arvojaan myös arjessa (E314, E325, E328, E377, J3, J9, J23,

J38, J45, U177, U198, U211). Vaarana voi olla, että pukeutuja "nostaa itsensä "taviskuluttajien" yläpuolelle ja tyrkyttää heille liikaa omaa aatettaan" (J8).

Kiinnostusta herättää se, onko asu ollut sopiva ostettaessa, vai onko siihen pitänyt tehdä muutoksia (E383, U186). Ajatellaan, että itsekin todennäköisesti oltaisiin samoissa juhlissa kirpputorilta ostetussa vaatteessa (J29, U 194, U199, U237, U240). Toisaalta itse ei välttämättä yrityksistä huolimatta ole onnistuttu löytämään juhla-asua kirpputorilta (U198, U212). Asia saattaa herättää ajatuksen, että itsekin pitäisi jaksaa useammin käydä kirpputorilla (J259, U227), tai toiveen, että itse olisi ensin löydetty kyseinen asu (U144, U145, U227). Juhlien järjestäjälle saatetaan olla myös kateellisia siitä, ettei itse onnistuta tekemään vastaavia löytöjä, vaan tuhlataan satoja euroja uutena ostettuun juhla-asuun, kun kirpputorilta voisi löytää jännittävämpiä, uniikimpia ja edullisempia asuja (E302, E317, E318, E353, E345, E380, E345, J1, J12, J14, J35, J254, J264, U142). Saatetaan myös olla kateellisia samalla tavalla, kuin ollaan mistä tahansa hienosta vaatteesta, jollaisen itsekin haluaisi, ostopaikasta riippumatta (J15) tai kateellisia siitä, että juuri kirpputorilta on halvalla onnistuttu löytämään hieno juhla-asu (U144).

Pidetään hyvänä asiana sitä, että ennakkoluulot ovat madaltuneet niin, että voidaan jo avoimesti esiintyä kirpputoriasussa myös hienoissa juhlissa (U205). Teini-ikäisten kohdalla ymmärrettäisiin se, ettei kirpputorivaatteisiin haluttaisi pukeutua juhlassa, aikuisen ihmisen kohdalla taas sellainen asenne katsottaisiin "kehittymättömäksi oman arvon ja identiteetin tunnoksi" (U218). Toisaalta kirpputorivaatteeseen saatetaan silti liittää negatiivisia ennakkooajatuksia, vaikka valintaa sinällään ihailtaisiinkin:

Vau, mahtava löytö! Juhlavaatteita voi olla vaikea löytää. Myönnän myös, että kriittisellä silmällä saattaa vähän arvioida joskus että näyttääkö se nyt kirpputorivaatteelta vai ei. Mutta minusta on aina hienoa, jos vaateen on löytänyt käytettynä. (U230.)

Saatetaan myös kunnioittaa sitä, "ettei hän ajattele vaatteeseen pukeutuessaan, että "mitähän muut tästä ajattelee"" (J4) ilmeisesti kuitenkin sillä oletuksella, että muut ajattelisivat jotain negatiivista.

Suhtautuminen asuvalintaa kohtaan riippuu puvun ominaisuuksista, eikä ostopaikasta

Kaikissa kolmessa ryhmässä oli vastaajia, joiden suhtautuminen kirpputorilta ostettua juhlavaatetta kohtaan riippuu puvun ominaisuuksista ja siitä, sopiiko se juhlan henkeen ja onko se tyylikäs. Tyylikkyyden ja tyyliittömyyden ei katsota riippuvan siitä, mistä vaatteensa hankkii (J40) eikä ostopaikalla sinänsä ole merkitystä. (E305, E312, E319, E330, E333, E356, J13, J257, J258, U151, U173, U174, U182.) Moni morsiankin pukeutuu kirpputorilta ostettuun hääpukuun (E319). Suurempi ihmetyksen aihe olisi epäonnistunut asu, joka on ostettu kalliista liikkeestä (E389). Toisaalta kirpputorilta ostettu juhlapuku herättää kysymyksen, onko se enää hyvässä kunnossa ja miten sopivan kokoinen puku on löydetty (E305). Jos puku on hieno, ajatellaan, että on käynyt hyvä onni löytää hieno puku tai ihmetellään, miten kirpputorilta voi löytää jotain niin hienoa (E321). Kauniille asulle kirpputorialkuperä antaa lisäarvoa, rumaa asua se taas rumentaa entisestään (J246). Kirpputorialkuperän kuuleminen saattaisi myös parantaa jonkin "sinnepäin" asun herättämiä ajatuksia. Rumaa asua alkuperän kuuleminen ei kuitenkaan pelastaisi. (U238.)

Ihailua, jos vaate on oikeasti hieno ja tilanteeseen sopiva. Asu on mielestäni onnistunut, jos siitä ei "loista", että se on kirpputorilta. Jos asu on tilanteeseen sopimaton tai muuten huono, ei sitä mielestäni pelasta se, että se on hankittu kirpputorilta. (J37.)

Jos puku on ruma, ajatellaan, ettei se ole ihme kun puku on kirpputorilta (E395). Saatetaan ajatella myös rahapulaa (E311) tai sitä, miksi väkisin pitää ostaa juhliin kirpputorilta huonosti juhliin sopiva puku (E333). Vaatteen pitää kuitenkin näyttää erittäin huonolle, ennen kuin asiaan kiinnitetään huomiota (E394). Nuhjuisen ja käytetyn oloisen puvun kohdalla mietitään, olikohan soveliasta laittaa sellainen vaate hienoihin juhliin ja pohditaan saattaako asussa olla esimerkiksi ötököitä (J25). Mietitään myös, eikö juhlien järjestäjä ole halunnut panostaa juhliin pukeutumalla asianmukaisesti. Järjestäjä kuitenkin edustaa itseään ja organisaatiotaan juhlissa (J245.) Toisaalta nuhjuisenkin puvun kohdalla saatettaisiin reagoida positiivisesti ja ajatella, että on rohkeaa pukeutua juuri niin kuin itse haluaa (J33). Nuhjuinen asu vahvistaisi kirpputorivaatteisiin liitettyjä negatiivisia ennakkoluuloja (J249), ajateltaisiin, että pukeutuja on mauttoman lisäksi saita (U216). Nuhjuiseen kirpputoriasuun ei kuitenkaan välttämättä kiinnitettäisi mitään huomiota (U164).

Jos juhlien järjestäjän kirpputorilta ostama asu olisi kaunis ja siisti, olisi tämä hämmästyttävää ja positiivinen yllätys (E301, E320, E321, E327). Ihmeteltäisiin sitä, että kirpputorilta voi löytää juhliin sopivia vaatteita (E313, E395, J32). Oma kokemus kun on se, että "kirpputoreilla ei aina tahdo löytyä laadukasta tavaraa, vaan nuhjuisia vaatteita liian korkeaan hintaan." (J32). Kaiken kaikkiaan valintaa saatettaisiin arvostaa, mutta itse vastaavassa tilanteessa teetettäisiin juhla-asu (U174).

Asuvalintaan suhtaudutaan neutraalisti tai puvun alkuperää pidetään toisarvoisena asiana

Yleissuhtautuminen on jotain neutraalin, melkein itsestäänselvyyden ja laimean positiivisen välillä. Olisin enemmän huvittunut jos joku oikeasti ostaisi yhtä juhlaa - varsinkin häitä joita yleensä ajatellaan juhlittavan vai kerran - monen sadan euron asun. Onhan se nyt vähän tyhmää. (U163.)

Kaikkien kolmen ryhmän joukossa oli vastaajia, joita kirpputorilta ostettu juhlavaate ei hetkauttanut. Juhlan järjestäjän asuvalinta ei välttämättä herätä minkäänlaisia ajatuksia (E309, E347, J4, J48, J243, J248, J253, U213, U226), ei ainakaan eriäviä mielipiteitä, kierrätys koetaan hyvänä asiana (E315, E385) ja kaikki saavat toimia ja pukeutua omalla tavallaan (E347, E389). Pukeutumista saatetaan pitää myös niin toissijaisena asiana, ettei siihen pitäisi kiinnittää huomiota (E359, J30, U175). Vaatteiden alkuperä saatetaan kokea yksityisasiana, jota ei haluta arvostella (E323) ja ajatellaan, että ihminen voi pukeutua mistä tahansa ja millä hinnalla tahansa ostamiinsa vaatteisiin, kunhan itse viihtyy niissä (J43). Asu sinällään voi herättää ajatuksia, mutta ostopaikalla ei ajatella olevan mitään väliä (E332). Kirpputorilta voi löytää melkein mitä vain, ja se on niin tavallista, ettei asiaa pidetä ihmeellisenä (E375, J42, J248, J261, U158, U159, U161, U178, U180, U225), eikä asiaa tarvitsisi tuoda edes esille (J9).

Juhla-asun ajatellaan olevan vintagea

Erään Joskus –ryhmän vastaajan ensimmäinen ajatus saattaa olla, ettei juhlien järjestäjällä ole varaa hankkia uusia vaatteita tai ettei hän ole löytänyt sopivaa asua muualta. Jos kuitenkin haluaa vintageasun, silloin niitä löytää pääasiassa käytettyinä (J250). Pidetäänkin mahdollisena, että juhla-asu on "jokin hieno vintage-asu" (J40), sillä itsekin pukeudutaan hienoimmissa juhlissa aina "vintagearteisiin" (U240). Vintagevaatteet saattavat olla myös reilusti kalliimpia kuin tavalliset juhla-asut (U151)

Ei sillä ole minulle väliä. Ihmiset voivat hyvin juhlia kirpputorivaatteissa. Monihan ostaa nykyään vintagekaupoista sadallakin eurolla käytetyn mekon, jota sitten juhlissa ihastellaan. Samanlaisen mekon voi löytää itse kirpputorilta 5 eurolla. Ei sitä eroa kukaan huomaa. Lisäksi kirpputorilta ostettu juh lamekko voi olla paljon näyttävämpi kuin uutena ostetut valmisvaatteet. (U170.)

Myös Ei koskaan –ryhmässä juhlien järjestäjän puvun ajatellaan olevan mahdollisesti "vintageluomus". tai "designer-vintagea", jota ei olisi uutena saanut. Tällöin kirpputorivaatteeseen pukeutuminen tuntuisi ymmärrettävämmältä. Muuten kirpputorivaatteet tuovat mieleen "jonkin epäsiistin nukkavierun syrjäytyneen", tai pukeutuminen olisi "yliampuva omien aatteiden esiintuontia". (E328, E360, E405, E351.)

Kirpputorilta ostettuun juhla-asuun suhtaudutaan negatiivisesti

Ei koskaan –ryhmässä tieto saattaa myös alentaa juhlien järjestäjän arvoa vastaajan silmissä ja ajatuksen, ettei juhlien järjestäjä osoita tarpeeksi arvostusta juhliä ja muita vieraita kohtaan (E366). Samaa saatetaan ajatella myös Joskus-ryhmässä, jos puku ei ole asiallinen (J245). Juhlien järjestäjän motiiveista kertoa asunsa olevan peräisin kirpputorilta arvellaan, että hän haluaa leveillä löydöllään, joka ehkä on jokin merkkivaate ja löytynyt halvalla. Tai ehkä asu on niin erikoinen, että tulee puhetta sen alkuperästä. Muussa tapauksessa kirpputori alkuperänä tuntuisi nololta. Juhlien järjestäjän ollessa kyseessä, ei tilanne kuitenkaan ole niin nolo kuin se olisi juhlavieraan kohdalla, sillä kukin toimii arvojen ja periaatteidensa pohjalta. (E371.)

Jos kirpputorivaatteeseen pukeutuja onkin juhlavieras, saattaa suhtautuminen asuvalintaan olla negatiivisempi. Tällöin ajatus motiiveista liittyy herkemmin siihen, ettei juhlavieraalla kenties ole ollut varaa ostaa uutta vaatetta. Arvovaltaisen juhlan katsotaan olevan sen verran arvokas tilaisuus, "että sitä on tapana kunnioittaa ja arvostaa panostamalla ulkomuotoon investoimalla muun muassa uusiin vaatteisiin." (E328.)

Mutta mikäli kävisi ilmi, että vieras on hankkinut asunsa kirpparilta, tulisi vähän sellainen olo, että hän ei ole pitänyt juhlaa erityisen arvokkaana, että olisi halunnut panostaa juhlaan hankkimalla parasta päälle, vaan että hän on vain halunnut pitää juhlaan kuluvat kulut pieninä. (E371.)

Toisaalta järjen kanssa ajatellen valintaa pidetään fiksunä, mutta tiedon herättämä tunne voi silti olla ristiriitainen.

Järkevästi ajatellen se on minusta ihan fiksunä, mutta on vaikea suhtautua ihan luontevasti. Jotenkin tuollainen tuntuu oudolta vaikka ei pitäisi. Ääneen sanoisin vain sen järjevän ajatuksen, että "sepä hienoa" tms :). (E358.)

Asia ei välttämättä herätä minkäänlaisia ajatuksia, mutta kuitenkin ensimmäinen asia, mikä kirpputoreista tulee mieleen on täit, vaikka vastaaja ajatteleekin, että kirpputorivaatteet ovat puhtaita, eikä niissä ole täitä (E392). Mietitään myös sitä, miten "kirpputorin haju" on saatu pois vaatteesta (E393). Ylipäänsä sellaisen juorun levittämistä saatetaan pitää outona ja tyhmänä, sillä se mihin ihminen pukeutuu, on toissijaista (E359). Asian pitäminen ilkeänä juoruna kielii myös siitä, että asiaan liittyy negatiivisia ajatuksia.

Myös Joskus ja Usein -ryhmissä asuvalinta saattaisi herättää hämmennystä, vaikkakin samalla myös kunnioitusta ja uteliaisuutta (J26). Saatetaan miettiä, "voiko kirpparilta ostettu vaate todella sopia hienoon juhlaan/onko se asiallinen". Käyttäjän arvellaan olevan "joku hifistelijä." (J31.) Tai sitten vain köyhä (U250).

5.3 Perusteluja sille, miksi kirpputorivaatteita ei osteta tai sellaisiin ei pukeuduta?

Tässä alaluvussa käsitellään Ei koskaan -ryhmän syitä olla ostamatta tai pukeutumatta kirpputorivaatteeseen. Kyselyssä ei ollut kysymystä, miksi ihmiset, jotka eivät koskaan osta vaatteita kirpputorilta, toimivat näin. Tällainenkin kysymys olisi ollut hyvä olla olemassa, mutta en jostain syystä hoksannut sitä lisätä mukaan. Monet vastaajat Ei koskaan -ryhmästä ovat kuitenkin vastanneet kysymättäkin, ja tiedot ovat tutkimuksen aiheen kannalta olennaisia, joten käsittelen tässä alaluvussa niitä.

Sopivien vaatteiden etsiminen ja löytäminen kirpputorilta on hankalaa, vie liikaa aikaa ja vaatii liikaa vaivannäköä

Vaikka kierrätystä ajatellaan lähtökohtaisesti hyvänä asiana, koetaan hyvien ja sopivien vaatteiden etsiminen kirpputoreilta silti rasittavaksi, haastavaksi ja jopa mahdottomaksi. Kirpputorilla ei aina pysty sovittamaan, ja huonokuntoisten ja kuluneiden vaatteiden joukosta on vaikea löytää itselle sopivia vaatteita (E303, E309). Uusia vaatteita myyvät kaupat koetaan helpommiksi, sillä niissä järjestys on selkeämpi ja etsimänsä löytää helpommin, kun kokojakin on useampi tarjolla. Kirpputori koetaan sekavaksi paikaksi, josta on vaikea löytää itselle sopivaa. (E309, E318, E336, E401.)

Olen XL-XXL-kokoinen, ja minusta on todella vaikea löytää sopivan kokoisia vaatteita kirppareilta. Toisaalta jo ennen kuin olen lihonut näin paljon, kirpputorishoppailu oli mielestäni hankalaa ja turhauttavaa. Jos löytää kivan vaateen, siitä on vain yksi koko, ja koskaan se ei ollut minun kokoiseni. Perinteisillä kirpputoreilla, joissa ihmisillä on omat pöydät ja yksityisihmisten itse hinnoittelemat vaatteet, turhauttavaa oli (/on) myös se, että pitää kiertää koko hiton halli löytääkseen kolme kivaa paitaa, eikä niistä mikään sovi. Tai sitten ihmiset olivat ylihinnoitelleet ne. (Jotain tavaroita ja kirjoja olen ostanut kirpparilta, lähinnä heräteostoksena, mutta en koskaan muista ostaneeni kirpparilta vaatetta!). (E406.)

Asia koetaan liian vaivalloiseksi itselle, (E353) ja ihaillaan ihmisiä, jotka jaksavat nähdä vaivaa (E306, E336, E388) ja vaikkei itse ostetakaan kirpputorivaatteita, saatetaan kuitenkin arvostaa niitä, jotka ostavat (E368, E380, E401) tai ainakaan heitä ei väheksytä (E369). Vaateostosten tekeminen ylipäänsä saattaa olla epämiellyttävää ja siksi myöskään kirpputorilla ei jakseta käydä (E324, E398)

Erityisesti homeyliherkille kirpputorivaate voi olla terveydelle vaarallinen

Erityisesti homeelle yliherkillä ihmisillä kirpputorivaatteet saattavat olla haitaksi terveydelle. Muuten kyllä ostettaisiin ja ennen sairastumista on ostettukin kirpputorilta, mutta koska jotkut vaatteet tulevat hometaloista, ei homeen hajun vuoksi vaatteita pystytä ostamaan. (E396, E403)

Kävin ennen paljon kirpparilla, lähes viikottain, ja kävisin yhä mutta en enää voi homealtistuksen ja siitä seuranneen homeallergian/-yliherkkyyden takia. Saan nyk. käytännössä aina kirppareilla oireita. Vaikka iso osa vaatteista kirpparilla olisikin homeettomista kodeista, osa on väistämättä kodeista joissa hometta ja varsinkin sisäkirppareilla homeenhajua on vaikea varmuudella tunnistaa vaikka vaatetta haistaisikin. Silloin kun muutin entisestä eli homekodistani pois, jouduin lopulta heittämään pois lähes kaiken pehmeän: melkein kaikki vaatteet, lehdet, kirjat jne. ja toivon todella että ainakaan kukaan allerginen ei bongannut ja pelastanut niitä roskiksesta. Homeenhajua ja itiöitä on lähes mahdoton saada pois keino-/sekoitekuiduista: pesin. Ostan kirpparilta kyllä vieläkin esim. astioita. (E403.)

Ajatus toisen vanhan vaateen käyttämisestä saattaa olla epämiellyttävä, tai oman asuinpaikan lähellä ei ole kirpputoreja

Ajatus jonkun muun aikaisemmin käyttämän vaateen käyttämisestä saattaa myös olla epämiellyttävä, eikä siksi kirpputorilta haluta ostaa (E342, E351).

Minä en pukeudu kirpputorivaatteisiin. Ajatuskin vieraiden ihmisten käytettyjen vaatteiden käyttämisestä inhottaa - myös silloin, vaikka olisi pessyt ne itse. (Tutuilta kierrätettyjen vaatteiden käyttäminen sitä vastoin on OK.) Tiedän suhtautuvani hieman järjettömästi tähän, sillä usein kirpputoreilla on silmin nähden aivan siistejä ja puhtaita vaatteita, mutta ajatuskin vieraiden ihmisten käytetyistä vaatteista omalla iholla ällöttää, vaikka ne pesisi itsekin ensin. Vähän vieraammalla ihmisellä, kuten kaverilla, pidän kirpputorivaatteiden käyttämistä myönteisenä tapana, mutta itse (tai samassa taloudessa asuvien kohdalla) pyrin välttämään kirpputorivaatteita viimeiseen asti. (E346.)

Kirpputorivaatteet saatetaan jättää myös ostamatta lapsuusmuistojen vuoksi. Kun lama-ajan lapsena joutui aina kulkemaan toisten vanhoissa vaatteissa, ei enää haluta vapaaehtoisesti tehdä niin (E351).

Eräs vastaaja osti paljonkin kirpputorivaatteita asuessaan kaupungissa, jossa oli paljon hyviä kirpputoreja. Nyt pienellä paikkakunnalla paikan ainoalla kirpputorilla on niin tylsää tavaraa, ettei se houkuttele ostamaan sieltä mitään. (E868.) Toisessa maassa asuva ei ole löytänyt asuinpaikaltaan kirpputoreja, mutta jos niitä siellä olisi, ostaisi hän mielellään sieltä vaatteita. Hyväntekeväisyyskauppoja löytyy, mutta sieltä ei löydy sopivan kokoisia vaatteita (E399).

Kierrättämistä voi harrastaa myös muuten

Joku ei koe tarpeelliseksi ostaa kirpputorilta, vaikka hänellä ei olekaan mitään ilmiötä vastaan (E392). Kierrättämistä koetaan voivan harrastaa muutenkin kuin kirpputorilla käymällä. Voi käyttää vaatteensa loppuun ja kierrättää muuten (E404):

Mielestäni on hienoa jos ihmiset ostavat juhlavaatteensa käytettynä, vielä hienompaa on käyttää edellisenä kesänä käyttämänsä mekkoa ja jättää vaate kirpputoriltakin ostamatta. Ostaminen tarpeeseen on järkevää oli ostopaikkana kauppa tai kirpputori, lisäksi vaatteet kulutetaan loppuun, määrällisesti niitä ei tarvitse olla paljon. Parilla kymmenellä vaatteella pärjää, mielestäni kirpputoriaate ei rohkaise minimalistisuuteen parhaalla mahdollisella tavalla. (E404.)

5.4 Perusteluja sille, miksi kirpputorivaatteita ostetaan itselle ja miksi sellaisiin pukeudutaan?

Kirpputoriostosten teko kasvattaa henkilökohtaista hyvinvointia

Syitä kirpputoriostosten tekemiseen ei koeta aina tarpeelliseksi eritellä. Kirpputorilta ostetaan vaatteita samoista syistä kuin muistakin kaupoista. (J43.) Kirpputorilla tehdään vaateostoksia, koska siihen on totuttu jo lapsuudessa ja niin on tehty jo monta vuotta (U158, U226). Kirpputorikaupankäyntiin liittyvä sosiaalisuus viehättää. Myyjän kanssa tulee juteltua ja kirpputorilla käydään kavereiden kanssa. (U167, U171.)

Myös sosiaalinen puoli on hauska lisä usein tulee juteltua myyjän kanssa ostetusta vaatteesta tai muista asioista. Kirppareilla käyminen ilman suurempia ostoksia on myös kivaa ajanvietettä kavereiden kanssa. (U167.)

Kirpputoriostosten teon motiivina saattaa olla myös se, että seuraa lähipiirin esimerkkiä. (U220) Myös kirpputorivaatteen sisältämä tarina ja sen jatkaminen viehättää: " Käytetty tavara pitää sisällään monta tarinaa, joiden pohtiminen tuo mielekkyyttä shoppailuun." (J22, U159, U165, U180, U181, U230.)

Löytöjen tekeminen kirpputorilla tuottaa iloa, hyvää mieltä ja tyydytystä (J2, J4, U144, U180). Kun löytää kirpputorilta jotain hienoa, tulee siitä parempi mieli, kuin jos löytäisi jotain hienoa uutena (J4, U142). Kirpputorilla löytöjen etsiminen on kuin aarteenmetsästäystä ja seikkailu (J9, U144, U146, U158, U163). Se, ettei tiedä, mitä vastaan tulee, tuo jännitystä ostosten tekoon (J15, U147, U238).

Saan kirppislöydöistä mielettömän hyvän fiiliksen, kierrätys on upee juttu. - Kirppiksillä kiertelystä tulee ihanan rento fiilis, kun saa rauhassa kierrellä, katsella ja hypistellä tuotteita. (U178.)

Kirpputorin tunnelma miellyttää, sillä se on erilainen kuin uusia vaatteita myyvien kauppakeskusten tunnelma. Kirpputorilta puuttuu "kiire ja hässäkkä". (J24, J33, J288.) Kirpputorilöytö tuntuu arvokkaammalta kuin uutena ostettu vaate. Hyvää mieltä tuo osallistuminen kierrätykseen ja luonnon säästämiseen sekä kirpputorilöytöjen uniikkisuus. Samalla säästää myös rahaa. (J288, U162, U235.) Kirpputoriostelu on "hauskaa, inspiroivaa ja mielekästä", kirpputorilla "inspiroituu ja saa villedä ideoita sekä löytämisen iloa". Vaatteiden ostaminen on rentoutumiskeino. (U238.) Kirpputorikierroksen jälkeen on hyvä mieli, eikä siitä

seuraa samanlaista "masennusta kulutusyhteiskunnastamme", kuin uusia vaatteita myyvissä kaupoissa kiertely aiheuttaa (U232).

Kirpputorilta löytyy persoonallisia ja uniikkeja vaatteita

Viimeisenä, kuitenkin tärkeänä syynä kirppisvaatteiden ostamiseen ovat "pukeutumissytyt": kirpparilta on hinnan vuoksi pienempi kynnyks ostaa jotain repäisevää. Kaupasta ostaminen on suurempi sijoitus niin taloudellisesti kuin ekologisestikin, joten kaupasta tulee ostettua perustylsää, josta tietää, että sitä tulee käytettyä. Kirpparilla voi ottaa vähän "pukeutumisriskejä". (U198.)

Kirpputorivaatteiden edullisuuden vuoksi erilaisten ja rohkeiden tyylien kokeilemiseen on pieni kynnyks (J7, U205, U212). Halvan hinnan vuoksi ei haittaa, vaikka vaatetta ei tulisikaan käytettyä, sen voi antaa tai myydä eteenpäin (U212, U216, U225). Helposti tulee kokeiltua ja ostettua sellaista, mitä ei uutena huomaisi (U150), ja lopputuloksena on "rennompi ja iloisempi vaatekaappi" kuin mitä se olisi jos vaatteet joutuisi ostamaan kalliilla uutena (U225). Kirpputorivaatteista pidetään, sillä ne ovat usein yksilöllisiä, persoonallisia ja erikoisia (J11, J42, U218) Kirpputorilta etsitään jotain, jota ei ole kaikilla ja joka ei ole "massaa" (J12, J21, J37, J50, U142.) Tarjonta on monipuolisempi kuin uusia vaatteita myyvissä kaupoissa, kun jokaista vaatekappaletta on vain yksi kappale (U143).

Vaikken haluaisi sitä itselleni ehkä myöntääkään, olen vähän sellainen ärsyttävä erillaisuudentavoittelija ja saan tyydytystä siitä, että löydän kirpputorilta vaatteen tai asusteen, jollaista ei tule kovin suurella todennäköisyydellä vastaan muualla, vaikkei mua toisaalta ärsytäkään, jos jollain on päällä jotain samaa kuin mulla. (U144.)

Vaatteiden kierron koetaan olevan nykyään niin nopeaa, että käytettynä löytyy kirpputoreilla vastaavia vaatteita kuin uusia vaatteita myyvistä kaupoista. Ihmiset tekevät heräteostoksia, kyllästyvät vaatteisiinsa nopeasti ja laittavat ne kiertoon. Tyylistä ja muodinmukaisuudesta ei tarvitse tinkiä ostamalla kirpputorilta. Uusia ja käytettyjä vaatteita yhdistelemällä löytyy oman näköinen tyyli. (U162, U165.) Halvan hinnan vuoksi ei tarvitse tehdä kompromisseja, vaan kirpputorilta ostetaan oman tyyllisiä vaatteita (U210). Eräs kirpputorilla usein vaateostoksia tekevä vastaaja on kiinnostuneempi "ajattoman, makean tyylin luomisesta" kuin "fast fashionista" (U230). Toinen vastaaja, joka ostaa joskus kirpputorivaatteita pitää enemmän vanhanaikaisesta tyylistä ja hänen mielestään vanhoissa vaatteissa on "enemmän muotoa kuin nykyisessä säkkimuodissa" (J1). Jos oma tyyli poikkeaa siitä, mikä sillä hetkellä on muotia, voi

kirpputorilta löytää mieleisiään vaatteita (J248, U207). Uutena kalliilla ostettuun vaatteeseen saattaa syntyä pysyvämpi kiintymys kuin kirpputorilta ostettuun vaatteeseen:

Kirpparivaatteita on helpompi ostaa vaikka ei olisi ihan varma vaatteesta "no, ostan ja kokeilen osaanko käyttää", halvemman hinnan vuoksi. Tämän vuoksi helpompi myös antaa/myydä eteenpäin. Korkeamman (kaupan) hinnan vaatteesta maksettuaan on siitä vaikeampi luopua vaikkei sille oikein käyttöä olisikaan, "jospa mä nyt kuiteski tätä oppisin käyttään ku niin paljon tästä maksoinkin". Ja sitten vaate pyörii kaapin nurkissa käyttämättömänä. (U218.)

Kirpputorilta löytää edullisesti vaatteita myös erityistilanteisiin kuten naamiaisiin (J1, J45), näytelmiin (J44) tai sellaisiin elämänvaiheisiin, jolloin vaatekoko tai käyttötarkoitus muuttuu, kuten raskaus- ja imetysaikaan (J18). Kirpputoreilta etsitään myös vintage- ja retrovaatteita (J1, J4, J50, J281, U144, U150). Vintagevaatteetkin saattavat alan myymälöissä maksaa maltaita, mutta kirpputorilta niitä voi löytää edullisesti (U150). Tavallisten kirpputorien lisäksi ostoksia tehdään myös vintageliikkeissä, joissa " hinnat ovat korkeampia mutta tarjolla on mm. 1960- ja 1970-lukujen hyväkuntoisia vaatteita. Oikeasti vanhoissa vaatteissa (ennen 1980-lukua) kiehtovat laadukkaat materiaalit ja erikoisuus." (J157.) Toiset ostavat lähinnä vain vintagevaatteita, sillä niiden laatu on nykyvaatteita parempi ja ne kestävät vielä omassakin käytössä ikänsä lisäksi vuosia (J170). Kirpputorilta löytää myös merkkivaatteita, joihin uutena ei välttämättä olisi varaa (U150, U153). Myös merkkivaatteiden vanhoja mallistoja on liikkeellä (U152).

Kirpputorivaatteiden hinta-laatusuhde on hyvä

Vanhojen vaatteiden laatu, hinta, persoonallisuus. Toisinaan löydän myös helpommin vartalolleni sopivia vaatteita kirpputoreilta kuin upouutta myyvästä kaupoista. Nykyajan vaatteet eivät aina tunnu olevan ihmisen vaan jonkun mielikuvitusolennon päälle suunniteltuja. Pidän myös kirppisten hengestä. (J17.)

Kirpputoriostosten tekeminen voi joillekin olla vaikeaa, koska koetaan, ettei itselle sopivia kokoja löydy (J3). Toisaalta sopivien vaatteiden löytäminen voi olla myös helppoa. Esimerkiksi pieni vaatekoko helpottaa sopivien vaatteiden löytämistä (U239). Saatetaan myös kokea, että omaan vartalomalliin soveltuvia vaatteita löytää helpommin kirpputorilta kuin uusista kaupoista (J17). Kirpputorilta ostaminen houkuttaa, sillä sieltä saattaa löytää vaatteita, joita ei löydy suomalaisten ketjuliikkeiden mallistoista, ne saattavat olla esimerkiksi menneistä mallistoista tai ulkomaisista vaateliikkeistä (J5, J25, J33, J35, J40, J4, U166, U166). Siellä saattaa

toisaalta löytää myös sellaisia vaatteita, joita vain vähän aikaa sitten on näkynyt myös ketjuliikkeissä (J35). Kirpputorilta voi tehdä löytöjä sen hetkisistä muotisuuntauksista riippumatta, joten valinnan mahdollisuudet ovat monipuolisemmat (J13, U154).

Kirpputorivaatteiden hinta-laatusuhde koetaan hyväksi. Vanhat vaatteet koetaan parempilaatuisiksi kuin uudet, sillä niiden materiaalit ovat parempia ja ne on tehty kestävämmän (J1, J2, J8, J24, J37, U166.) Vaatteen säilyminen hyvänä useiden käyttökertojen ja pesujen jälkeen viestii myös hyvästä laadusta (J14, U152, U170, U173).

Monet vanhat vaatteet ovat parempi laatuista eli laukut ja kengät aitoa, paksua nahkaa ja muutenkin materiaalit hyviä esim. vanhaa, hyvää puuvillaa tai jopa silkkiä. Näitä materiaaleja/niistä valmistettuja vaatteita minulla ei olisi rahaa välttämättä muuten ostaa. (J5.)

Kirpputorilta voi löytää "vanhoja ja laadukkaita suomalaisia vaatteita" sekä myös itse tehtyjä vaatteita. Vaatteen rikkinäisyys ei välttämättä huononna sen laatua, jos vika on korjattavissa. Hyvästä kirpputorivaatteestakin voi maksaa kunnolla, jos laatu on hyvä. (J9.) Laadun ostaminen on myös säästökysymys, kun ostaa laatua ja vielä halvalla, ei vaatteita tarvitse heittää niin paljon pois, kun ne kestävät pitkään (U177). Laadukkaat kirpputorivaatteet ovat useimmiten edullisempia kuin uudet laadukkaat vaatteet. Uusia heikkolaatuisia vaatteita sen sijaan saa usein halvemmalla kuin kirpputorihinnoin. (U186.)

Laatuvaatteiden elinkaari ylittää monesti yhden ihmisen halun sen käyttöön, eli kirpparilta voi oikeasti saada todella laadukkaita vaatteita edullisesti. (U188.)

Myös huonolaatuista vaatetta on paljon liikkeellä kirpputoreilla, mutta hyvälaatuista on kuitenkin niin paljon tarjolla, että kirpputorilla käyminen kannattaa (U218). Vaikka huonoa vaatetta löytyy paljon, ei sitä kuitenkaan ole pakko ostaa (J5). Vaatteiden kasvava ostelu ja niistä nopea luopuminen on aiheuttanut sen, että myös kirpputoreilla liikkuu paljon huonolaatuista materiaalia. Hyvälaatuiseksi materiaaleiksi katsotaan esimerkiksi erilaiset luonnonmateriaalit, huonolaatuisiksi taas jotkut tekokuidut, kuten akryyli. (U181, U227.)

Kirpputorilta etsitään myös materiaalia erilaisiin tuunausprojekteihin. Halvalla ostetun käytetyn vaatteen pilalle meneminen tuunatessa ei harmita niin paljon kuin jos vaate olisi ostettu kalliimmalla uutena. (J19, J286.) Pieniä muutoksia tekemällä saa vaatteista myös enemmän oman näköisiä, kun taitoa on (J5, U197, U221).

Usein löydän sellaisia vaatteita, jotka eivät välttämättä istu hyvin tai ovat liian isoja, mutta joissa kuitenkin on joku juttu, esim. kangas, kuosi tms, josta tykkään. Ostan silloin sen ja muokkaan siitä itse sopivan kokoisen tai näköisen itselleni. (U147.)

Kirpputorivaatteiden ostamista ja niihin pukeutumista tukevat monet järkisyyt

Tärkein syy on pakko, rahan puute. Mutta kirpputorilta tekee hyviä löytöjä tosi halvalla. Käyn satunnaisesti. Kun rahatilanne paranee niin jatkan kyllä käytettyjen vaatteiden ostamista, mutta sitten ostan varmasti enemmän myös uutena. Kirpputorilta voi tehdä sellaisia löytöjä joita ei kaupoista löydä. Hyväkuntoisia toisille turhiksi käyneitä vaatteita joissa ei ole mitään vikaa. Kyllä kirpputoreilta voi löytää vaikka mitä merkkivaatteitakin edullisesti, itse en ainakaan uutenakaan maksaisi merkistä. Kirpputorilöydöt ovat myös paljon sattumaa, että löytyy juuri oikea koko ja kiva vaate. (J269.)

Kirpputorilta ostetaan vaatteita, koska se on järkevää. "En näe mitään järkeä ostaa vaatteita uutena jos kirppiksiltä löytyy edullisesti vähän käytettyjä." (U165, U203, U215.) Kirpputorilta löytää helpommin sopivia vaatteita ja hyviä kirpputoreja saattaa olla lähellä kotia, kun uusia vaatteita myyvät kaupat ovat kauempana (U225, U229). Etenkin laadukkaita ja kestäviä vaatteita, käyttämättömiä vaatteita ja merkkivaatteita etsitään kohtuuhintaan (J32, J34, J36, J40, U150, U153, U225, U234), mutta myös tavallisia ketjuliikkeiden vaatteita löytyy paljon edullisesti (U157). Halpoja vaatteita löytää myös uutena, mutta ne eivät usein ole hyvälaatuisia, eikä valinnanvara ei ole niin suuri kuin kirpputorilla (J13). On palkitsevaa löytää kirpputorilta jotain tarvitsemaansa edulliseen hintaan, kun tietää että vastaavasta olisi uutena joutunut maksamaan moninkertaisen hinnan (J15, J21). Toisaalta myös mieleisistä kirpputorivaatteista voi maksaa kunnolla (J1, J9).

Joskus taloudellinen tilanne (J45, J269, J275, U229), esimerkiksi opiskelu (J13), yksinhuoltajuus (J28), velat (J28), pieni palkka (U177) tai pieni eläke (J267) pakottavat etsimään edullisia vaihtoehtoja vaatettaa itsensä. On saatettu tehdä myös sellainen valinta, ettei vaatteisiin haluta laittaa paljon rahaa ja kuluttaminen pyritään pitämään minimissään, vaikkei taloudellinen tilanne varsinaisesti pakottaisikaan siihen (J265).

Käytettyjen vaatteiden ajatellaan olevan terveellisempiä kuin uusien vaatteiden. Uusien vaatteiden saama kemikaalikäsittely on käytetyssä vaatteessa jo hävinnyt useiden käyttökertojen ja pesujen seurauksena (J14, J32) Toisaalta kirpputorilta etsitään vaatteita, jotka kestävät pesua, koska ne halutaan puhdistaa kunnolla edellisen käyttäjän lioista. Esimerkiksi käytettyjä kenkiä eräs vastaaja ei osta sen vuoksi, ettei niitä voi pestä. (J250.)

Kirpputorivaatteiden ostaminen ja niihin pukeutuminen on ekologista ja eettistä

Ennen kaikkea kirpputorivaatteiden eettisyys ja toiseksi ekologisuus. Nähdäkseni työperäinen ihmiskauppa ja nykyajan orjuus on niin valtava ongelma ennen kaikkea siksi, että me länsimaalaiset ihmiset haluamme paljon ja halvalla - ja silloin tuotanto on yleensä revitty kehitysmaiden (tai länsimaissa työskentelevien köyhemmistä maista tulleiden ihmisten) selkänahasta. Näen kirpputorilta vaatteiden ostamisen viisaana ja eettisenä ratkaisuna. Silloin minun rahani eivät valu monikansallisten yhtiöiden raha-arkkuihin, vaan pitävät yllä kierrätystä. Tietenkin myös ekologisuus ja kierrätys on järkevää ja lähellä sydäntäni ennen kaikkea juuri siksi, että ekologisilla elämänvalinnoilla voimme parantaa köyhemmissä maissa asuvien ihmisten elämänlaatua. (U165.)

Kirpputorilta vaatteiden ostaminen ja niihin pukeutuminen koetaan ekologisesti ja eettisesti kestävämmäksi vaihtoehdoksi kuin uusien vaatteiden ostaminen (J14, J36, U147, U186). Maailmassa on niin paljon tavaraa, ettei uusien tavaroiden tuottamista haluta tukea, kun käytettyjäkin löytyy yli oman tarpeen (J11, U143). Käytettyjä vaatteita ostamalla ei kuormiteta ympäristöä niin paljon, eikä suoraan osallistuta luonnonvarojen tuhlaamiseen (J3, U180, U184). Maapallon ei katsota kestäväen luonnonvarojen kasvavaa tuhlaamista, vaan rajan ajatellaan tulevan jossain vaiheessa vastaan (U218). Kirpputorilta koetaan myös voitavan ostaa vaatteita useammin juuri siksi, ettei siinä suoraan osallistuta luonnonvarojen tuhlaamiseen (U184).

Vaateteollisuus koetaan epäeettiseksi (J11). "Uusia vaatteita tehdään epäeettisesti ja kehitysmaiden työntekijöitä riistäen". Työolot saattavat olla vaarallisia ja palkkaus niin huono, ettei se riitä elämiseen. Käytetyn vaateen ostaminen ei tuo yhtä huonoa omaatuntoa kuin uuden vaateen ostaminen, kun silloin ei vaateteollisuuden "riistomeininkiä" tueta niin vahvasti. (U147, U148, U184, U186, U218.) Koetaan, ettei lapsityövoimaa tai riistoa harjoittavia yrityksiä tueta, kun ostetaan vaatteet käytettyinä, vaikka tilanne tiedostetaankin monimutkaiseksi (U180, U186). Ostamalla hyväntekeväisyysjärjestön kirpputorilta tuetaan järjestön toimintaa ja autetaan näin heikommassa asemassa olevia. (J47.) Näin kirpputorilta ostamalla saa vaateen lisäksi itselleen hyvän omantunnon ja hyvän mielen (J33, J45, J259). Tai ainakaan omatunto ei ole niin huono kuin uutta ostettaessa. (J22, J27.)

Kirpputorilta ostamalla halutaan vastustaa kulutushysteriaa ja uusien tavaroiden tuottamista (J9, J11, J47, U210, U230). Toisaalta kirpputorillakin pystyy ostamaan enemmän kuin tarvitsisi (J5) ja näin kirpputori-ilmiö voi toimia myös osana kulutushysteriaa. Ihmiset saattavat ostaa huolettomasti vaatteita sillä ajatuksella, että ne voi myydä eteenpäin (U158, U197, U218). Myymisestä saaduilla rahoilla saatetaan myös ostaa lisää uusia vaatteita (U154). Syy

kirpputoriostosten tekoon saattaakin olla sama kulutushysteria kuin uusia vaatteita ostettaessa. Kirpputoreja kierrellessä saattaa herätä ahneus, kun hyviä vaatteita saa niin halvalla. (J283.) ”Shoppailuaddikille” kirpputoriostelu koetaan kuitenkin kestävämmäksi vaihtoehdoksi (U194).

Tykkään vaatteista mutta koen huonoa omaatuntoa, jos ostan niitä uutena reippaasti yli oman tarpeeni, koska se ei ole luonnon kannalta kestävä ratkaisu. Kirpparit ovat ekologisen turhamaisen ihmisen pelastus. (J276.)

Kirpputorilta ostellaan usein hetken huumassa. Huvin vuoksi ostaminen ei kuitenkaan tue kierrätystä, jos vaatteita ei aiota käyttää. Usein kirpputorilta tuleekin puolivahingossa ostettua kaikenlaista turhaa. (U239.)

Mahdollisuus impulsiivisuuteen, koska päätöksen voi yleensä tehdä kepein perustein ja kokeilumielellä. Jos vaate ei sovi tai parin käyttökerran jälkeen tunnukaan omalta, saa sen laitettua kiertoon takaisin. (J249.)

Mitä ei osteta kirpputorilta?

Vaikka muuten ostettaisiinkin kirpputorilta lähes kaikki vaatteet, ovat silti alusvaatteet ja sukat sellaisia, jotka ostetaan mielellään uutena hygieniasyistä (J22, J263, U170, U186, U194, U214, U222, U228, U237, U238). Uimapukuja (U194) tai yövaatteita (U182) ei aina haluta ostaa käytettynä eivätkä jotkut halua myöskään urheiluvaatteita ostaa käytettynä (J4, U172, U220). Housuja voi olla myös vaikea löytää kirpputorilta, jolloin ne ostetaan useimmiten uusina (J263, J170). Kenkiä ja muita vaatekappaleita, joita ei voi pestä, saatetaan myös mieluummin ostaa uusina (J264, U222)

5.5 Millaisissa tilanteissa kirpputorivaatteisiin pukeudutaan?

Arjessa

Kirpputorivaatteita käytetään päivittäiskäytössä ”osana arkipukeutumista” (J10, J11, J26, J46, U148), töissä (J20, J28, J30, J38) ja vapaa-ajalla (J20, J38). Kesämökillä käytetään kirpputorivaatteita (J38, J253) samoin saatetaan käyttää urheillessa (J264). Ainoa, mihin

kirpputorivaatetta ei haluta pukea ovat yhden vastaajan mukaan hienot tilaisuuden, kuten häät (J24). Kotivaatteita saattaa olla jo omasta takaa, joten kirpputorilta saatetaan etsiä jotain muuta.

Olen ostanut kirpparilta siistejä vaatteita, joita voin pitää töissä, työhaastattelussa tai normiopiskelupäivänä. Eli ihan edustavissakin tilanteissa voi pitää. Sen sijaan kotivaatteita on jo ihan tarpeeksi omasta takaa, niitä ei tarvitse kirpparilta haalia. (J9.)

Juhlissa ja erityistilanteissa

Kirpputorivaatteisiin saatetaan pukeutua juhlissa, kun on löydetty hieno juhlapuku kirpputorilta (J1, J14).

Kerran löysin itsekin parhaan juhلامekon ystävän häitä varten kirpputorilta, vaikka olin kiertänyt Helsingin kaikki kaupat läpi. (J7.)

Kirpputorivaatteita saatetaan käyttää erityisesti juhlissa, sillä "kirpputorijuhlavaatteet ovat persoonallisia ja hyväkuntoisia koska niitä on käytetty niin vähän" (J188). Toisaalta juhlissa saatetaan helpommin pukeutua uusiin vaatteisiin, koska iltapuvun löytäminen kirpputorilta on harvinaista (U198). Arkivaatteita löytyy enemmän, ja monilla kirpputoreilla ei ole mahdollista sovittaa. Tällöin kallis juhlapuku jätetään helpommin ostamatta (U218). Kuitenkin ajoittain todella hyväkuntoisia juhlavaatteita löytää kirpputoreilta, sillä niitä ei usein haluta pitää kovin monissa juhlissa peräkkäin ja ne laitetaan kierrätykseen (U222). Eräs vastaaja käyttää kirpputorivaatteita erityisesti juhlissa:

Tavallisina päivinä töissä, bilettämässä, festareilla mutta erityisesti virallisemmissa juhlissa (joissa pukukoodina iltapuku tai pikkumusta). Mulla on useita vanhoja menneden vuosikymmenten mekkoja, jotka on paljon 1) tyylikkäämpiä kuin tällä hetkellä myytävät 2) parempilaatuisia kuin tällä hetkellä myytävät. (U240.)

Miehille kirpputorivaatteisiin pukeutuminen juhlissa on vaikeampaa, sillä miesten juhlavaatteita ei usein löydy siistinä kirpputoreilta. Jos kirpputorilta löytäisi juhliin soveltuvia vaatteita, saatettaisiin myös juhlissa pukeutua sellaisiin. (J264.)

Jos menen juhliin niin haluan ainakin mieluummin pukeutua uusiin vaatteisiin, siis ei kirpputori-vaatteisiin. Mutta sehän riippuu millaisia vaatteita kirpputorilta saa. Mulle löytyy lähinnä farkkuja kirpputorilta, eikä juhlavaatteita, mutta naisille saattaa olla toinen tilanne. Mä en kuitenkaan kovin mielellään laittaisi käytettyä pukua päälle jos lähden hienoihin juhliin. Koska kirpputorilta ostetut

puvut ovat usein huonokuntoisia. Tai sitten ne eivät istu kovin hyvin, ei ainakaan minuun. (J33.)

Kirpputorivaatteita käytetään myös erityistilanteissa kuten näytelmissä (J44, U222) naamiaisissa tai muissa teemajuhlissa (J11, J13, J29, J44, J45, U222), keikoilla ja yöelämässä (J11, J143) raskaus- ja imetysaikana (J29, J258) tai vaatekoon vaihdellessa nopeasti lihomisen ja laihtumisen seurauksena (J258).

Kirpputorivaatteen käyttö ei eroa muista vaatekaupoista ostettujen vaatteiden käytöstä

Iso osa vastaajista kertoi, ettei erottele kirpputorivaatteita muista omistamistaan vaatteista, vaan käyttää kaikkia sekaisin tilanteen mukaan. Vaatteisiin suhtaudutaan samalla tavalla riippumatta niiden ostopaikasta. (J1, J2, J3, J8, J12, J15, J16, J17, J18, J21, J23, U142, U144, U146, U147, U148, U149, U150, U154, U227.) Se, että vaatteensa ostaa kirpputorilta, ei tarkoita, että silloin ei olisi hyvin pukeutunut, sillä myös kirpputoreilla valinnanvara on laaja, ja maku voi olla vaativa (U151).

Pukeudun kirpputorivaatteeseen silloin kuin se sopii tilanteeseen. Juhliin juhlavasti ja arkeen arkisemmin. Minulla riippuu siis enemmän siitä mikä vaate ja tilanne on kyseessä kuin siitä mistä vaate on ostettu. Olin esim. siskoni väitöskaronkassa kirpputorilta ostamassa ihanassa pitkässä iltapuvussa. Kirpputorivaatteita on varmasti helpompi käyttää kun niihin ei tarvitse taloudellisista syistä "alistua" vaan niitä saa ostaa "huvikseen" aina sopivan vaatteen eteen ilmestyessä. (J4.)

6 Pohdinta

6.1 Johtopäätökset

Tässä alaluvussa käsittelen ensin vuoden 1989 ja 2014 aineistojen tuloksia omina kokonaisuuksinaan, minkä jälkeen kokoan yhteen ja vertailen vielä tulosten pääkohtia keskenään.

6.1.1 Kirpputorivaatteet vuonna 1989

Muistoja menneistä

Heinosen (2000, 9–16) mukaan kulutusyhteiskunnan läpimurto Suomessa tapahtui säännöstelyn purkamisen jälkeen 1950–1970-luvuilla. Keskinen (1994, 155) esittää, että kirpputorit olisivat yleistyneet Suomessa vasta 1980-luvun puolivälissä. Aineiston perusteella kirpputorien perustaminen tai kirpputoritapahtumien järjestäminen alkoi kuitenkin jo 1950–1970-luvuilla. Aineiston keruuhetkellä vuonna 1989 kirpputorit olivat jo vakiintunut osa suomalaista elämää, ja niiden kerrottiin jopa tulleen muotiin. Kirpputorit olivat usein tapahtumaluonteisia ja niitä järjestettiin esimerkiksi koulujen, järjestöjen tai hyväntekeväisyysseurojen varainkeruutarkoituksissa. Myös Keskinen (1994, 156) mukaan kirpputorit olivat alun perin hyväntekeväisyyskirpputoreja.

Vuonna 1989 muistettiin vielä omakohtaisesti, kuinka aikana ennen Toista maailmansotaa sekä sota- ja pula-aikana oli puutetta kaikesta. Vaatteet, kuten kaikki muukin tavara käytettiin ja korjattiin itse tai oman lähipiirin kesken loppuun asti. Vanhat vaatteet, joita ei itse käytetty, lahjoitettiin sukulaisille, naapureille tai muille puutteenalaisille ihmisille. Vaatteita hankittiin myös vähemmän ja niitä käytettiin kauemmin. Myös Aikasalon (2000, 251–252) mukaan. Sota- ja pula-aika muutti suhtautumista kuluttamiseen, ja vaatteita alettiin enenevässä määrin tehdä vanhojen vaatteiden kankaista tai muista tekstiileistä. Vanhoja rikkimenneitä vaatteita myös korjattiin käyttökelpoisiksi. Sota-aikana tärkeintä oli rintaman miesten vaatettaminen, ja oma pukeutuminen oli toissijaista.

Keskisen (1994, 161, 168) mukaan pula-ajan kokeneet ihmiset arvostivat ensisijaisesti uutta tavaraa, ja vanhassa tavarassa oli vahva köyhyyden leima. Pula-ajan kokemattomien ihmisten suhde tavarahan oli kevyt ja leikittelevä, ja talouskasvun seurauksena tavaraa alkoi kerääntyä yli tarpeen. Aineiston perusteella pula-ajan ajatusmaailma jäi elämään sen ajan kokeneiden ihmisten mieliin, ja 1980-luvun kulutusjuhla tuntui heistä pahalta. Pula-ajan kokeneet ihmiset halusivat käyttää tavaransa ja vaatteensa loppuun ja ostaa uutta vain todelliseen tarpeeseen. Käytettyjä vaatteita kohtaan heillä oli saattanut jäädä traumoja, kun pula-aikana jouduttiin usein vastentahtoisesti käyttämään esimerkiksi naapureiden vanhoja vaatteita. Tämän vuoksi ei, muuten kuin pakosta, myöhemminkään haluttu pukeutua sellaisiin. Käytettyjä vaatteita kohtaan oli saattanut jäädä myös pelko esimerkiksi tarttuvista taudeista, tai ajatus siitä, että edellinen käyttäjä oli jättänyt "jotain" itsestään käyttämäänsä vaatteeseen. Aikaisemmin esimerkiksi kuolleen vanhat vaatteet oli tapana polttaa.

Heinosen (2000, 17–19) mukaan talouskasvu kiihtyi säännöstelyn päättymisen jälkeen, ja 1980-luvun lopussa kiihtyminen huipentui siihen pisteeseen, että 1990-luvun alussa seurauksena oli raju romahdus. Vuoden 1989 kirpputorikyselyn aineisto ajoittuu juuri tähän kiihtyvän taloudellisen kasvun huipun aikaan, romahduksen kynnykselle, aikaan jolloin kulutus oli kuumimmillaan. Vaatetta ja tavaraa kerrottiin olevan kirpputoreilla myynnissä enemmän kuin mitä meni kaupaksi, eikä se kelvannut ihmisille usein edes ilmaiseksi.

Kirpputorivaate haisee köyhyydeltä

Jo 1900-luvun alussa muodin filosofiaa pohtinut Simmel (1986, 36) huomasi, että muotia seuraava ihminen pukeutuu yleensä uusiin vaateisiin. Kirpputorivaatteita ei vuonna 1989 pidetty muodikkaina. Keskisen (1994, 161) mukaan pula-ajan kokeneiden ihmisten mielissä käytetyssä vaatteessa ja tavarassa oli vahva köyhyyden leima. Tämä käy ilmi myös aineistosta, ja se näyttää olevan melko hallitseva näkemys kirpputorien tarjonnasta. Köyhyyden leima tai köyhyyden "haju" näyttää kytkeytyvän erityisesti vaatteisiin. Pikkutavara saattoi olla kirpputoreilla hyvinkin suosittua, mutta vaatteet eivät usein menneet kaupaksi. Naapurit tarkkailivat toisiaan, ja pohtivat kuka ostaa kirpputorilta mitään. Kirpputorilta ostamalla saattoi menettää maineensa, ja siellä tekivätkin ostoksia usein sellaiset ihmiset, jotka eivät välittäneet maineestaan. Vaatteiden lahjoittajien kerrottiin olevan rikkaita, kun taas ostajien köyhiä. Usein ihmisten, joiden ei ollut mahdollista pitää itsestään parempaa huolta, kerrottiin pukeutuvan kirpputorivaatteisiin. Köyhäksi leimautumista pelättiin ja kirpputorilla asioimista

saatettiin häpeillä ja peitellä. Tavarain ostaminen kirpputorilta ei kuitenkaan ollut yhtä paheksuttavaa kuin vaatteiden.

Kirpputorivaatteisiin liitetty köyhyyden leima koettiin häpeällisenä. Lidmanin (2011, 24–25) mukaan köyhyyteen liittyy häpeää kulttuuritaustasta riippumatta, ja köyhyyttä yritetään usein peitellä. Häpeä on sosiaalista ja koemme häpeää muiden ihmisten edessä (Kainulainen & Parente-Capková, 2011, 9). Malisen (2005, 35–36) mukaan lapsena koettu köyhyyden tuoma häpeä saattaa aikuisena johtaa tarpeeseen osoittaa pukeutumisella, ettei kuulu enää köyhien joukkoon. Aineiston mukaan pula-aikana toisten vanhoihin vaatteisiin köyhyyden vuoksi pukeutuneet vastaajat kokivat ajatuksenkin kirpputorivaatteeseen pukeutumisesta epämiellyttävänä. Kirpputorivaatteet toivat mieleen liian kipeitä muistoja menneisyydestä.

Jos kirpputorilta ostettiin vaatteita, pukeuduttiin niihin vain kotona. Jos joku päätyi ulkoilemaan kirpputorilta ostetuissa vaatteissa, oli se huomionarvoista ja epätavallista. Tämä koski erityisesti sellaisia vaatteita, jotka olivat tunnistettavasti jonkun muun vanhoja ja erityisesti sellaisia ihmisiä, joita taloudellinen tilanne ei pakottanut pukeutumaan kirpputorivaatteisiin. Kun toimitusjohtajan poika pukeutui koulussa kirpputorivaatteisiin, tai kun eläkkeellä oleva lääkäri nähtiin ulkoilemassa kirpputorivaatteissa, tuotti se huvia ympäristölleen. Hassun näköisille kirpputorivaatteille saatettiin myös naureskella ja ostaakin niitä vitsin vuoksi.

Entwistlen (2000, 138) mukaan kaupunkien tarjoama anonymiteetti antaa mahdollisuuden pukeutua vapaammin ja tavalla, joka ei olisi ollut mahdollista perinteisessä maalaiselämässä. Aineiston perusteella pienellä paikkakunnalla vaatteista pystyi tunnistamaan, kenen ne olivat aikaisemmin olleet. Naapurikylän kirpputorilta ostetut vaatteet taas olivat anonyymimpia ja niitä pystyi käyttämään vapaammin. Isossa kaupungissa taas kirpputorilla asioiminen ja kirpputorivaatteeseen pukeutuminen oli vielä vapaampaa.

Muodikas kirpputori, epämuodikas kirpputorivaate

Kaikesta huolimatta kirpputorien kerrottiin tulleen muotiin. Kirpputoreilla tehtiin paljon ostoksia, ja sieltä ostettiin myös vaatteita. Kirpputorivaatteet eivät kuitenkaan olleet muodikkaita. Kirpputoreilla oli tarjolla paljon hyväkuntoista ja uutta vaatetta, mutta sen toisaalta ei kerrottu menevän kaupaksi, koska se oli muodista poismennyttä. Kirpputorille lahjoitettiin tai siellä myytiin muodista pois jääneitä vaatteita, jotta tilalle voitiin ostaa uusia ja

muodikkaita. Joskus kirpputoreille eksyi esimerkiksi painonvaihtelun seurauksena muodin mukaisia vaatteita, ja nämä menivätkin kaupaksi hyvin. Leen (2007, 16–17) sekä Koskennurmi-Sivosen ja Laamasen (2014, 64) mukaan 1990-luvulla muoti alkoi kiihdyttää vauhtiaan. Tätä edeltäneen vuodenaikoihin liittyvän ajattelun sijaan kokoelmia alettiin lisätä ensin neljään ja sitten useisiin välikokoelmiin. Näin syntyi nopea muoti, joka on kiihdyttänyt vauhtiaan 2000-luvulla. Aineiston perusteella vielä 1980-luvun lopulla muodikkuudella oli selkeä muutoskohta. Muodikkaan ja epämuodikkaan rajan saattoi erottaa selvästi ja kadulla kävelevän ihmisen saattoi lokeroida muodinmukaisuutensa mukaan. 1990-luvun jälkeen muodin nopeutumisen seurauksena, uusi muoti oli lopulta ohi, ennen kuin sen leviämistä ehti edes huomata, eikä se selkeästi viitannut enää aikaan (Ilmonen, 1993, 269).

Simmelin (1986,23–27) mukaan muodin tehtävä on toisaalta liittää sen harjoittajat yhteen tiettyyn piiriin ja toisaalta sulkea muut piirin ulkopuolelle. Piirin sisällä muoti luo yhtenäisyyttä, ja erottaa tämän ryhmän alempana olevista. Vuonna 1989 uutena ostettujen, muodikkaiden vaatteiden käyttäminen erotti hyvin toimeentulevat huonosti toimeentulevista, jotka pukeutuivat epämuodikkaisiin kirpputorivaatteisiin. Kun joku hyvin toimeentulevien piiristä rikkoi kaavaa, ja pukeutuikin julkisesti kirpputorivaatteeseen, aiheutti tämä hämmennystä. Kirpputorivaatteita näytettiin halveksivan kahdesta syystä: koska ne saattoivat tunnistettavasti olla jonkun naapurin vanhoja ja samalla siis tunnistettavasti kirpputorilta peräisin, tai koska ne eivät enää olleet muodinmukaisia. Jos kirpputorilta ostettu vaate oli muodinmukainen ja jos kirpputorialkuperä ei ollut tunnistettavissa, saattoi vaatetta silloin käyttää ilman häpeää.

Kaiken kansan kirpputori

Keskisen (1994, 155) mukaan ”vielä 1980-luvulla kirpputorit olivat vähäväkisten ja erikoisuuksia etsivien yksityisaluetta”. Aineiston perusteella kuitenkin kaikenlaisten ihmisten kerrotaan käyvän kirpputorilla vuonna 1989. Erityisesti mainitsemisen arvoiseksi koettiin, jos jonkun hyvin toimeentulevan ihmisen nähtiin tekevän kirpputoriostoksia. Vanhasta ajatusmallista, joka leimasi kirpputorit köyhien ostospaikoiksi haluttiin murtautua ulos ja todistaa, etteivät kirpputorit ole vain köyhiä varten. Kirpputorilla asioiville löydöt tuottivat hupia ja löytämisen iloa. Löydöistä osattiin myös olla ylpeitä ja kertoa niistä eteenpäin.

Kirpputorit ja kirpputoritapahtumat vahvistivat yhteisöllisyyttä ja niihin liittyi positiivinen sosiaalinen ulottuvuus. Tapahtumissa oli usein myös muuta ohjelmaa, ja kauppaa tehdessä tuli juteltua ihmisten kanssa. Vuonna 1989 kirpputorit ja kirpputoritapahtumat olivat aineiston

perusteella yleensä jonkin koulun, järjestön tai seuran ylläpitämiä. Myös sellaisia kirpputoreja, joilla sai itse myydä omaksi hyväkseen, oli jonkin verran. Keskinen (1994, 158) mukaan vuonna 1981 avattu Hietalahden kirpputori oli ensimmäinen, jossa ihmiset saivat myydä tavaraa ja vaatetta omaksi hyväkseen. Aineiston perusteella valtaosa kirpputoreista keräsi varoja hyväntekeväisyyteen tai vastaavaan. Hyväntekeväisyyslottuvuuden vuoksi kirpputorilla annettiin itselle lupa ostaa myös harkitsemattomia ja tarpeettomia ostoksia. Toisaalta myös kulutusjuhlaa haluttiin hillitä kirpputorilta ostamalla. Kirpputorille vaatteita ja tavaroita lahjoittamalla haluttiin myös tukea hyväntekeväisyyttä ja samalla rauhoittaa kulutuksesta soimaavaa omaatuntoa.

Vuonna 1989 Suhtautumisessa kirpputoreihin ja kirpputorivaatteisiin on havaittavissa selkeää kaksijakoisuutta. Toisaalta kirpputorilla saattoi käydä kuka vain, toisaalta siellä käymällä saattoi leimautua köyhäksi. Kirpputoriostoksia salailtiin ja häpeiltiin, mutta toisaalta niistä kerrottiin ja ylpeiltiin. Vaikka itse kirpputorien ajateltiin olevan muodikkaita, niillä myytävien vaatteiden ajateltiin olevan epämuodikkaita. Kuitenkin myös vaatteita ostettiin. Suhtautumisen kaksijakoisuus viestii ehkä pula-ajan ja uuden vauraamman ajan sukupolvien ajatusmaailmojen eroista (vrt. Keskinen, 1994, 161, 168). Rinnakkain eli kahden eri sukupolven suhtautuminen kuluttamiseen ja myös jonkun toisen aikaisemmin käyttämiin vaatteisiin. Mukana on varmasti myös kaupunkien maaseutua suvaitsevaisemman ilmapiirin vaikutus ihmisten ajatuksiin, sekä anonymiteetti, jonka suojassa kaupunkilainen saattoi käydä kirpputorilla ilman naapuriensa tuomitsevaa tarkkailua.

6.1.2 Kirpputorivaatteet vuonna 2014

Kirpputorivaatteeseen pukeutuminen

Vuodesta 1989 vuoteen 2014 suhtautuminen kirpputorivaatteisiin on muuttunut dramaattisesti. Jos vuonna 1989 ei kirpputorivaatteissa voinut käydä ulkona, suhtauduttiin vuonna 2014 pääosin myönteisesti ajatukseen, että juhlien järjestäjä pukeutuisi hienoissa juhlissaan kirpputorivaatteisiin. Valintaa saatettiin ihailla, arvostaa ja sille saatettiin olla jopa kateellisia, kunhan valinta tuotaisiin esiin asiallisesti. Uutta ei pidetty vanhaa arvokkaampana, ja joidenkin silmissä jopa juhlien ja niiden järjestäjän arvostus olisi noussut asuvalinnan myötä.

Juhlien järjestäjään liitettiin useita myönteisiä ominaisuuksia, kuten kekseliäisyys, rohkeus, eettinen ja ekologinen ajatusmaailma, omilla aivoilla ajattelu ja ajanhermolla oleminen. Oliin iloisia myös siitä, että ennakkoluulot olivat madaltuneet niin, että juhlassakin saatettiin jo pukeutua kirpputoriasuun.

Suhtautuminen saattoi riippua myös puvun ominaisuuksista, eikä niinkään ostopaikasta. Kauniille puvulle kirpputorialkuperä antaisi lisäarvoa, mutta rumaa se rumentaisi entisestään. Nuhjuinen asu vahvistaisi kirpputorivaatteisiin liittyviä negatiivisia mielikuvia. Onnistunut asu olisi positiivinen yllätys, mutta toisaalta taas suurempi yllätys olisi epäonnistunut uusi ja kallis juhla-asu. Joidenkin vastaajien mielestä asia on niin normaali, ettei siitä edes tarvitsisi olla mitään mieltä, tai päinvastainen toiminta herättäisi suurempaa ihmettelyä. Pukeutumista saatetaan myös pitää toissijaisena asiana, eikä sitä haluttu ajatella.

Vintageasuun pukeutumista pidettiin joissakin vastauksissa hyväksyttävämpänä kuin tavalliseen kirpputorilta ostettuun juhla-asuun pukeutumista. Joissakin Ei koskaan -ryhmän vastauksissa vintageasua pidettiin ainoana hyväksyttävänä kirpputorilta ostettuna asuna juhlassa. Palmerin (2005, 197–198, 200–201) mukaan vintagesta on tullut muotia sen vuoksi, että massamuoti on harvoin yksilöllistä. Vintagepukeutuminen sisältää vintagevaatteiden ja uusien vaatteiden yhdistämisen yhtäläillä kuin eri tyylien ja aikakausien yhdistelmän luomisen. Vintage saatetaan määritellä myös hyvin laajasti, esimerkiksi 1920-luvun couturemekosta viime vuoden Fendin käsilaukkuun. Vintageen liittyy siis selkeästi ylellisyyden leima. Vastaajat eivät määritelleet omaa käsitystään siitä, mitä vintage on. Joka tapauksessa kävi kuitenkin ilmi, että se on jotain hienompaa ja ylellisempää kuin tavallinen kirpputorivaate, se on rinnastettavissa uuteen juhla-asuun ja on sen vuoksi hyväksytty myös osaksi juhlapukeutumista.

Vaikka iso osa vastaajista piti kirpputorijuhlavaatetta samanarvoisena uuden kanssa, kokivat jotkut kuitenkin asian päinvastoin ja suhtautuivat asuvalintaan negatiivisesti. Valinta saattaisi aiheuttaa järjestäjän arvonalenemista, tai ajateltiin, ettei juhlien järjestäjä osoittaisi arvostusta vieraita kohtaan. Juhlavieraan vastaava valinta olisi kuitenkin vielä epäkunnioittavampi. Joidenkin vastaajien mukaan järjellä ajatellen valinta olisi fiksu, mutta siitä huolimatta valinta herättäisi negatiivisia ajatuksia tai ainakin kysymyksen, olisiko puku asiallinen tai enää hyvässä kunnossa. Kirpputorivaate ei siis edelleenkään ole kokonaan karistanut harteiltaan negatiivista leimaansa. Negatiivinen leima liittyy kuitenkin enemmän puvun ominaisuuksiin ja ehkä nimenomaan siihen, onko hienossa tilaisuudessa soveliasta pukeutua kirpputoriasuun, kuin siihen, että kirpputorivaate olisi epämuodikas tai merkki köyhyydestä.

Vuoden 2014 aineiston perusteella sellaisten ihmisten suhtautuminen kirpputorivaatteisiin, jotka itse eivät osta kirpputorivaatteita tai pukeudu niihin, on kuitenkin suhteellisen myönteistä. Kysyttäessä, miksi joku ostaa kaikki vaatteensa kirpputorilta, ovat mahdollisina pidetyt syyt melko positiivisia ja myös yhteneväisiä niiden perustelujen kanssa, joita kirpputoreilla joskus tai usein asioivat ihmiset antavat omalle toiminnalleen. Köyhyys nostetaan yhdeksi mahdolliseksi syyksi, mutta köyhyyttä ja kirpputorivaatteita ei suoraviivaisesti liitetä yhteen toisin kuin vuonna 1989. Köyhyyden sijaan useissa vastauksissa puhutaankin säästäväisyydestä, jonka yhtenä alakohtana köyhyys tai rahapula usein mainitaan. Säästäväisyys taas liitetään järkevyyteen.

Säästäväisyydellä on mielestäni sanana paljon positiivisempi kaiku kuin köyhyydellä. Säästäväisyyden syinä köyhyyden lisäksi mainitaan nuukuus, rahankäytön priorisointi johonkin muuhun, järkevyyks siinä mielessä, että säästäminen vaatehankinnoissa on järkevää tai se, että vapaaehtoisesti on valittu pitää kuluttaminen mahdollisimman pienenä. Köyhyyden sijaan saatetaan käyttää myös sanaa rahapula, joka vaikuttaa olevan vähemmän pysyvä olotila kuin köyhyys. Myös ne, jotka itse ostavat kirpputorivaatteita perustelevat toimintaansa järkisyillä, joihin säästäväisyys kuuluu. Vaikka joissain tilanteissa käytännön pakko ajaa ostamaan vaatteita edullisesti, voi säästäväisyys kuitenkin olla myös vapaaehtoinen valinta.

Entwistlen (2000, 138) ja myös Cranen (2000, 5-6) mukaan luokkaidentiteetti ei enää ole yhtä vahvasti yhteydessä pukeutumiseen kuin ennen. Köyhyyttä ei siis näe vaatteista enää samalla tavalla kuin aikaisemmin, sillä halvan massatuotannon seurauksena köyhänkin on mahdollista omistaa paljon vaatteita. Muoti on tasa-arvoistunut. Nyt-liitteen (13.9.2013) mukaan vuonna 2013 suomalainen omisti 40 % enemmän vaatteita kuin 2000-luvun alussa. Helsingin Sanomien (14.9.2013) mukaan myös kaatopaikalle joutuvan vaateen määrä oli kolminkertaistunut 2000-luvun alusta vuoteen 2013. Tämä vaatteiden määrän kasvu koskee niin köyhiä kuin rikkaita.

Kirpputorivaatteiden hinta-laatusuhde koetaan usein paremmaksi kuin uusien vaatteiden. Tämän todistavat useat käyttökerrat ja pesut, jotka kirpputorivaatteet ovat jo käyneet läpi ja kestäneet. Uutena ostettu vaate saattaa menettää kuosinsa ensimmäisen pesun jälkeen. 1990-luvulta enenevässä määrin kiihtynyt nopea muoti tuottaa yhä huonompilaatuista kertakäyttövaatetta markkinoille (Lee, 2007, 16–17; Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 64). Halvat huonolaatuiset vaatteet saattavat maksaa saman verran tai vähemmän kuin hyvälaatuinen käytetty vaate. Sen vuoksi on järkevämpää ostaa halvalla laadukasta käytettyä.

Heinosen (2004, 167) mukaan mielihyvän tavoittelua on pidetty modernin kulutusyhteiskunnan synnyn keskeisenä voimana, ja kulutukseen liitetään usein mielihyvän tuottaminen. Myös vaateostosten tekoa kirpputorilla perusteltiin sillä, että se tuottaa mielihyvää. Kuitenkin kokemus ei liittynyt pelkästään vaatteiden ostamiseen ja omistamiseen, vaan siihen liittyi myös muita ulottuvuuksia. Kuten vuonna 1989, myös vuonna 2014 kirpputoriostosten tekoon liittyvä sosiaalisuus koettiin myönteisenä asiana. Kirpputorille mennään usein ystävien seurassa, ja myyjänkin kanssa tulee juteltua kauppaa tehdessä. Vaatteen sisältämä tarina viehättää, ja hyvien löytöjen tekemisestä saa iloa ja jännitystä elämään. Iloa tuottaa myös se, että saa osallistua kierrätykseen tai tukea hyväntekeväisyyttä asioimalla hyväntekeväisyysjärjestön kirpputorilla. Kirpputorien rento ja kiireetön tunnelma rentouttaa, eikä siellä synny samanlaista masennusta kulutusyhteiskunnasta, kun uusia vaatteita myyvissä kaupoissa usein syntyy.

Syyt siihen, miksi kirpputorilla ei sitten itse haluta asioida tai kirpputorivaatteeseen pukeutua, liittyvät lähinnä käytännön esteisiin. Kirpputorilla asioiminen vaatii liikaa aikaa ja vaivaa, se koetaan rasittavaksi, haastavaksi ja jopa mahdottomaksi. Kirpputoreilla ei pysty sovittamaan vaatteita, ne ovat väärän kokoisia, huonokuntoisia ja kuluneita sekä ylihinnoiteltuja, kirpputoreilla on sekavaa, ei löydy järjestystä, ja kokoja löytyy vain yksi kappale. Joillekin terveys on esteenä, sillä kirpputorivaatteet saattavat tulla hometalouksista, jolloin niissä on hometta. Osa vastaajista kertoi syyksi myös muita kuin käytäntöön liittyviä asioita: Kirpputorivaatteet saatetaan kokea muuten vain ällöttävinä, ne tuovat mieleen tait tai lamaajan lapsena on jouduttu pukeutumaan kirpputorivaatteisiin, eikä aikuisena enää haluta vapaaehtoisesti tehdä niin (vrt. Malinen, 2005, 35–36). Kierrätystä saatetaan haluta myös harrastaa mieluummin jollain muulla tavalla, koetaan, ettei kirpputori-ilmio tue minimalistisuutta parhaalla mahdollisella tavalla.

Muoti ja persoonallisuus

Muoti ja persoonallisen tyylin etsiminen nostettiin yhdeksi suurimmista syistä tehdä vaateostoksia kirpputorilta. Ne, jotka eivät osta kirpputorivaatteita ajattelivat kirpputorilla asioivan ihmisen haluavan olla tyylikäs ja trenditietoinen, mutta samalla persoonallinen ja massasta erottuva, ja haluavan päivittää tyyliään usein kukkaroa tai ympäristöä rasittamatta. Kirpputori-ilmiota ylipäänsä pidettiin myös muoti-ilmionä. Toisin kuin vuonna 1989, liitetään kirpputorivaatteet ja muodikkaus yhteen vuonna 2014. Kirpputorivaatteisiin pukeutujat

mainitsivat persoonallisuuden kirpputorivaatteiden eduksi. He etsivät kirpputoreilta vaatteita, jotka ovat tyylikkäitä ja ilmentävät samalla omaa persoonallista tyyliä. He haluavat seurata muotia, mutta omilla ehdoillaan. Nopean muodin aiheuttama vaatteista nopeasti luopuminen näkyy myös kirpputorien laajassa tarjonnassa. Yhtä aikaa tarjolla on viime viikolla uusia vaatteita myyvässä kaupassa nähtyjä vaatteita sekä usean vuosikymmenen takaisia vaatteita. Suuresta valinnanvarasta pystyy poimimaan yksilöllisiä asukokonaisuuksia, joilla rakennetaan omaa persoonallista tyyliä. Edullisuus edesauttaa myös rohkeiden valintojen tekemistä, ja vaatekaapista tulee iloisempi kuin se olisi, jos vaatteita ostaisi kalliimmalla uutena.

Palmerin (197–198, 212) mukaan vintagesta on tullut muotia juuri sen vuoksi, että massamuoti on harvoin yksilöllistä. Vastaava ilmiö näkyy myös "tavallisten" kirpputorien suosiossa. Vintageen pukeutujien ensisijainen motiivi on persoonallinen pukeutuminen, mikä vaikuttaa olevan myös aineiston perusteella kirpputorivaatteisiin pukeutujien suurimpia motiiveja. Cranen (2000, 9–11) mukaan postmoderni ihminen elää "hypersirpaloituneessa" maailmassa, jossa yhtenäisen sosiaaliluokan sijaan on kasvava määrä hajanaisuutta ja eroavaisuutta luokkien sisällä. Elämäntyylien kirjo vapauttaa yksilön luomaan itse oman identiteettinsä tai useita identiteettejä. Tässä persoonallisen identiteetin jatkuvassa rakentamisessa ja muokkaamisessa muodikkaiden vaatteiden kuluttaminen on ratkaisevan tärkeässä osassa. Kuluttajat eivät enää ole muodin uhreja, vaan he valikoivat muoteja kasvavasta tarjonnasta omien identiteettinsä ja elämäntyyliensä perusteella. Kuluttajan oletetaan kokoavan yksilöllinen ulkoasu useiden mahdollisuuksien joukosta. Aineiston perusteella juuri kirpputorit tarjoavat tällaisen laajan valinnanmahdollisuuksien joukon. Samasta puhuu myös Niinimäki (2011, 33–34), jonka mukaan kuluttajalla on jatkuva tarve uudistaa itseään, ja "itse" kytketään vahvasti kuluttamiseen. Kirpputorivaatteiden avulla itseään pystyy uudistamaan usein ja edullisesti.

Entwistlen (2000, 114) mukaan vaatteet, joihin pukeudumme, ovat kuitenkin kompromissi sosiaalisen maailman vaatimuksista, ympäristömme ja yksilöllisten mieltymystemme välillä. Emme edelleenkään ole vapaita jo Simmelin (1989, 26–27; ks. myös Aikasalo, 2000, 225–226) huomaamasta muodin luonteeseen kuuluuvasta tarpeesta toisaalta kuulua joukkoon, mutta toisaalta myös erottautua siitä edukseen. Tämä kompromissi tulee esiin myös aineistosta, sillä vastaajat haluavat olla muodikkaita ja trendikkäitä myös muiden silmissä. Monet vastaajat kertovat pitävänsä siitä, että muut kehuvat heidän asuvalintojaan, jolloin he saavat kertoa vaatteidensa olevan peräisin kirpputorilta. Entwistlen (2000, 112–113) sekä myös Niinimäen (2011, 33–34) mukaan pukeutumisen yksi tarkoitus onkin luoda muille positiivista kuvaa itsestä.

Vaateteollisuuden ongelmakohdat

Vuonna 2014 suomalaiset kirpputorikuluttajat vaikuttavat olevan tietoisia vaateteollisuuden ongelmakohdista. Ne, jotka eivät itse osta kirpputorivaatteita ajattelevat, että ne jotka näin tekevät, haluavat kulutusvalinnoissaan olla ekologisia ja eettisiä. He ovat huolissaan luonnon tuhoutumisesta ja vaateteollisuuden etiikasta. He haluavat myös vastustaa kulutushysteriaa, vaikka toisaalta kirpputoritoiminnassa nähdään myös yhteneväisyyttä kulutushysteriseen käyttäytymiseen. Myös kirpputorilla asioivat vastaajat perustelevat toimintaansa eettisillä ja ekologisilla asioilla. Kirpputorilta vaatteiden ostaminen koetaan kestävämmäksi vaihtoehdoksi kuin uusien vaatteiden ostaminen, sillä ympäristö ei näin kuormitu samalla tavalla, eikä suoraan tueta epäeettistä vaateteollisuutta. Myös tekstiilijätteen määrä vähenee, kun vaate saa useamman uuden elämän. Kirpputorilta saa vaatteiden lisäksi ostettua itselleen hyvän omantunnon.

Moilalan (2013, 55–57) mukaan halvan työvoiman maiden ompelijoille menee vaatteiden myyntihinnasta noin 0,5-1 %. Palkkaus ei usein täytä edes maan minimipalkkavaatimusta, vaikka työpäivät saattavat venyä jopa 18-tuntiseksi (Sluiter, 2009, 60–61; Moilala, 2013, 60, 69). Puuvillan viljelyn lisäksi värjäys ja kemikaalien käyttö kuormittaa ympäristöä (Moilala, 2013, 51–52), ja käytön jälkeen syntyvä valtava tekstiilijätteen määrä täyttää kaatopaikat (Fletcher & Grose, 2012, 63). Vaikka kuluttajat usein ovatkin kiinnostuneita ekologisista ja eettisistä kysymyksistä, eivät kulutusvalinnat kuitenkaan usein pohjautu näihin arvoihin (Koskennurmi-Sivonen & Laamanen, 2014, 64; Niinimäki, 2011, 36). Aineiston perusteella kuitenkin lähes kaikki kirpputorilla asioivat ihmiset perustelivat toimintaansa ekologisilla ja eettisillä näkökohdilla ja olivat hyvin tietoisia niistä. Eettiset ja ekologiset näkökulmat olivat yksi niistä syistä, jotka houkuttelivat tekemään ostoksia kirpputorilla.

Vuoden 2014 kirpputorikuluttaja vaikuttaa olevan tietoinen monenlaisista vaateteollisuuden ongelmakohdista. Tämä johtuu varmasti siitä, että esimerkiksi tiedotusvälineissä vaatetehtaiden romahtamiset ja muut ongelmat ovat ylittäneet uutiskynnyksen. Yle-uutisten (17.10.2013) mukaan Bangladeshin vaatetehtaiden työlöt saivat kansainvälistä huomiota muutaman suuronnettomuuden jälkeen. Huhtikuussa 2013 Rana Plaza -tehtaan romahduksessa kuoli 1100 työntekijää, ja marraskuussa 2012 Tazreen Fashions -tehtaan palossa kuoli ainakin 117 ihmistä. Pienempiä onnettomuuksia tapahtuu jatkuvasti ja työntekijät altistuvat myös vaarallisille kemikaaleille ja hiekkapuhalluksille. Kirpputoreihin suhtauduttiin myönteisesti myös sen vuoksi, että niillä saattoi harjoittaa kierrätystä. Fletcherin ja Grosen (2012, 63–64, 73) mukaan kirpputorit ovat kuitenkin vain lyhyen aikavälin ratkaisu

tekstiilijäteongelmaan. Vaatteiden kierrättäminen kirpputorilla ei pureudu ongelman ytimeen, joka on huonolaatuisten vaatteiden liian suuria määriä valmistaminen. Todellisen muutoksen pitäisi tapahtua tuotantotasolla sekä kuluttajien ostokäyttäytymisessä, jotta tekstiilijäteongelma saataisiin ratkaistua.

Kulutushysteria – puolesta vai vastaan?

Vaikka kulutushysterian vastustaminen mainittiin yhdeksi syyksi kirpputoriostosten tekoon, suhtauduttiin ajatukseen toisaalta myös kriittisesti. Ajateltiin, ettei kirpputori tue minimalismia parhaalla mahdollisella tavalla, tai että kirpputorilta usein ostetaan harkitsematta paljon turhaa tavaraa ja vaatetta, jotka eivät tule käyttöön. Koska vaatteet ovat halpoja, ei ostosvalinnoissa tarvitse käyttää harkintaa. Vaatteita ostetaan harkitsematta ja niistä myös luovutaan helposti, jos ne eivät olekaan sopivia tai niihin kyllästytään. Koska kirpputorit eivät suoraan kuormita ympäristöä tai tue epäeettistä vaateteollisuutta, ajatellaan, että vaatteita voi sen tähden ostaa enemmän ja useammin. Myös myymällä kirpputorilla vaatteita, joihin ollaan kyllästyneitä, voidaan saaduilla rahoilla ostaa lisää vaatteita.

Koskennurmi-Sivosen ja Laamasen (2014, 65–66) sekä Niinimäen (2011, 76, 43–44) mukaan Postmoderniin hedonistiseen elämäntapaan kuuluu tarpeiden materiaallinen tyydyttäminen. Ostettuun tavaraan ei sitouduta, vaan jatkuvasti halutaan ostaa uutta. Lyhyitä tunnekokemuksia etsivät kuluttajat ovat kiinnostuneita muodista muutoksena. Jatkuvaa tunnekokemusta tavoittelevat kuluttajat taas harkitsevat valintoja ja sitoutuvat ostettuun vaatteeseen. Erään vastaajan mukaan uutena ostetusta kalliista vaatteesta on vaikeampi luopua kuin halvalla ostetusta kirpputorivaatteesta, jonka voi ilman suurempaa luopumisen tuskaa laittaa taas eteenpäin.

Toimiiko halpa kirpputorimuoti siis samaan tapaan kuin nopean muodin edulliset tuotokset? Rohkaiseeko se kuluttajia etsimään jatkuvan tunnekokemuksen sijaan lyhyitä tunnekokemuksia? Koskennurmi-Sivosen ja Laamasen (2014, 63–65) mukaan hitaan muodin edellytyksenä on ymmärtää muoti pukeutumistyyliksi, joka kytkeytyy aikaan ja muuttuu, mutta joka ei kuitenkaan tarvitse jatkuvaa muutosta. Kirpputorien edullinen, runsas ja jatkuvasti lisääntyvä tarjonta ei parhaalla tavalla edesauta tätä asenteen muutosta. Monet vastaajat tiedostivat tämän ja kirpputoria luonnehdittiinkin ”turhamaisen ihmisen pelastukseksi”, paikaksi, jossa huono omatunto ei vaani jokaisen kauppakuitin takana. Samaa todistaa entisen

työpaikkani seinällä oleva osuva iskulause: "Krooninen shoppailija saa pienemmät morkkikset käytetystä".

6.1.3 Yhteenveto

Niin vuonna 1989 kuin myös vuonna 2014 kirpputorivaatteet herättivät tunteita. Niitä hävettiin, niistä oltiin ylpeitä, niitä inhottiin ja niitä rakastettiin. Kirpputorivaatteet herättivät voimakkaita mielipiteitä niin puolesta kuin vastaan.

Toisin kuin vuonna 1989, ei vuonna 2014 kukaan mainitse häpeän tai paljastumisen pelon vuoksi jättävänsä käymättä kirpputorilla tai ostamatta kirpputorivaatteita. Vuoden 1989 aineiston perusteella kirpputorilta ostettuja vaatteita pidettiin omiana vaateryhmänään ja niihin pukeuduttiin yleensä vain kotona. Kirpputorilta ostetussa vaatteessa oli kirpputorileima, joka oli usein negatiivinen ja viesti köyhyydestä. Vuonna 2014 suuri osa vastaajista kertoi, etteivät erottele kirpputorilta ostettuja vaatteita uusina ostetuista, vaan kaikki vaatteet ovat kaapissa sekaisin ja sieltä valitaan vaatteet tilanteen mukaan ostopaikkaa miettimättä. Vuonna 2014 kirpputorivaatteet ovat lähes karistaneet yltään köyhyyden leiman ja niitä kohdellaan vaatteina muiden joukossa, vaikka täysin tasa-arvoista asemaa ne eivät edelleenkään ole saavuttaneet. Vuonna 1989 kirpputorivaatteisiin pukeutuminen oli noloa, vuonna 2014 taas kirpputoriasu on ylpeilyn aihe.

Vuonna 1989 pidettiin kirpputorivaatetta pääosin epämuodikkaana. Muodikkaan ja epämuodikkaan välinen raja oli selkeä. Vuonna 2014 tällainen luokittelu on paljon vaikeampaa, eikä vastaavaa selkeää rajaa kahden ääripään välille pysty piirtämään. Kulutuksen ja vaatemäärien kasvun seurauksena vaatteita käytetään nykyään lyhyemmän aikaa ja ne päätyvät kirpputoreille ehkä nopeammin. Kirpputorien tarjonta on myös laaja. Vuonna 2014 yleinen ajatus on, että kirpputorivaate on modikas ja persoonallinen. Ihmiset etsivät yksilöllisiä vaatteita ja luovat rohkeasti omaa tyyliään kirpputorivaatteiden avulla.

Vuonna 1989 halpoja hintoja pidettiin kirpputorin ominaispiirteenä ja halpojen hintojen vuoksi siellä myös tehtiin ostoksia. Vaatteiden ja tavaroiden laatu taas ei usein ollut kehuttavaa. Vuonna 2014 hinta-laatusuhde kirpputoreilla koetaan hyväksi, ja niiltä löytää usein laadukkaita vaatteita tai merkkipaatteita edullisesti. Toisaalta hinnat ovat nousseet entisestä ja kirpputoreilla saattaa olla myynnissä hyvinkin kallista vaatetta. Laadukkaat vaatteet pitää myös etsiä huonolaatuisten joukosta. Vuonna 1989 pohdittiin kirpputorivaatteiden terveellisyyttä.

Pelättiin esimerkiksi tarttuvia tauteja tai "jotain erityisominaisuutta", jonka edellinen käyttäjä oli jättänyt vaatteeseen. Vuonna 2014 kirpputorivaatteet koettiin jopa terveellisemmiksi kuin uudet vaatteet. Uusien vaatteiden kemikaalikäsittelyt kun ovat käytetyissä vaatteissa jo ehtineet huuhtoutua pois. Toisaalta esimerkiksi edellisestä asunnosta tarttuneen homeen vuoksi myös kirpputorivaatteiden terveellisyyttä kyseenalaistettiin.

Vuonna 1989 tavarahan lahjoittaminen kirpputorille koettiin kestävämmäksi vaihtoehdoksi, kuin sen vieminen suoraan kaatopaikalle. Kirpputorilta ostamalla haluttiin hillitä kulutusjuhlaa ja jatkuvaa uuden turhan tavarahan valmistamista. Kirpputorilta ostamalla ja sinne lahjoittamalla tuettiin hyväntekeväisyyttä. Vuonna 1989 koettiin ekologisesti kestäväksi lahjoittaa alun perin uutena ostetut vaatteet kirpputorille, ja kirpputorilta ostaminen koettiin eettiseksi siksi, että sen tuotto yleensä meni hyväntekeväisyyteen. Vuonna 2014 koetaan ekologisesti ja eettisesti kestäväksi ostaa vaatteita kirpputorilta, koska uusien vaatteiden tuottaminen kuormittaa ympäristöä ja riistää vaatetehtaiden työntekijöitä sekä myös, koska näin vähennetään tekstiilijätteen määrää. Molemmissa aineistoissa kirpputorilla asioimiseen liitettiin hyvän omantunnon saaminen. Vuoden 1989 aineistossa ei puhuta lainkaan vaateteollisuuden työoloista, kun taas vuonna 2014 niistä puhutaan ja sen ongelmakohtia pohditaan. Kulutushysteriaa ja jatkuvaa uusien tavaroiden tuottamista halutaan hillitä niin vuonna 1989 kuin vuonna 2014:kin. Vuonna 2014 tiedostetaan myös, että kirpputorilta ostaminenkin voi toimia osana kulutushysteriaa, jos ostetaan paljon yli oman tarpeen.

6.2 Tutkimuksen arviointi

Onnistuin saamaan tutkimukseeni yllättävän laajan aineiston. Halusin tutkia suhtautumista kirpputorivaatteisiin siitä näkökulmasta millaista se on ollut ennen ja millaista se on nyt. Lapsuusmuistojeni ja viimeaikaisten havaintojeni valossa oletin, että jonkinlainen muutos tilanteessa oli tapahtunut. Onnekseni löysin Museoviraston arkistosta aineiston, joka ruokki tiedonnälkäni hyvin. Aineiston keruu myös vuodelta 2014 onnistui paremmin kuin odotin, ja sain vuorokaudessa huomattavasti enemmän vastauksia, kuin olisin edes tarvinnut. Aineistosta tuli loppujen lopuksi hyvin laaja, kun vuoden 1989 kyselyyn oli tullut vastauksia 900 sivua käsin kirjoitettuna, ja vuodelta 2014 vastauksia oli kertynyt 1176. Vaikka en valinnutkaan kaikkia vastauksia tutkimukseen, vei aineistojen läpi käyminen silti useita viikkoja, ja käsin kirjoitettujen vastausten puhtaaksi kirjoittaminen vei myös aikaa. Loppujen lopuksi molemmat

aineistot tarjosivat paljon hyödyllistä tietoa tutkimuksen aiheesta, ja sain niiden avulla kattavat vastaukset tutkimuskysymyksiini.

Mielestäni jo vuoden 2014 kyselyyn vastanneiden suuri joukko kertoo aiheen ajankohtaisuudesta paljon. Kirpputoreista puhutaan, niillä käydään ja niistä kirjoitetaan lehdissä. Kirpputori on kasvattanut suosiotaan, ja suhtautuminen kirpputorivaatteisiin on muuttunut huomattavasti myönteisemmäksi viimeisen 25 vuoden aikana. Aineiston keruukanavana Facebook toimi erittäin hyvin. Iso osa suomalaisista kuuluu nykyään Facebookiin ja siellä tieto lähtee nopeasti leviämään, kun erilaisiin yhteisöihin kuuluu tuhansia ihmisiä. Toisaalta Facebook ei tavoita kaikkia. Esimerkiksi iäkkäät ihmiset eivät välttämättä kuulu sosiaalisen median yhteisöihin, tai käytä muutenkaan internetiä. Tästä huolimatta sain vastauksia kaikenikäisiltä ihmisiltä.

Asuinpaikan vaikutus kirpputorivaatteisiin suhtautumiseen jäi tässä tutkimuksessa vähälle huomiolle. Osittain tämä johtui siitä, että unohdin kysyä vuoden 2014 kyselyssä asuinpaikkaa. Uskon, että sillä on merkitystä, asuuko esimerkiksi pääkaupunkiseudulla, vai jossain pienellä paikkakunnalla maaseudulla. Tämä tuli ilmi ainakin vuoden 1989 aineistossa, kun pienellä paikkakunnalla ei haluttu pukeutua kirpputorivaatteisiin julkisesti, kun ne saattoivat olla tunnistettavasti jonkun naapurin aikaisemmin omistamia. Yksi jatkotutkimuksen aihe voisi ollakin se, millä tavalla asuinalue vaikuttaa siihen, millaisia ajatuksia ihmisillä on kirpputoreista ja kirpputorivaatteista. Myös iän vaikutus suhtautumiseen on mielenkiintoinen. Työssäni käsityönopettajana ala-asteella kuulin 11–12-vuotiaiden suusta paljon negatiivisia kommentteja koskien vaatteiden ostamista kirpputorilta. Vaikka tämän tutkimuksen puitteissa suhtautuminen kirpputorivaatteisiin vaikuttaisi olevan melko positiivinen, onko silti niin, että iällä on suuri merkitys asenteisiin? Suurin osa vuoden 2014 kyselyn vastaajista oli syntynyt vuosien 1970–1990 aikana, vaikka muunkin ikäisiä vastaajia oli paljon. Tulokset heijastelevat siis eniten 20–40-vuotiaiden näkemyksiä asiasta. Mielenkiintoinen jatkotutkimusaihe olisi tutkia eri ikäryhmien ajatuksia koskien kirpputorivaatteita ja verrata niitä keskenään.

Jonkin verran aloin vuoden 2014 vastauksia lukiessani epäillä sitä, kertoivatko ihmiset todellisen mielipiteensä asiasta. Monet Ei koskaan -ryhmän vastaajat saattoivat hyvin lyhyesti sivuuttaa kysymyksen siitä, mitä he ajattelivat henkilöstä, joka ostaa kaikki vaatteensa kirpputorilta. Vastaukset saattoivat olla esimerkiksi, "on jokaisen oma asia mistä vaatteensa ostaa" tai "minulla ei ole varaa tuomita ketään". Jäin miettimään sitä, piiliko tällaisten vastauksen takana ajatuksia, joita ei uskallettu kirjoittaa auki? Eräs vastaaja kertoikin, että järjellä ajatellen toiminta on fiksum, mutta silti se tuntuu omituiselta. Ehkä joissakin näissä

vastauksissa järjen ääni peitti alleen automaattisen tunnereaktion, joka kuitenkin ohjaa omaa toimintaa ja omaa suhtautumista asiaan? Juuri tätä omituisten tunteiden pohdintaa olisi ollut mukava kuulla lisää. Kenties haastattelussa olisikin saanut kaivettua kyselyä paremmin esille juuri näitä piiloon jääviä ajatuksia, vaikka kysely muuten toimi mielestäni erittäin hyvin aineistonkeruumenetelmänä.

Kaiken kaikkiaan tutkimusta oli todella mielenkiintoista, joskin vähintään yhtä työlästä tehdä. Sain tutkimuksesta kattavasti juuri sitä tietoa, mitä lähdin siltä hakemaan, ja olen taas saanut oppia paljon uutta. Kaikki kuitenkin loppuu aikanaan, ja avartava tutkimusmatkani aiheen parissa päättyy tällä erää tähän pisteeseen.

Lähteet

- Aikasalo, P. (2000). Seuratkaamme järkevää ja terveellistä muotia. Naisten pukeutumishanteet ja vaatevalinnat 1920-luvulta 1960-luvulle. Helsinki: Suomen Muinaismuistoyhdistys.
- Crane, D. (2000). Fashion and It's Social Agendas. Class, Gender and Identity in Clothing. Chicago: The University of Chicago Press.
- Entwistle, E. (2000). The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory. Cambridge: Polity Press.
- Fletcher, K. & Grose, L. (2012). Fashion and sustainability. Design for change. London: Laurence King Publishing.
- Frick, C. C. (2005). The Florentine Rigattieri: Second Hand Clothing Dealers and the Circulation of Goods in the Renaissance. Teoksessa A. Palmer & H. Clark (toim.), *Old Clothes, New Looks – Second Hand Fashion* (13–28). New York: Berg.
- Hansen, K. (2004). Helping or Hindering? Controversies Around the International Second-hand Clothing Trade. *Anthropology Today, August 2004 (Vol 20 No 4)*. Luettu 28.10.2013. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.0268-540X.2004.00280.x/pdf>
- Hansen, K. (2008). Charity, Commerce, Consumption. The International Second-hand Clothing Trade at the Turn of the Millenium – Focus on Zambia. Teoksessa L. Fontaine (toim.), *Alternative Exchanges, Second-hand Circulations from the Sixteenth Century to the Present* (221–234). New York and Oxford: Bergham Books.
- Heinonen, V. (2000). Näin alkoi "kulutusjuhla". Suomalaisen kulutusyhteiskunnan rakenteistuminen. Teoksessa K. Hyvönen, A. Juntto, P. Laaksonen & P. Timonen (toim.), *Hyvää elämää. 90 vuotta suomalaista kuluttajantutkimusta*. (8–22). Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus ja Tilastokeskus.
- Heinonen, V. (2004). Kulutus ja eettiset kysymykset. Teoksessa K. Ahlqvist & A. Raijas (toim.), *Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. (167–193). Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hel Looks. Luettu 15.9.2013. <http://www.hel-looks.com/>
- Hämäläinen, J. (6.8.2014). Vaatteille tulee uusiokäyttöpakko. *Vantaan Sanomat*. Luettu 16.8.2014. <http://www.vantaansanomat.fi/artikkeli/230466-vaatteille-tulee-uusiokayttopakko>

- Ilmonen, K. (1993). Tavaroiden taikamaailma. Sosiologinen avaus kulutukseen. Tampere: Vastapaino.
- Jompero, S., & Pajari, K. (14.9.2013). Keräysastioihin päätyy yli yhdeksän miljoonaa kiloa vaatteita. *Helsingin Sanomat*. Luettu 16.9.2013.
<http://www.hs.fi/kaupunki/a1379061054730>
- Kainulainen, S. & Parente-Capková, V. (2011). Häpeän latautunut toiminta. Esipuhe. Teoksessa S. Kainulainen & V. Parente-Capková (toim.), *Häpeä vähän! Kriittisiä tutkimuksia häpeästä* (6–21). Turku: Utukirjat.
- Keskinen, V. (1994). Helsingin kirpputorit – Karnevalismia ja apatiaa. Teoksessa V. Keskinen (toim.), *Lama sulkee Lama avaa. Helsingin kaupungin tietokeskuksen tutkimuksia 1994:11* (155–169). Helsinki: Helsingin kaupunki, Tietokeskus.
- Keskitalo, P. (2012). Pula-ajan käsityöt – Omin käsin -lehdessä esiintyvät käsityöohjeet vuosina 1938–1952. Pro gradu -tutkielma. Käsityötiede. Helsingin yliopisto.
- Koskennurmi-Sivonen, R., & Laamanen, T. (2014). Muodin hidastaminen. Teoksessa S. Karppinen, A. Kouhia & E. Syrjäläinen (toim.), *Kättä pidempää – Otteita käsityön tutkimuksesta ja käsitteellistämisestä*. (62–72) Kotitalous- ja käsityötieteen julkaisuja 33. Luettu 15.5.2014.
https://tuhat.halvi.helsinki.fi/portal/files/36289687/KATTA_PIDEMPAA.pdf
- Lee, M. (2007). *Eco Chic: The Savvy Shoppers Guide to Ethical Fashion*. London: Gaia.
- Lemire, B. (2005). Shifting Currency: the Culture and Economy of the Second Hand Trade in England, c. 1600–1850. Teoksessa A. Palmer & H. Clark (toim.), *Old Clothes, New Looks – Second Hand Fashion* (29-47). New York: Berg.
- Lidman, S. (2011). Häpeä! Nöyryyttämisen ja häpeän jäljillä. Jyväskylä: Atena.
- Lindeberg, A. (17.10.2013). Muotivaatteiden valmistus tappaa satoja vuosittain. Yle-uutiset. Luettu 21.10.2013.
http://yle.fi/uutiset/muotivaatteiden_valmistus_tappaa_satoja_vuosittain/6887508
- Lindeberg, A. & Tuominen, S. (18.10.2013). T-paidan ompelijalle jää vain luu käteen. Yle-uutiset. Luettu 21.10.2013.
http://yle.fi/uutiset/t-paidan_ompelijalle_jaa_vain_luu_kateen/6887710
- Malinen, B. (2005). Häpeän monet kasvot. Helsinki: Kirjapaja.
- Mangieri T. (2008). African Cloth Export Production and Secondhand Clothing in Kenya.

- Teoksessa L. Labrianidis (toim.) *The Moving Frontier: The Changing Geography of Production in Labour Intensive Industries* (301–18). London: Ashgate.
- Moilala, O. (2013). Tappajafarkut ja muita vastuuttomia vaatteita. Helsinki: Into kustannus.
- Niinimäki, K. (2011). From Disposable to Sustainable. The Complex Interplay between Design and Consumption of Textiles and Clothing. Helsinki: Aalto University.
- Norris, L. (2012). Trade and Transformations of Secondhand Clothing: Introduction. *Tekstile, Volume 10(2)*, 128–143.
- O’Kelly, H. (2005). Parcels from America: American Clothes in Ireland, c.1930–1980. Teoksessa A. Palmer & H. Clark (toim.), *Old Clothes, New Looks – Second Hand Fashion* (83–96). New York: Berg.
- Palmer, A. (2005). Vintage Whores and Vintage Virgins: Second Hand Fashion in the Twenty-first Century. Teoksessa A. Palmer & H. Clark (toim.), *Old Clothes, New Looks – Second Hand Fashion* (197–213). New York: Berg.
- Seitamaa-Hakkarainen, P. & Koskennurmi-Sivonen, R. (2014). Internet ja sosiaalinen media käsityötieteen tutkimuksen lähteenä ja paikkana – aineistojen muodot ja analyysit. Teoksessa S. Karppinen, A. Kouhia & E. Syrjäläinen (toim.), *Kättä pidempää – Otteita käsityön tutkimuksesta ja käsitteellistämisestä* (116–131). Kotitalous- ja käsityötieteen julkaisuja 33. Luettu 16.2.2014.
https://tuhat.halvi.helsinki.fi/portal/files/36289687/KATTA_PIDEMPAA.pdf
- Simmel, G. (1986). *Muodin filosofia*. (1905). Helsinki: Odessa.
- Sluiter, L. (2009). *Clean Clothes. A Global Movement to end Sweatshops*. New York: Pluto Press. Luettu 28.3.2014.
<http://site.ebrary.com/lib/helsinki/docDetail.action?docID=10479690>
- Tikka, I. (13.9.2013) Himoshoppaaja piti Nytille ostospäiväkirjaa: Perusviikolla paloi 500 euroa. *Nyt-liite*. Luettu 16.9.2013. <http://nyt.fi/a1305820772463>
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*. Helsinki: Tammi.

Liite 1

Kysely kirpputorivaatteiden ostamiseen ja niihin pukeutumiseen liittyvistä asenteista ja motiiveista

Kyselyllä kerätään aineisto käsityötieteen gradua varten, ja tutkijana on Helsingin yliopistossa käsityönopeuttajaksi opiskeleva Kaisa Vilhunen.

Esitiedot

Millä vuosikymmenellä olet syntynyt?

1920, 1930, 1940, 1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2000

sukupuoli:

nainen

mies

muu

ostan itselleni vaatteita kirpputorilta:

usein

joskus

en koskaan

pukeudun kirpputorivaatteeseen:

usein

joskus

en koskaan

Jos et osta lainkaan vaatteita kirpputorilta, etkä pukeudu kirpputorilta ostettuihin vaatteisiin, vastaa vain kysymyksiin 2. ja 4.

Vaateostosten tekeminen kirpputorilla - motiivit ja asenteet

1. Mikä motivoi sinua ostamaan omaan käyttöösi vaatteita kirpputorilta?
2. Kuulet, että tuttavasi ostaa kaikki vaatteensa kirpputorilta. Mitä mahdollisia syitä ajattelet hänellä olevan?

Pukeutuminen kirpputorivaatteeseen - motiivit ja asenteet

3. Millaisissa tilanteissa ja miksi pukeudut kirpputorivaatteeseen?
4. Olet hienoissa juhlissa ja kuulet että juhlien järjestäjä on pukeutunut kirpputorilta ostamaansa asuun. Millaisia ajatuksia tämä herättää sinussa?

Suuret kiitokset vastauksistasi!

Liite 2

Koodifrekvenssitaulukko vuoden 1989 aineiston luokittelusta

CODES-PRIMARY-DOCUMENTS-TABLE

Report created by Super - 05.08.2014 11:40:10

HU: [C:\Documents and Settings\admin\Omat tiedostot\Scientific Softwar...\aineisto
1989.hpr7]

Code-Filter: All [45]

PD-Filter: All [93]

Quotation-Filter: All [187]

	TOTALS:
	1
amerikanvaatteet	3
asenteet	1
esineen tunnearvo	3
hinta	16
historia	41
hupi	9
hygienia	3
hyväntekeväisyys	12
häpeä	9
ideologia	2
järjestäytynyt kirpputoritoiminta herättää epäilyksiä	1
kierrätys	8
kirpputori-sana	2
kirpputorilla asioivat ihmiset	15
kulkukauppiaat	3
Köyhyys	19
lastenvaate	5
läheisten suhtautuminen	1
löydöt	4
muoti	21
myyjät	1
nuoret helsinkiläiset	2
Pariisi	3
petos	2
pikkutavara	1
pukeutuminen kirpputorille menoa varten	1
pukeutuminen toisen vaatteeseen	23
pula-aika	4
suosio	20
tarve	8
terapia	1

Toisen vanha tavara	5
trauma	1
tunnelma kirpputorilla	1
uusiokäyttö	3
vaatteiden ja tavaroiden laatu	13
ylpeys	3
yltäkylläisyys	12
TOTALS:	286

Liite 3

Koodifrekvenssitaulukko vuoden 2014 aineiston luokittelusta

CODES-PRIMARY-DOCUMENTS-TABLE

Report created by Super - 05.08.2014 11:23:52

HU: [C:\Documents and Settings\admin\Omat tiedostot\Documents\GR...\kaikki yhdessä.hpr7]

Code-Filter: All [288]

PD-Filter: All [288]

Quotation-Filter: All [1316]

	TOTALS:
1 eettisyys	13
1 ei halua seurata muotia	2
1 ekologisuus	32
1 erilaisten tyylien kokeileminen	8
1 halu ostaa käytettyä	1
1 helppo löytää sopiva koko	2
1 hinta	68
1 huono tavara	2
1 hyvä mieli	8
1 järkisyöt	1
1 kierrätys	1
1 kirpputori lähellä	2
1 koska kaverikin tekee niin	1
1 kulutushysteria	3
1 löytöjen tekeminen	25
1 merkkivaatteet	3
1 mielijohde	1
1 naamiaiset ym erityistilanteet	4
1 nettikirppikset	1
1 omatunto	7
1 omistaminen	1
1 perinne	2
1 persoonallisuus	19
1 rentoutumiskeino	1
1 saattaa löytää jotain mitä ei löydy suomesta tai kaupoista	15
1 saattaa löytää jotain, mikä on aivan vasta ollut kaupoissa	2
1 samat syyt kuin muissakin vaatekaupoissa	1
1 shoppailuaddiktio	1
1 sosiaalisuus	3
1 tarina	1
1 terveysvaikutukset	3
1 tunnelma	4
1 tuunaus	5

1 tyyli	1
1 vaateen laatu	35
1 vaikea löytää sopiva koko	1
1 vintage	8
2 ahkeruus	1
2 arvostus	4
2 eettisyys	25
2 ei alusvaatteita	1
2 ei halua seurata muotia	4
2 ei löydä uutena sopivia vaatteita	1
2 ei ole kiinnostunut	3
2 ei ole tarkka pukeutumisestaan	1
2 ekologisuus	99
2 elämäntapa	4
2 erityistilanne	2
2 haluaa seurata muotia	7
2 harrastus	16
2 hipsteri	1
2 hupi	1
2 järjestön tukeminen	1
2 kulutushysteria/ylikuluttaminen	7
2 kvaate tuntuu henkilökohtaisemmalta	1
2 löytöjen tekeminen	15
2 materiaalin vuoksi	2
2 muokkaus/tuunaus	5
2 muoti-ilmio	5
2 neutraali suhtautuminen	6
2 on aikaa käyttää kirpputorilla kiertelyyn	4
2 on sellainen vartalo, että löytää helposti vaatteita	4
2 persoonallinen tyyli	58
2 suuri valikoima	1
2 taloudellisuus	134
2 tunnelma	1
2 tuunaus	2
2 vaatteiden laatu	1
2 vanha tavara/keräily	1
2 vintage	3
3 arki	14
3 ei alusvaatteita	2
3 ei eroa muiden vaatteiden käytöstä	85
3 ei kotivaatteita	1
3 erityistilanteet	8
3 juhla	6
3 kestävä elämäntavat	1
3 laatu	3
3 menneen ja uuden muodin yhdistäminen	1
3 mitä ei osteta ktorilta	16
3 omatunto	1

3 tarina	1
3 tuunaus	2
3 työ	6
4 asenne riippuu puvun kunnosta ja ulkonäöstä	32
4 ei tarvitsisi tuoda esille	1
4 ekologinen/eettinen ajattelutapa	9
4 hämmennys	1
4 ihailu	15
4 juhluvieras	3
4 järkevä	1
4 kannanotto	4
4 kateus	19
4 kokenut	1
4 köyhyys	1
4 negatiivinen suhtautuminen	11
4 neutraali suhtautuminen	38
4 positiivinen asenne	85
4 positiivinen yllätys	9
4 pukeutuminen on toissijainen	2
4 puvun käyttäjä on muodikas	2
4 rohkea	1
4 vaatteen alkuperä on toissijainen asia	1
4 vaivannäkö	2
4 vintage	6
ek 2 ahkeruus	1
ek 2 eettisyys	11
ek 2 ei halua seurata muotia	2
ek 2 ei ole kiinnostunut	2
ek 2 ekologisuus	55
ek 2 haluaa seurata muotia	4
ek 2 harrastus	10
ek 2 kulutushysteria/ylikuluttaminen	3
ek 2 löytöjen tekeminen	11
ek 2 materiaalin vuoksi	1
ek 2 muokkaus/tuunaus	5
ek 2 muoti-ilmiö	4
ek 2 neutraali suhtautuminen	3
ek 2 on aikaa käyttää kirpputorilla kiertelyyn	2
ek 2 on sellainen vartalo, että löytää helposti vaatteita	2
ek 2 persoonallinen tyyli	32
ek 2 suuri valikoima	1
ek 2 taloudellisuus	73
ek 2 vaatteiden laatu	1
ek 2 vanha tavara/keräily	1
ek 4 asenne riippuu puvun kunnosta ja ulkonäöstä	18
ek 4 ekologinen/eettinen ajattelutapa	5
ek 4 ihailu	6
ek 4 juhluvieras	3

ek 4 kateus	5
ek 4 negatiivinen suhtautuminen	10
ek 4 neutraali suhtautuminen	13
ek 4 positiivinen asenne	36
ek 4 positiivinen yllätys	6
ek 4 pukeutuminen on toissijainen	1
ek 4 puvun käyttäjä on muodikas	2
ek 4 vintage	3
ilmiö toimii ekologisuutta vastaan	5
j miksi ei itse osta kirpputorivaatteita	2
j1 eettisyys	4
j1 ei halua seurata muotia	1
j1 ekologisuus	21
j1 erilaisten tyylien kokeileminen	2
j1 helppo löytää sopiva koko	1
j1 hinta	43
j1 huono tavara	1
j1 kirpputori lähellä	1
j1 kulutushysteria	2
j1 löytöjen tekeminen	11
j1 mielijohde	1
j1 naamiaiset ym erityistilanteet	4
j1 omatunto	5
j1 omistaminen	1
j1 persoonallisuus	10
j1 saattaa löytää jotain mitä ei löydy suomesta tai kaupoista	13
j1 saattaa löytää jotain, mikä on aivan vasta ollut kaupoissa	1
j1 samat syyt kuin muissakin vaatekaupoissa	1
j1 terveysvaikutukset	3
j1 tunnelma	4
j1 tuunaus	3
j1 tyyli	1
j1 vaateen laatu	17
j1 vaikea löytää sopiva koko	1
j1 vintage	4
j2 arvostus	3
j2 eettisyys	8
j2 ei halua seurata muotia	2
j2 ei ole kiinnostunut	1
j2 ekologisuus	33
j2 elämäntapa	3
j2 erityistilanne	2
j2 haluaa seurata muotia	1
j2 harrastus	5
j2 hipsteri	1
j2 kulutushysteria/ylikuluttaminen	3
j2 löytöjen tekeminen	1
j2 materiaalin vuoksi	1

j2 muoti-ilmilö	1
j2 neutraali suhtautuminen	1
j2 on aikaa käyttää kirpputorilla kiertelyyn	2
j2 on sellainen vartalo, että löytää helposti vaatteita	2
j2 persoonallinen tyyli	20
j2 taloudellisuus	45
j2 tuunaus	1
j2 vintage	2
j3 arki	11
j3 ei eroa muiden vaatteiden käytöstä	49
j3 ei kotivaatteita	1
j3 erityistilanteet	6
j3 juhla	3
j3 menneen ja uuden muodin yhdistäminen	1
j3 mitä ei osteta kitorilta	4
j3 omatunto	1
j3 tarina	1
j3 työ	6
j4 asenne riippuu puvun kunnosta ja ulkonäöstä	9
j4 ei tarvitsisi tuoda esille	1
j4 ekologinen/eettinen ajattelutapa	2
j4 hämmennys	1
j4 ihailu	6
j4 järkevä	1
j4 kannanotto	4
j4 kateus	8
j4 kokenut	1
j4 köyhyys	1
j4 negatiivinen suhtautuminen	1
j4 neutraali suhtautuminen	8
j4 positiivinen asenne	23
j4 positiivinen yllätys	3
j4 pukeutuminen on toissijainen	1
j4 rohkea	1
j4 vaatteen alkuperä on toissijainen asia	1
j4 vaivannäkö	2
j4 vintage	2
maaseutu ja kaupunki	1
miksi ei itse osta kirpputorivaatteita	28
u1 eettisyys	9
u1 ei halua seurata muotia	1
u1 ekologisuus	11
u1 erilaisten tyylien kokeileminen	6
u1 halu ostaa käytettyä	1
u1 helppo löytää sopiva koko	1
u1 hinta	25
u1 hyvä mieli	8
u1 järkisyyt	1

u1 kierrätys	1
u1 kirpputori lähellä	1
u1 koska kaveritkin tekee niin	1
u1 kulutushysteria	1
u1 löytöjen tekeminen	13
u1 merkkivaatteet	3
u1 nettikirppikset	1
u1 omatunto	2
u1 perinne	2
u1 persoonallisuus	10
u1 rentoutumiskeino	1
u1 saattaa löytää jotain mikä on aivan vasta ollut kaupoissa	1
u1 saattaa löytää jotain mitä ei löydy suomesta tai kaupoista	2
u1 shoppailuaddiktio	1
u1 sosiaalisuus	3
u1 tarina	1
u1 tuunaus	2
u1 vaateen laatu	18
u1 vintage	4
u2 arvostus	1
u2 eettisyys	6
u2 ei alusvaatteita	1
u2 ei löydä uutena sopivia vaatteita	1
u2 ei ole tarkka pukeutumisestaan	1
u2 ekologisuus	11
u2 elämäntapa	1
u2 haluaa seurata muotia	2
u2 harrastus	1
u2 hupi	1
u2 järjestön tukeminen	1
u2 kvaate tuntuu henkilökohtaisemmalta	1
u2 löytöjen tekeminen	3
u2 neutraali suhtautuminen	2
u2 persoonallinen tyyli	6
u2 taloudellisuus	18
u2 tunnelma	1
u2 vintage	1
u3 arki	3
u3 ei alusvaatteita	2
u3 ei eroa muiden vaatteiden käytöstä	35
u3 erityistilanteet	2
u3 juhla	3
u3 kestävät elämäntavat	1
u3 laatu	3
u3 mitä ei osteta ktorilta	11
u3 tuunaus	2
u4 asenne riippuu puvun kunnosta ja ulkonäöstä	5
u4 ekologinen/eettinen ajattelutapa	2

u4 ihailu	3
u4 kateus	6
u4 neutraali suhtautuminen	16
u4 positiivinen asenne	25
u4 vintage	1
TOTALS:	2710