

*Uusien nilkkureiden piti ratkoa arkipukeutumisen ongelmat, mutta kuukauden kuluttua ne ovat enää kengät muiden joukossa. Toimittaja Susanna Lehmuskoski selvitti, mihin uutuudenviehätys katoaa.*

SUSANNA LEHMUSKOSKI kuva LULIIA GORBACHENKO

#### **KOLMESATAA EUROAA ON MINULLE ISO RAHA KENGISTÄ.**

Siksi haaveilin ja harkitsin pitkään, ennen kuin syötin luottokorttini tiedot. Verkkokauppa kuvaili nilkkureita ”jumalaisen veistoksellisiksi”, ja lopulta vakuutin itseni siitä, että ne olisivat vaatekaappini puuttuva palanen. Kun nämä saisin, en tarvitsisi mitään pitkään aikaan.

Kaksi kuukautta myöhemmin olen kyllästynyt.

Kengät eivät enää pelasta asuani, eivät saa minua näyttämään ruotsalaisittain boheemilta, eivät ole samalla rokit ja chicit.

Ne näyttävät ihan tavallisilta kengiltä tavallisen naisen jaloissa. Mustat nilkkurit, joissa on käytännölliset kuuden sentin korot. Toisenlaiset, korkeampivartiset, toimisivat ehkä sittenkin paremmin.

Kerta ei ole ensimmäinen. Tajuan, että minulla ei ole varaa kyllästyä haaveilemiini tavaroihin näin nopeasti. Päätän ennemmin selvittää, miksi uutuudenviehätys himmenee niin nopeasti.

#### **Kyllästyttävät klassikot**

Istun olohuoneeni sohvalla ja kiinnitän huomioni ruokailuryhmän Masters-tuoleihin. Niiden hankkimisen perustelin itselleni sillä, että ”aikaa kestävät klassikot” kannattavat aina.

Miten niin klassikkoon ei kyllästy? Niihin kyllästyy ihan yhtä lailla kuin piristykseksi, palkinnoksi, lohdutukseksi ostettuun. Minulla on siitä kodillinen todisteita!

Pyydän kahvikupilliselle miehen, joka tietää kaiken kuluttamisesta. **Mika Pantzar** on tutkimusjohtajana Helsingin yliopiston Kuluttajatutkimuskeskuksessa.

Pantzar istahtaa valtiotieteellisen tiedekunnan kupilan pöytään, ottaa hörpyn kahvikupistaan ja aloittaa kaukaa, 1500-luvun lopulta. Silloin nimittäin alettiin kuluttaa. Ei toki vielä köyhässä Pohjolassa mutta vähän kauempana Euroopassa. Esimerkiksi Englannissa kuningatar Elisabet I:n hovissa rohmuttiin uusia vaatteita ja huonekaluja ihan niin kuin nyky naiset haalivat Acnen vaatteita Facebook-kirppareilla.

Vanhat, ajan patinoimat esineet eivät yhtäkkiä olleet enää mitään, vaikka niitä oli ennen arvostettu. Viime sesongin röyhelökauluksetkaan eivät enää käyneet laatuun. Muodinhimon olivat herättäneet uudenlaiset menetelmät, joiden ansiosta vaatteita ja tavaroita saatiin valmistettua entistä nopeammin.

#### **Mieluummin Mersu**

Mika Pantzar opettaa minulle kaksi psykologian termiä: neofilia ja neofobia. Uuden halu ja pelko.

”Molemmat ovat meissä sisäänrakennettuina ja limittäin. Mieti vaikka pikkulapsen elehtimistä ruokapöydässä, kun lapsi haluaa kokea uusia makuja vaikka samalla pelkää niitä.”

Tämä uuden halu saa aikuisetkin kyllästymään niin ruokapöydässä kuin vaatekaapilla ja siten myös kuluttamaan.

Klassikkojen haalimisessa taitaa silti olla jotain perää. Pantzar nimittäin neuvoo aina ostamaan mieluummin Mersun kuin Toyotan - siis hankkimaan mahdollisimman kallista ja hyvää. Se pitää talouden rattaat liikkeessä, mutta tekee toiminnasta ekologisempaa, sillä kallista ei yleensä ole varaa ostaa kuin harvoin. >

MIKSI  
*kyllästymme?*

Tavaran mukana ostamme aina muu-  
takin kuin pelkän esineen.

”Nuoret luultavasti ostavat uskotta-  
vuutta työelämässä tai seurustelumark-  
kinoilla ja vanhemmat uutta nuoruutta”,  
Pantzar arvioi.

1950-luvun psykologien kuuluisia aja-  
tuksia - siis että tupakoidessamme ostai-  
simme äidin rintaa tai Jaguar E-Typellä  
pidempää penistä - hän pitää kuitenkin  
naurettavina.

Uutuudenhalulla voi toki puolustella  
shoppailunhimoa, mutta olisi laiskaa  
sanoa, ettemme voi asialle mitään. Voim-  
mehan me, ihan samalla tavalla kuin  
sisään rakennetulle makeanhimolle tai  
aggressiivisuudelle.

## Sano kiitos kengillesi

*Joka tavaralla on oma roolinsa. Kaikki vaate-  
teet eivät ole tulleet elämäsi siinä tarkoi-  
tuksessa, että kuluttaisit ne nukkavieruiksi.  
Sama koskee ihmisiä. Kaikista elämäsi var-  
rella tapaamistasi ihmisistä ei suinkaan  
tule läheisiä ystäviä tai rakastajia.*

Näin luen pienestä pinkistä pokkarista.  
Tiedättehän Konmarin? Japanilainen  
**Marie Kondo** on armoton raivaaja, jonka  
tavarankarsimisopas Konmari on myy-  
nyt kuusi miljoonaa kappaletta. Kondo  
haluaa yllyttää meitä siivoamaan nurkis-  
tamme turhiksi käyneet tavarat mutta ei  
suinkaan kannusta tuntemaan huonoa  
omaatuntoa uuden ostamisesta.

Marie Kondo antaa raivausasiakkail-  
leen usein kotitehtäväksi opetella arvos-  
tamaan omia tavaroitaan. Se voi tapah-  
tua vaikkapa niin, että takkia naulakkoon  
ripustaessaan sanoo sille: ”Kiitos, että  
pidit minut tänään lämpimänä.”

Kondo alkoi kohdella tavaroita kuin  
elollisia olentoja jo lukioiässä. Hänen  
mielestään kannattaa ottaa oppia  
huippu-urheilijoilta, jotka pitävät hyvää  
huolta välineistään ja kohtelevat niitä  
miltei pyhinä.

Kyllä, minäkin pidän hyvää huolta  
ainoista työvälineistäni, läppäristä ja  
puhelimesta. Puhelinta hellittelen silloin  
tällöin uusilla somilla kuorilla!

Konmarin söpöt ajatukset asusteista,  
jotka huokaisevat helpotuksesta pääs-  
tessään illalla kotiin omille paikoilleen,

saattavat mennä jo liioittelun puolelle.  
Niiden ytimessä on silti jotain kutsuvaa:  
kun kunnioitan kenkiäni, käsilaukkuani  
ja sohvaani, en ehkä kyllästy niihin.  
Ainakaan kovin nopeasti.

Siis kiitos kenkäni, että kuljetitte minut  
kotieteiseen vaiherikkaan päivän läpi.

## Sillä tavalla kylmä kaveri

Tapaan kauppakeskuksessa seuraavan  
mentorini, bloggaaja ja tietokirjailija  
**Unna Lehtipuu**. Hän on viestinnän ja  
varainhankinnan ammattilainen, jolta  
on juuri ilmestynyt sijoittamista käsitte-  
levä tietokirja. Lehtipuu ei ole kiinnos-

**KLASSIKKOON KYLLÄSTYY  
IHAN YHTÄ LAILLA KUIN  
PIRISTYKSEKSI, PALKINNOKSI,  
LOHDUTUKSEKSI  
OSTETTUUN.**

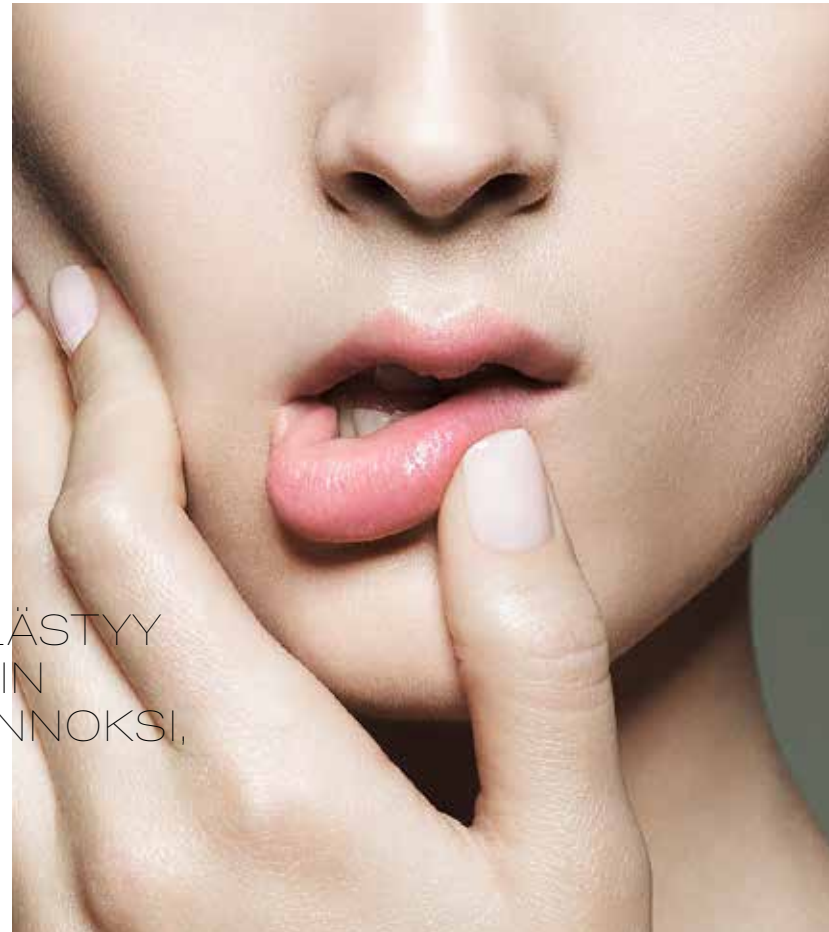
tunut vain rahan sijoittamisesta, vaan  
yhtä lailla siitä, miten sijoitamme fiksusti  
muunkin tärkeän, kuten keräämämme  
kokemukset ja taidot.

Ehkä hän osaa kertoa, mitä vantaalai-  
sessa lähiössä asuva tuttavani hamuaa  
haaliessaan alennusmyynneistä iltapu-  
kuja, joita hänellä on jo kaappi täynnä.

”Ulkoapäin ei voi kenestäkään sanoa,  
miksi tuo kyllästyy tavaroihin ja ostelee  
uusia. Jokaisen täytyy miettiä itse, yrit-  
tääkö vastata johonkin muuhun kuin  
tavaran tarpeeseen alituisella shoppai-  
lulla”, Lehtipuu toteaa.

Lehtipuu puhuu hedonistisesta adap-  
taatiosta. Termi kuulostaa korkeamman  
tason psykologialta, mutta itse asiassa  
viisivuotiaskin tajuaa, mitä se tarkoittaa:  
jo uuden lelun saadessaan tietää, että se  
ei ikuisesti tunnu niin ihanalta kuin nyt.  
Lapsikin osaa ennustaa, että kohta erityi-  
nen muuttuu tavalliseksi.

Mutta uuden hakeminen ei ole pelkäs-  
tään huono asia.



”Se pitää meidät liikkeessä ja saa mei-  
dät kehittymään. Toisaalta jos uuden  
kaipuu suuntautuu hyvin vahvasti mate-  
riaaliin, onnelliseksi tekevä vaikutus  
on lyhyt. Tavara on sillä tavalla kylmä  
kaveri”, sanoo Lehtipuu.

Ja sitten on niitä, joille kyllästyminen  
ei ole ongelma. Jotkut menevät samaan  
lomakohteeseen kymmenen kertaa peräk-  
kain tai ostavat kerta toisensa jälkeen  
samanlaiset, hyväksi havaitut farkut.

Kadehdin heidän tasaista menoaan,  
jossa ei vilkuilla muita houkutusia.

## Shoppaa kokemuksia

Kauppakeskuksen käytävää kävellessä  
alkaa tehdä mieli ainakin seuraavia  
asioita: pinkkiä kevyttoppatakkaa koira-  
lenkeille, tolppakorkonilkkureita iltarien-  
toihin ja designhalkotelinettä kotiin takan  
viereen. Molemmilla puolilla käytävää sil-  
miä hyväilevät sanat *mid season sale*.

Pääsen testaamaan oppini tositilan-  
teessa.

Unna Lehtipuulla on kaksi ideaa kyl-  
lästymisen torjuntaan. Helpompi on pii-  
lottaa tavaroita itseltään. Taiteen keräili-  
jät tietävät tämän: kun teos alkaa kylläs-

**KADEHDIN NIITÄ,  
JOTKA MENEVÄT SAMAA  
LOMAKOHTEESEEN  
KYMMENEN KERTAA  
PERÄKKÄIN.**

tyttää, se viedään vuodeksi vintille, jotta  
silmiä saa levätä siitä.

Astetta järeämpi idea on tottua sat-  
saamaan tavaroiden sijasta kokemuksiin  
tai taitoihin. Mitä jos designhuoneka-  
lun ostamisen sijaan opettelisiinkin teke-  
mään pöydän tai entisöimään vanhan  
nojatuolin? Tai menisin ystävän kanssa  
Designmuseoon.

”Tavarasta tulee nopeasti tapetti mie-  
lemme huoneeseen. Emme enää huomaa  
sitä”, Lehtipuu muistuttaa.

Kokemukset sen sijaan eivät ikinä  
käyttyädy niin, sillä niitä ei voi vertailla  
keskenään.

”Siksi parasta, mitä rahallasi voit  
tehdä, on ostaa elämys tai kokemus.  
Huonokin kokemus muuttuu ajan  
kuluessa tarinaksi, jota kertomalla  
voimme viihdyttää ystäviä.”

Ja ystävien viihdyttäminen on kyseen-  
alaistamattoman hienoa. Se on osa elä-  
män tärkeintä asiaa: yhteyden hakemista  
toiseen ihmiseen.

## Vappuna nähdään

Selvisin ostoskeskuksesta sortumatta  
heräteostoksiin ja päätän kokeilla nau-  
tintotaukoa. Taustalla piilee ajatus siitä,  
että ilo tavaroista tai herkuista himme-  
nee, jos niitä on jatkuvasti ja helposti  
tarjolla.

Vaikka pikkujoulukausi on alka-  
massa, kääriin kauniit mutta kyllästyt-  
tävät kenkäni silkkipaperiin, laitan kää-  
rön pahvilaatikoon ja kiikutan laatikon  
vintille.

Levätköön siellä, kunnes minulla tulee  
ikävä. Nähdään pitkän talven jälkeen  
vappubrunssilla keväällä 2017. ●

**LÖYDÄ KIPINÄ  
UUELLEEN**

**PIDÄ TAUOKA SUOSIKEISTASI.**  
Lanttulaatikko on hyvää, koska  
syöt sitä niin harvoin. Sama pätee  
niin latteen kuin Chanel 2.55 -lauk-  
kuun.

**TUTUSTU VAATEKAAPPIISI.** Tongi  
vaatekaappisi sisältää tarkasti,  
yhdistele tuoreesti ja löydä vanhat  
suosikit uudelleen.

**PALKITSE ITSESI.** Kun päätät olla  
ostamatta uutta tavaraa, siirrä  
summa matkatilille. Saat palkinnon  
ostamattomuudesta.