

KUOLLEIDEN KALOJEN AKVAARIO
Antropologinen tutkimus Kuopion kalahallin arjesta

**Kulttuuriantropologian
pro gradu –tutkielma
Jyväskylän yliopisto, etnologian laitos
Kevätlukukausi 2002
Erkka Pehkonen**

JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

Tiedekunta	Laitos
HUMANISTINEN	Etnologian laitos
Tekijä	
Erkka Pehkonen	
Työn nimi	
Kuolleiden kalojen akvaario - antropologinen tutkimus Kuopion kalahallin arjesta	
Oppiaine	Työn laji
Etnologia	pro gradu-tutkielma
Aika	Sivumäärä
Kevät 2002	139 s. + 7 liite sivua
Tiivistelmä - Abstract	
<p>Kuolleiden kalojen akvaario on tutkielma Kuopion kalahallin arjesta. Tutkielmassa pohditaan minkälainen kalahallin arki on ja miten erilaiset arkiset merkitykset muodostavat ensisilmäykseltä yksinkertaisen ja luonnolliselta vaikuttavan toimintaympäristön yksilölle. Näitä merkityksiä, joita voidaan kulttuurillisen analyysin kautta tulkita, muodostuvat hienosyisiksi viittausuhteiksi tutkimuskohteessa vallitsevaan moraliin sekä ihmisten suhteeseen ympäröivään kulttuuriin.</p> <p>Kalahallissa ihmiset toimivat rooliensa ja paikan määrittämän normiston puitteissa, jotka ovat kuitenkin suhteessa hallia ympäröivään kulttuuriin. Metodologisesti työ rakentuu kulttuuriantropologi Clifford Geertzin ja semiotikko Roland Barthesin käsitysten pohjalle kulttuurista. Kulttuuri on symboleja, merkkejä ja merkityksiä sisältävä kokonaisuus, jotka tutkijan on mahdollista lukea ja tulkita. Arjen analyysissä Barthesin myyttikäsité tarjoaa hyvän analyttisen työkalun. Kummankin, sekä myytin että arjen, ominaisuus on peittää ja tarjota todellisuudesta tulkinta, joka kuitenkin ei selitä, vaan pyrkii esittämään asiat itsestään selvytenä, luonnollisena toimintana. Arjen kulttuurianalyysin tarkoitus on siis tarjota toinen, arjen tasoa syvempi tulkinta ympäröivään todellisuuteen. Ervin Goffmannin näyttämölähestymistapa puolestaan toimii työssä viitekehystenä, jonka käsitteitä hyväksi käyttäen merkitykset on sidottu "kalahallin näyttämöön". Kalahalli muodostaa siis eräänlaisen arjen näyttämön, jossa erilaisia rooleja ottavat ihmiset ovat kanssakäymisessä keskenään ja näyttelevät arjen näytelmät.</p> <p>Kalahallin arjen tunnusomaisia piirteitä ovat esimerkiksi tuoreuden vaatimus ja huumori. Kumpikin kertoo kalahallin arvomaailmasta ja määrittää kanssakäymisen muotoja ja niihin sisältyviä syvempiä merkityksiä. Esimerkiksi tuoreuden vaatimuksen merkityksen voi tulkita elintarvikkeisiin liittyvän tuoreuden vaatimuksen ohella myös moraalisesti toiminnaksi suhteessa yhteiskunnan kehityksen myötä lisääntyneisiin automarketteihin ja niiden toimintaan. Kaikesta huolimatta kalahalli ei muodosta omaa erityistä kulttuuria vaan vahvan ja omintakeisen variaation suhteessa ympäröivän kulttuurin konventioihin.</p>	
Asiasanat	
Kalahalli, arki, semiloginen antropologia	
Säilytyspaikka	
Etnologian laitos	
Muuta tietoja	
Tutkielmassa 18 valokuvaa	

SISÄLLYS

1. KALAHALLISTA LYHYESTI	4
2. JOHDATUS KALAHALLIN TUTKIMUKSEEN	9
Tutkimuksen taustat ja kysymykset	9
Aikaisempaa tutkimusta	11
Aineiston hankinta	13
Kenttäpäiväkirjan merkityksestä ja kenttätöistä oman kulttuurin parissa	18
3. SEMIOLOGINEN METODI JA NÄKÖKULMA	23
Semiologinen antropologia	25
Näkökulmana näyttämölähestymistapa	30
Tulkinta eettisenä kysymyksenä	33
4. KALAHALLIN TYÖT JA VUOTUINEN KIERTO	38
Tavallisen arkipäivän malli	38
Työn jakautuminen viikon aikana	44
Kalahallin arjen vuotuinen kierto pääpiirteittäin	45
5. ESITYSRYHMÄT, ROOLIT JA NÄYTTÄMÖ KALAHALLISSA	63
Myyjät - kalahallin ammattilaiset	64
Ostajat - normaalit tapaukset ja "asiantuntijat"	70
Kalastajat - hiljaiset miehet	73
Sivustakatsojat – kuljeskelijat	75
Ulkomaalaiset kalahallissa	77
6. ARJEN VAKAVAT NÄYTELMÄT	80
Hyvä ja tuore - määrittely ja värit	81
Kalojen käsittely taidonnäytteenä	90
Tinkiminen kalahallissa	98
Salainen näytelmä myyjien kesken	104

7. HUUMORI KALAHALLISSA	112
Pilailunäytelmät toisista myyjien keskuudessa	114
Lupsakkuus	123
"Asiakas on aina oikeassa"	126

8. POHDINTAA KUOLLEIDEN KALOJEN AKVAARIOSTA	131
---	-----

LÄHDELUETTELO	135
---------------	-----

LIITTEET

- Liite 1. Kysymyslista asiakkaiden haastatteluissa
- Liite 2. Kysymyslista kalastajien haastatteluissa
- Liite 3. Kysymyslista työkavereiden haastatteluissa
- Liite 4. Kalahallin pohjapiirros (yläkerta)
- Liite 5. Kalahallin pohjapiirros (alakerta)
- Liite 6. Kalahallin tiskien rakenne

1. KALAHALLISTA LYHYESTI

Kuopion ensimmäinen kauppatori perustettiin 1788 nykyisen Snellmannin puiston paikalle ja se nimettiin Kustaan toriksi kaupungin perustajan mukaan. Torikauppa ei vielä tuolloin kukoistanut, koska maalta tulleet eivät usein ehtineet kaupunkiin asti kaupan tekoon. Syynä siihen oli se, että satamissa ja tulleissa oli odottelemassa kaupunkilaisia, jotka halusivat hyötyä maalaisten tuotteiden myynnistä ja ostivat ne mahdollisimman pian mahdollisimman halvalla. Tästä seurasi hintojen yleinen epämääräisyys ja maalaisten joutuminen usein petoksen uhriksi, nopeimpien kaupunkilaisten määritellesä hinnat mieleisikseen. Maalaiset, jotka pääsivät kaupunkiin asti, myivät tuotteitaan usein myös talojen pihossa kiertelemällä, vaikka se oli lailla kiellettyä. (Soininen 1991, 10-11.)

Nykyiselle kauppatorin paikalle tori siirrettiin vuonna 1856 torikaupan uudelleenjärjestelyn yhteydessä. Nimi oli tuolloin Kimnaasintori, mutta se vaihdettiin kauppatoriksi vuonna 1918. Nykyisen kauppatorin toiminnasta alkaa olla tietoa sanomalehdissä 1850-luvun lopulta torihintoja mainittaessa. Kaloja, joita myytiin tuolloin leivisköittäin (1 leiviskä = 8,5 kg), oli tarjolla mm. muikkuja, ahvenia, haukia, kuhia, mateita, säyneitä, särkiä, seltejä ja lohia. Kala on aina ollut torikaupan tärkeimpiä myyntiartikkeleita ja sitä saatiin paljon lähiseutujen vesistä. (Soininen 1991, 11, 28.)

Ensimmäinen yritys kauppahallin rakentamiseksi tehtiin jo 1880-luvun alkupuolella. Tarkoituksena oli, että torin rojukauppaa olisi saatu hillittyä. Tuolloin hallista puhuttiin vielä basaarina. Vuonna 1882 valtuusto päätti rakennuttaa basaarin, mutta senaatti ei seuraavana vuonna hyväksynyt hanketta. Torille rakennustarpeiksi Hatsalasta hinatut entisen maneesin hirret lahosivat ja sen vuoksi valtuusto päätti jättää asian sikseen vuonna 1884. (Nummela 1989, 99.)

Ajankohtaiseksi kauppahalli tuli jälleen 1890-luvulla. Vuonna 1897 kaunistuskomitea teki valtuustolle esityksen kauppahallin rakentamisesta rojukojujen tilalle torin etelälaidalle. Monien vaiheiden jälkeen arkkitehti J. V. Strömbergin ehdotus kauppahalliksi hyväksyttiin vuonna 1901. Uusi komea rakennus avattiin



Kuopion tori on vilkas kohtaamispaikka erityisesti kesäisin. (Kuva: Erkka Pehkonen)



Torin etelälaidalla sijaitsee kauppahalli, jonka yhteydessä on kalahalli. (Kuva Erkka Pehkonen)

seuraavana vuonna ja huomattava osa ruokatavarakaupasta siirtyi sinne. (Nummela 1989, 99.) Liha- ja kalatuotteita hallissa myytiin alusta alkaen. Varsinaisen kalahalli rakennettiin kauppahallin yhteyteen kymmenen vuotta myöhemmin, tosin alkujaan lihantarkastusta varten (Savolainen 2001).

Kalahallin ensimmäiset myyjät ostivat paikkansa kaupungin järjestämässä suljetussa huutokaupassa 1957 (tai 1958). Kalahallin alkuaikojä, ensimmäisen myyntipaikan itselleen ostanut, eläkkeellä oleva kauppias muistelee seuraavasti,

H: Minä alotin torilla vuonna [19]54, mutta sitten en mene takkaamaan, oliko se [19]57 tai [19]58 kun tultiin tänne. Mistään sitä on kyllä haittu, mutta löytyskö kaupungin arkistoista se, missä ois - - vuokrasopimuksia, niin sieltä se mahdollisesti löytys, vai onko niin vanhoja näin vähemmän tärkeitä asioita näkyvissä, että kukkaan tätä ei oo kyllä suanu seleville. Ei muista, eikä kellään oo niitä vanhoja kuittia. Että millonka tähän tultiin, mutta 35 vuotta minä tätä hommaa kaikkiaan kerkisin - -

E: Olitte niinku ensimmäisiä, ketkä tähän tuli silloin?

H: Olin, olin. Meitä oli tuossa neljä, Toivasen Alma oli viijes, Lapalainen oli kuuves. Meitä tais olla silloin siinä huutokaupassa kuus, ensimmäisessä huutokaupassa. Oli hinta 35 markkaa, pohjat kaupunki pistäny näille pöyville, ite kullekkii paikkasa. Sovittiin keskenämme, että jos joku aukasoo piäsä, että pohjat tarjotaan, niin siihen ei kukkaan lissee. Siis sivullisia ei ollu kettään tässä huutokaupassa. Ja tuota tuo oli paikka numero yks tuossa, minä huusin sen, tuossa missä on nuo fileroijut lohet [haastattelun teko hetkellä] ja siitä se lähti ja kuka jottain mainihti, niin se jäi sille se paikka. Mutta kahen vuojen perästä kun tuli uus huutokauppa, niin silloin oli sivullisia kaks. Minunkii paikka nous 250:een [mk] sitten. Että se nous reilusti puolta korkeemmaks ku tuolla lihahallin puolella nuo - - ja nämä jotka huutivat niin, yks - - möi tuota kaks kuukautta, se lopetti ja toinen möi vuojen ja se loppu siihen. Ja myö näitä sitten maksettiin - - Sovittiin, että anotaan kaupungilta, ku tämä on niin paljon kalliimpi ku meillä oo koppia eikä mittään, niin kun tuolla puolella [kauppahallin puolella], niin jos ne antas kaupunki alenusta siihen. Minä mänin yhen tuomarin luo ja se kirjotti paperin siitä ja minä vein kaupungin isille - - ja ne tiputti 50 [mk] kuussa sitten, että sen se autto se paperi. Ja sitä sitten maksettiin ja siitä lähtien kaupunki oli näin, että se oli indeksiin sijottu tuo lihahalli, mutta tämä ei ollu indeksiin sijottu, että meillä oli vuoskausia sen jäläkeen [sama vuokrahintä], - - näihe vuokrat ei noussu ollenkaan, mutta tuolla nous. Sitten ku tuo [kauppahallin puoli] alako tulla lähemmä näitä, näitä tämän hintoja, sitten ne tämänkii laitto indeksii. Ja eikä siinä sen jäläkeen huutokaupaa ollu. Kaupunki nosti sen miäätyn rosentin joka vuosi. Silloin ku se nosti, oliko se vuosittain vai mänikö siinä pari vuotta tai jottain tämmöstä - -Kaks huutokaupaa siinä oli



Kalahallin sisäänkäynti. (Kuva: Erkka Pehkonen)



Kalahalliin pääsee myös suoraan kauppahallista. Englanniksi kirjoitettu kyltti kertoo kauppahallin merkityksestä myös ulkomaalaisten turistien nähtävyytenä. (Kuva: Erkka Pehkonen)

kaiken kaikkiaan silloin alussa ja sen jälkeeseen ei ollu. Ja nyt minä en tiiä näihin hintoja - - (M1, 8-9.)

1990-luvun myötä myyjät kalahallissa ovat vähentyneet. Vuonna 2001 kalahallissa on jäljellä yksi kalakauppa. Ihmiset puhuvat erilaisista muutoksista joita kalahalliin suunnitellaan. Puheista tosin ei voi sanoa mitkä pitävät paikkansa ja suurin osa muutoksista koskevista puheista on huhuja. Muutoksista on silti puhuttu aina ja se tavallaan kertoo kalahallin merkityksestä kuopiolaisille.

E: No mitenäs luulet, mikä merkitys kalahallilla on kuopiolaiselle ihmiselle?

H: Onhan sillä iso merkitys. On, on. Aikoinaan kun meinattii tämä halli hävittää. Oisko se ollu [19]60-luvun alakupuolta. Että se ei tuota kaupungille mitään, että tehään parkkipaikka tästä. Ja halli tehään tuonne Kuopion lahelle, joka nyt ois ollu emämunnaus, mutta tietysti meidän ajatus oli tämä, että siinä oli suuret liikkeet takana. Tämä on kaupungin paras kauppapaikka. On ollut ja tuloo olemaan, niin kauan kun tämä on pystyssä. Niin tämä ois pitäny suaha hävittää pois ja tämä siirtää tuonne. Ja sitten ois jääny isoille liikkeille. Ja sittenhän oli yks juttu tietysti, että isot liikkeet ois vuokrannu koko tämän hallin, niinku Kotkassa tekivät, Savonlinnassa tekivät, isot liikkeet vuokras pois hallin ja se ol silloin siinä. Että, kyllä tällä iso merkitys on, tosin nyt ei niin iso oo ku enne, kun ennen ei esimerkiks kaupat myyny kallaa mollenkaan. Se oli kaikki kala oli tiällä torilla ja myötiinhä tiällä paljon muutakii ennen vanahaan, voita ja piimää ja maitoo ja lihaakin on myyty tiällä aikoinaan. Ja olihan siellä [19]50-luvulla vielä vuorikauppiaita ol tuolla. Emännät teki kotivoita ja siitä sitten puukolla pala ja maistapas, minkä makusta minun voi on ja tämmöstä ol se. Mutta sittenhän se kiellettiin tuossa torilla myönti ja kananmyönti ja kaikki tämmösethän ne kielti pois. Että, kyllä tällä iso merkitys on vieläkin, sillä onhan tämä ihan toista, kun tullaan tänne. Keskimäärin ensinnäkkii, tiältä supa tuoreemman kalan. En mäne väittämään, etteikö tuolla liikkeissäkkii myötäs, kyllä varmasti myyvään, mutta keskimäärin tiällä myyvään tuoreempata. Siitä ei piäse mihinkään. Se on vuosiin mittaan nähty. Kyllä siellä on tuolla liikkeissäkkii myöty, jos on myyvään huonoo tai on myöty huonoo kalloo. Mutta ihmisillä on joka tappauksessa, kun tullaan tänne, niin tässä on hirmu hyvä otto, siinä tarinoijaan kauppiiaan kanssa. Tarinoijaan ilot ja surut ja kaikki, silloin kun sen asiakas näkköö, että nyt ei oo kauppialla kiire. Nii, kyllä siinä niin monet jutut on pietty tuossa tai satojakkii juttuja, tuhansia juttuja asiakkaihen kanssa, silloin kun ei oo ollu kiirettä. (M1, 13.)

E: Mikä merkitys kalahallilla on teille?

H: No minä vuan tykkeisin, että kalahalli jatkas. Niin.

E: Mitä näät suurimmiks uhiks, että kalahallin toiminta sitten lakais? Tai näetkö mitään uhkia?

H: No mitä ne tässä niin joskus puhuvat, että tämä pitäs lopetoo,

mutta kaupungin herrathan ne näitä asioita piättää, mutta tiälläkii tehään niin hulluja päätöksiä, että jos ne yks päivä sannoo, että nyt kalahalli lopetetaan. Mutta toivon, että ei lopeteta. (A11, 3.)

Asiakaskunta on Kuopion torilla perinteisesti koostunut lähiseutujen ihmisistä ja edustettuna on ollut koko yhteiskunnan kirjo. Ihmiset ovat tulleet torille myymään tuotteitaan ja ostamaan itselleen torin tarjonnasta löytyviä tavaroita ja ruokatarvikkeita. Myös turistit, jotka ovat tulleet eri puolilta Suomea ja joskus kauempaakin, ovat olleet perinteisesti osa Kuopion torin asiakaskuntaa. (Soininen 1991, 13.) Asiakaskunta kalahallissa on ollut samanlainen kuin torilla.

E: - - mitä merkityksiä tällä kalahallilla on [nykyään] - -?

H: - - Monelle ihmiselle se on varmasti, jotka tässä sitä vakiokulkijaa, varsinkii aamusta, se semmonen kohtaupaikka. Siihen tullaan tapaamaan tuttuja, kattomaan mitä kaloja on tullu, ihmettelemään, että onpa isoja haukia, isoja ahvenia, vertailemaan minkälaisia ite saatiin aikanaan - -. Että sillä tavalla tällä on jonkin näkönen sosiaalinenkii merkitys varmasti ja yleensä koko hallilla on, ainakii niinku vanhemmalle väelle. En tiijä osaako nuorempi väki sitä silleesti tavalla arvostaa. En oo hirveesti nähny ainakaa täällä nuoria pyörimässä, niinku toisiaan tapaamassa ainakaan tässä kalahallissa - - (naurua). Enemmänkii niinku kyselemässä pyykkipoikia nenään. Että siinä mielessä, mutta, mutta... Minkälainen merkitys... Monella ihmisellehän tää on varmaan semmonen paikka, että saat täältä tuoreen kalan. [On] tottunu ostamaan täältä kalan. (TK3, 7.)

Kalahalli on nykypäivänä poikkeuksellisen näköinen paikka verrattuna tavallisiin elintarvikkeita myyviin kauppoihin. Jotkut kalahallissa kävijöistä sanovat kalahallia perinteiseksi paikaksi, jonka merkitys suurten elintarvikkeita myyvien markettien puristuksessa on vähentynyt.

E: Mitäs arvelet, mikä tällä kalahallilla on yleisesti ottaen merkitys kuopiolaisille?

H: Ei no. Sehän - - [on] aivan tuollanen reliikki tästä systeemistä - - Että sillä ei oo enää sama merkitys kun oli jonkun aikaa, aikasemmin. Että senhän näkee, että ei oo enää ku yks kaks näistä [myyjistä] jällellä. Aikasemmin oli kolme neljä - -. (A6, 3.)

Kalatiskissä voi potkia elävä kala ja sitä voi katsella ilman kalan ja katsojan välissä olevaa vitriinin lasia. Kalat ovat kosketeltavan lähellä ja kaikista kielloista huolimatta rohkeimmat asiakkaat tarkastavat kalan laadun tökkimällä ja sormeilemalla niitä. Tuoreutta vaativat asiakkaat saavat vastineen toiveilleen, kun kalastajat tuovat kaloja tiskiін suoraan järveltä. Kaloja kannetaan tiskiін vettä

tihkuvissa laatikoissa. Kalahallin sementtilattialla voi näin ollen olla pieni vetinen ja limainen lätäkkö, jossa on kalan verta. Lätäkkö on muodostunut styroksisten kalalaatikoiden reikäisten kylkien vuoksi. Reiät on tehty niihin sen vuoksi, että kalan ei tarvitse olla vedessä happanemassa järvestä nostamisen jälkeen. Steriiliyttä tavoittelevan elintarvikekaupan säännöstö ei käytännön tasolla ole vakiintunut arkeen samoilla tavoilla kuin esimerkiksi torin ympärillä olevissa suurissa ruokakaupoissa. Kalahallissa on myös voimakas kalan haju, joka tulee seinän tavoin vastaan heti ovelta. Hajuun tottumattomalle se voi olla epämiellyttävä. Kalatiskin takana hääreilevien myyjien esiliinoissa näkyvät työn merkit eli kalojen käsittelyn myötä niihin tarttunut lika.

Ihmiset jutustelevat toisilleen kuin vanhoille tutuille, vaikka eivät ole koskaan nähneet toisiaan ja tuskin tulevat toiste näkemäänkään. Asiakkaat kyselevät jatkuvasti kaloista myyjiltä jotka vastaavat samoihin kysymyksiin kerta toisensa jälkeen. Kaloja punnitaan sähkövaa'oilla ja mittayksikkönä ovat grammat ja kilot. Ostokset ovat pääsääntöisesti pieniä, yhden aterian verran. Torin etelälaidalla oleva peltikattoinen ja punaseinäinen kauppahallin pikkusiiveke on säilynyt merkittävänä paikkana kuopiolaisille. Kalahalli on torin arjen yksi ilmiö, joka on ollut olemassa vuosikymmeniä. Kalahalli on juurtunut mielikuviin osana Kuopion toria. Uhka kalahallin menettämisestä koetaan usein yhteisesti tärkeänä asiana ja siitä puhutaan hallissa usein.

2. JOHDATUS KALAHALLIN TUTKIMUKSEEN

“Humanistit yrittävät käyttäytyä siivosti ja kunniallisesti eivätkä he odota min-käänlaisia palkintoja tai rangaistuksia tuonpuoleisessa. Maailmankaikkeuden luoja on pysytellyt toistaiseksi tuntemattomana meille. Me palvelemme parhaamme mukaan korkeinta abstraktiota, josta jotain ymmärrämme, eli omaa yhteisöämme.” (Vonnegut 1998, 91.)

Tutkimuksen taustat ja kysymykset

On olemassa paljon paikkoja, joihin liitetään jonkin tietyn alueen ominaisimpia kulttuuripiirteitä ja halutaan esittää kaupungin pittoreskinä maisemana ja näyttämönä (Kopomaa 1997, 70). Nämä paikat ovat usein suosittuja turistien käyntikohteita tai nähtävyyksiä, mutta jotka samalla näyttävät paikallisille ihmisille varsin arkipäiväisinä. Kuopion kalahalli on juuri sellainen paikka. Vaikka kalahalli on arkinen, se ei tarkoita merkityksettömyyttä, vaan sitä, että tuttu ja turvallinen aiheuttaa ihmisissä harvoin tarvetta miettiä asiaa sen enempää. Kalahalli, kuten koko Kuopion tori on osalle kaupungin ja lähiseutujen ihmisistä tärkeä paikka monesta eri syystä, kuten ostosten teon, mutta myös sosiaalisen kanssakäymisen vuoksi. Tori onkin perinteisesti ollut lähiseutujen asukkaiden kanssakäymisen keskus. Kuopion kauppatori sijaitsee aivan kaupungin keskustassa, kuten torin etelälaidalla sijaitseva kauppahallikin, jonka erillinen osa kalahalli on. Keskeisen sijaintinsa ja osittain siitä johtuvan tiheän sosiaalisen toiminnan vuoksi tori ja kalahalli ovat kiinnostavia kohteita ihmistä tutkivalle.

Oma kiinnostukseni Kuopion kalahalliin ja sen kulttuuriin sai sysäyksensä ollessani siellä töissä ennen opiskelujen aloittamista. Kalahalli oli aikaisemmin mielikuvissani paikka, jossa sutkauksia viljelevät myyjät ja asiakkaat hoitelevat kaupankäyntiä jollain määritlemättömällä “savolaisella lupsakkuudella”. Ollessani töissä huomasin asian olevan monimutkaisempi kuin oma mielikuvani tai kaupunkia esittelevien oppaiden antama kuva. Aloin huomata asioita, jotka olivat

arkipäiväisiä, mutta toisaalta ikään kuin kätkivät taaksensa jotain. Kiinnostuin siis siitä, miten arjen harmaus alkoi saamaan erilaisia sävyjä.

Arkisena kohteena kalahalli antaa tutkijalle monipuolisen ja sangen haastavan tutkimuskohteen. Toisaalta sen vuoksi, että informaation tulva on valtava, toisaalta sen vuoksi, että tutkittaessa omaa kulttuuria sen hienoimmat nyanssit saattavat helposti jäädä huomaamatta arkipäiväisyytensä (tai tuttuuden) vuoksi. Tärkeää arjen tutkiminen monesta eri näkökulmasta on sen vuoksi, että se tarjoaa tietoa ympäristöstä tavallisimpien asioiden kautta. Toisaalta arjen tutkiminen on aina kritiikkiä, koska se kertoo ihmisille tulkinnan siitä millaisia he ovat. Ihmisten tietoisuuden lisääminen kulttuuristaan ja samalla erilaisten tulkintojen esittäminen voi parhaimmassa tapauksessa johtaa vapautumiseen tiedon illuusioista. Tarkoitan tällä sitä, että suvaitsevaisuuden ja maailman monimuotoisuuden ymmärtäminen tulevat selvemmiksi siinä tilanteessa, kun oma arkinen toiminta ei enää näyttäydy itsestäänselvyytensä.

Kohteen valinnan perusteena oli myös helppous, joka tarkoittaa lähinnä käytännöllisiä järjestelyjä. Kalahallin tutkiminen oli kielellisesti, taloudellisesti sekä muiden mahdollisuuksien puolesta helppo valinta. Olen tehnyt aiheesta myös kandidaattiseminaarityöni, jota aion käyttää osana tätä tutkimusta (lyhennelmä tutkielmasta julkaistu Jyväskylän yliopiston etnologian laitoksen lehdessä, Villa Rana 1/2001). Kandidaattitutkielmassa käsittelin kalahallin arkea sosiaalisen kanssakäymisen ja arjen töiden kuvaamisen kautta. Muun muassa näiden aspektien analyysin syventäminen on myös tämän työn yksi tarkoitus. Aiheen analyttinen hahmottaminen oli siis helpompaa kuin tyhjästä aloitettaessa. Vaikka käytännön järjestelyjen kannalta tutkimuksen teko oli helppoa, katson todellisuuden problematisoinnin olevan missä maailman kolkassa tahansa haasteellista. Vaikka antropologit perinteisesti hakevat tutkimuskohteensa vieraiden kulttuurien parista, mikä aiheuttaa tietyt ongelmat ja antaa myös joitain etuja, olen sitä mieltä, että myös oman kulttuurin tutkiminen antropologien keskuudessa on erittäin relevanttia. Toiseuden tai vierauden problematiikkaa on kaikkialla, missä on ihmisiä ja kulttuuria.

Kysymykset

Työhypoteesini on, että kalahalli muodostaa melko itsenäinen kulttuurillisen kokonaisuuden, mutta tietenkään sen kosketuspintaa ympäröivään yhteiskuntaan ja kulttuuriin ei pysty häivyttämään, vaikka se ei eksplisiittisesti tutkimuksessa aina läsnä olisikaan. Heuristisesti asian voi ilmaista esimerkiksi niin, että kalahalli on tavallaan prisma, jonka kautta erilaiset kulttuurilliset piirteet, joiden sisälle kalahalli kuuluu, taivutuvat ja josta käsin ympäröivän kulttuurin erilaisia piirteitä pystyy tarkastelemaan. Tutkimuksessa on melko voimakkaasti myös läsnä vertailu menneeseen aikaan nykypäivästä käsin, mikä on tärkeää, koska mielestäni osa tämän hetkistä merkityksistä juontaa juurensa kauas historiaan. Toisaalta kulttuurin ja merkityksien jatkuva muutostila ja määrittäminen tulee selvemmin esille, kun tehdään vertailua menneeseen. Kalahalli on myös rajattu alue, jossa sosiaalisella kanssakäymisellä on tärkeä merkitys. Tärkeimmät kysymykset liittyvätkin kommunikaatiotilanteisiin ja erilaisiin merkityksiin, jotka ovat läsnä eri tilanteissa. Toisaalta tiiviisti luonnon kiertokulkuun sidoksissa oleva, sesongeittain tapahtuva myynti aiheuttaa sen, että luonnon merkitys on suuri. Luonto ei ole läsnä vain myyntiin vaikuttavana tekijänä vaan muillakin tavoilla, joihin palaan myöhemmin tutkimuksessa.

Kaikkein tärkein kysymys on, *mikä ja millainen kalahallin kulttuuri arkisuudessaan on?* Edelliseen, suureen kysymykseen, vastaavat kaikki tutkimuksen muut kysymykset. Tulkintoja ja vastauksia haetaan seuraavanlaisiin asioihin; Mitä kalahallissa tehdään? Minkälainen aikaan sidottu rytmi kalahallissa on? Minkälainen on myyntitapahtuma kalahallissa? Minkälaista kanssakäymistä eri ihmisryhmien kesken kalahallissa on? Millaisena ihmisen luontosuhde ilmenee kalahallissa? Miten ympäröivää yhteiskuntaa ymmärretään kalahallista katsottuna? Kysymyksiin ei ole tarkoitus vastata suoraviivaisesti, vaan ne ovat tavallaan aihekokonaisuuksia, joiden ymmärryksen syventäminen tapahtuu lukujen edetessä.

Aikaisempaa tutkimusta

Kiinnostukseni torielämään tai sosiaalisiin suhteisiin erilaisissa paikoissa ei ole

ainutlaatuinen. Toreja, markkinoita, kauppahalleja ja sosiaalisia suhteita työpaikoilla on tutkittu aiemminkin. Näkökulmat vaihtelevat sosiologisista historialliskansatieteellisiin. Rovaniemen markkinoita on historialliskansatieteellisessä tutkimuksessa käsitellyt Jouko Heinonen (1984). Tutkimuksessa käydään läpi Rovaniemen markkinoiden historiaa, miten se kehittyi pohjoisen tärkeimmäksi kauppatahtumaksi mm. nahkojen myynnissä. Toisaalta läpi tutkimuksen Heinonen tuo esiin markkinoiden tärkeän sosiaalisen merkityksen arjen rikkojana lähiseutujen ihmisille. Sosiaalinen merkitys korostuu myös Matti Räsänen (1991) etnologisessa tutkimuksessa Kuopion markkinoista sekä Maija-Liisa Soinisen etnologisessa tutkimuksessa Kuopion torikaupasta 1900-luvun alussa. Omassa tutkimuksessanikin sosiaalisen vuorovaikutuksen tutkiminen on tärkeässä osassa, mutta olen ottanut erilaisen lähestymistavan käsitellä aihetta. Sosiaalisten suhteiden käsittely edellä mainituissa tutkimuksissa on kuvailevampaa ja itse pyrin luomaan jo aikaisemmin merkitykselliseksi osoitetusta sosiaalisesta kansakäymisestä syvempää analyysiä. Oulun toria ja kauppahallia ovat tutkineet Terhi Kurttila ja Jukka Pennanen. Antropologiseksi tutkimukseksi määriteltä tutkimus *Muuttuva tori ja ihminen* (1992) on oikeastaan puolustuspuhe oululaisen torielämän ja kauppahallin puolesta, jossa mielestäni pääasiana on ollut saada toriväen ääni kuuluville kehitystä ja yhteistyötä koskevissa kysymyksissä kaupungin kanssa. Tutkimuksessa käsitellään myös sosiaalista elämää torilla ja kauppahallissa, jota on tutkittu havainnoimalla haastatteleamalla. (Pehkonen 2001, 10-11.)

Sosiaalisten suhteiden ja useiden roolien yhtäaikaisuus ihmisten elämässä on kiinnostanut antropologeja erityisesti kaupunkitutkimuksen piirissä. Määriteltäessä urbanisaatiota ja siitä johtuvia eroja agraarikulttuuriin, on roolit ja sosiaalisten suhteiden tiheys katsottu tärkeäksi tekijäksi. Urbanisaatioin myötä sosiaaliset kategoriat rikkoontuvat, mutta tilalle tulee useita perusrooleja, jotka ilmenevät ihmisten arkipäiväisessä elämässä (Banton 1973, 49-51.) Banton ymmärtää roolien merkityksen lähinnä suurten kokonaisuuksien, kuten miesten ja naisten roolien muutoksena ja moni-ilmeisyytenä tai roolikäyttämisen merkityksen ihmisen mahdollisuuksina toimia yhteiskunnassa. Mielestäni roolien ja sosiaalisen kanssakäymisen tiheyden ymmärtäminen voi lähteä myös mikrotasolta, jolloin moninaisuuden sijaan valitaan yksi tarkasteltava kohde, joka asettuu tietyillä tavoilla ympäristöönsä ja kertoo näin ollen myös siitä mihin sijoittuu. Kala-

halli on nimenomaan mikrotason tutkimuskohde, jossa tutkin kaupunkilaisen roolien kirjosta muutamaa. Tärkeimpinä asiakaan ja työntekijän roolien tarkastelu.

Sosiaalisia suhteita työpaikalla on käsitellyt muun muassa Mauno Koivisto (1998 [1956]) yhteiskuntatieteellisessä väitöskirjassaan *Sosiaaliset suhteet Turun satamassa*. Tutkimuksessa käsitellään satamatyöammatin kehittymistä ja laajasti käsitettynä sosiaalisia suhteita Turun satamassa. Pääpaino on satamatyöläisten ja heidän ammattijärjestöjensä suhteissa työnantajajärjestöihin, jossa kiinnostus kohdistuu erityisesti konflikteihin. Tutkimus onkin oikeastaan analyysisiä alatason poliittisesta vallankäytöstä. Toisaalta Koivisto on käyttänyt etnologisia metodeja (haastattelua) tutkiessaan tutkimuksen empiirisessä osassa työmiesten, työnjohtajien ja työnantajien käsityksiä toisistaan. Käsityksissä korostuvat alatason epäluulot johtajiin ja tietämättömyys yritysten toiminnasta, kun taas johtotason käsitykset ovat luottavaiset ja tieto yrityksen toiminnasta ymmärrettävästi hyvä. Oma tutkimuskohteeni on työntekijämäärältään huomattavasti pienempi, eikä mielenkiinto ole läheskään yhtä paljon työnantajan ja työntekijöiden välisissä suhteissa. (Pehkonen 2001, 10.) Oman tutkimukseni kannalta kiinnostavinta on kaikki kalahallissa esiintyvien ihmisryhmien tuottamat sosiaaliset tilanteet, joissa manifestoituvat kulttuurilliset merkitykset. Toisaalta kalahalli muodostaa erilaisen palvelun muodon verrattuna satamaan tai toriin, vaikka kalahallin palvelu lähellä torin palvelua onkin.

Aineiston hankinta

Aineistoni ja tutkimukseni perustuu kalahallissa tekemiini kenttätöihin. Kenttätöni tein 21.5.2001 - 28.7.2001 ja se jaksottuu niin, että 21.5. - 25.5.2001 tein haastatteluja ja videoin kalahallin toimintaa. Mielestäni tutkimukseni kannalta hedelmällisin aineisto muodostui 28.5.2001 - 28.7.2001, jolloin tein kalahallissa aivan normaaleja töitä ja osallistuvaa havainnointia sekä pidin tapahtumista kenttäpäiväkirjaa.

Osallistuva havainnointi

Tutkimukseni tärkein aineiston hankintakeino oli osallistuva havainnointi. Kulttuuriantropologiaan perinteisesti kuulunut tapa oli itselleni luonnollisin tapa lähteä tutkimaan myös kalahallin arkea. Olin ollut kalahallissa töissä kolme kuukautta vuonna 1999 ja sen jälkeen tehnyt siellä töitä joinain viikonloppuina ja arkipäivinä. Kandidaatin tutkielmaa varten tein kenttätöitä 13.12.2000 - 30.12.2000, jolloin oli sen vuoden vilkkaimpia aikoja joulukiireiden ja uudenvuoden vuoksi. Tehdessäni tätä tutkimusta varten kenttätöitä, voinee sanoa, että kohde ei ollut enää kovinkaan vieras.

Havaintojen teon ja töiden tekemisen pystyin aloittamaan heti. Kenttätyön alkuvaiheeseen ei kuulunut vaihetta ilman osallistumista, joka sosiologi Martti Grönforsin (1985, 88) mukaan kuuluu yleensä tutkimuksen alkuvaiheeseen tai kun tutkijan on mahdotonta osallistua havainnoitavien toimintaan. Aikaisempiin kenttätyökokemuksiini nähden suurin muutos oli työkavereiden vaihtuminen uusiin. Uudet työkaverini olivat tietoisia tutkimuksesta ja kerroin heille sen tavoitteet ja pyrkimykset, että tilanne ei vaikuttaisi heidän normaaliin toimintaansa. Tilanne oli mielenkiintoinen senkin vuoksi, että aikaisempi analyysini kalahallin työntekijöiden välisistä suhteista joutui koetukselle hieman uudenaikaisessa "ihmisympäristössä". Edellä mainittuun palaan tulevissa luvuissa.

Oma roolini kalahallissa oli alusta alkaen kaksoisrooli, eli tein töitä ja keräsin aineistoa samanaikaisesti (Grönfors 1985, 70). Roolin muodostuminen oli mielestäni luonteva, sillä työkaverini eivät kohdelleet minua mitenkään erityisellä tavalla. Ehkä oman kulttuurin tutkimisessa osallistuvan havainnoinnin muodostuminen luontevaksi on jonkin verran helpompaa, koska mitkään ulkoiset tekijät tai kieli eivät vaikuta tutkija - tutkittava asetelman muodostumisessa "eksoottisen" kohtaamiseksi. Kenttätöiden aikana olemiseni kalahallissa oli niin arkista, että Grönforsinkin tähdentämä seikka toteutui, jonka mukaan "Osallistuvassa havainnoinnissa vuorovaikutus tapahtuu varsin pitkälle kohteiden ehdoilla, ja tutkijan osallistumisen pitäisi vaikuttaa tapahtumien kulkuun mahdollisimman vähän" (1985, 93). Täydellisen minimaalisena itseni vaikutus tutkimuskohteeseen oli havainnoidessani asiakkaita. Kysymyksessä oli piilohavainnointi. En koe piilohavainnointia eettisesti arveluttavaksi, koska tila, jossa havainnointi

tapahtui on julkinen ja toisaalta kenenkään henkilöllisyys ei tutkimuksessa käy ilmi. Katson, että julkisessa tilassa tuntemattomalle henkilölle kerrotut asiat eivät ole luonteeltaan sellaisia, joita ei voisi anonyymeinä ilmaista tutkimuksessa. Toisaalta tiedostan myös asiakkaan ja myyjän välisen luottamuksellisen suhteen. Mielestäni anonymiteetti takaa kuitenkin sen, että juttujen perusteella on lähestulkoon mahdotonta tunnistaa henkilö, jos ei kuulu kyseisen ihmisen aivan lähimpään piiriin. Ja jos tunnistaminen on mahdollista vain erittäin pienen ryhmän kesken, joka henkilön muutenkin tuntee, ei tilanne mielestäni muodostu ongelmalliseksi.

Tutkijan asemaa kenttätöissä on syytä kuitenkin pohtia myös hieman enemmän. Kuten edellä mainitsin, oli kentälle meneminen ja sinne sulautuminen omalla kohdallani erittäin helppoa. Toisaalta on syytä muistaa se, että kuten ihmisten välisessä kanssakäymisessä yleensäkin, ilmeni joissain asioissa itseni ja työka-vereideni välillä näkemuseroja. Koska tein samalla töitä, jouduin tietyllä tavalla suhtautumaan myös työhöni, enkä pelkästään tutkimuksen tekoon. Omat käsitykseni saattoivat olla hieman erilaisia kuin toisten joissain tilanteissa. Tutkijan ja tutkimuskohteen kohtaaminen on kahden erilaisen ajattelun edustajan kohtaamisesta. Tutkijan roolin mukaisesti arkipäivän problemaattinen käsittely ja "tyhjänä" oleminen voi johtaa kahden katsomuksen törmäykseen. Näiden törmäyksien kautta eri ajattelumallit määrittyvät selkeämmin suhteessa toisiinsa. Olen sitä mieltä, että ne ovat tärkeitä myös saman valtakulttuurin maailmankatsomuksen jakavien kesken. Syynä siihen on se, että pientä kokonaisuutta valtakulttuurin sisällä tutkittaessa, erojen ja käytäntöjen havaitseminen nimenomaisessa tilassa helpottuu, jos ne tulevat ilmeisiksi erilaisten tilanteiden kautta tavallaan sisältä käsin, eivätkä pelkästään suhteessa valtakulttuuriin. Lyhyesti voisi siis sanoa, että kaikkein neutraalein ja huomaamattomin tilanne kentällä ei omassa tutkimuksessani olisi välttämättä tuottanut parasta tulosta. Toisaalta näkemuserot eivät olleet koskaan vakavia ja omalla toiminnallani en pyrkinyt saamaan aikaan mitään perustavanlaatuisia muutoksia. Ristiriidat eivät syntyneet myöskään tutkijan roolin tähden, joten siltä kannalta neutraalius säilyi halki kenttätöiden.

Kenttäpäiväkirja, joka on tärkein empiirinen materiaalini, on kenttäpäiväkirjan ja kenttämuistiinpanojen yhdistelmä, koska se sisältää havaintojen ohella henkilö-

kohtaisia tuntemuksia ja tulkintoja asioista (ks. kenttäpäiväkirjan määrittelystä esim. Grönfors 1985, 136). Teknisenä suorituksena kenttäpäiväkirjan tekeminen tapahtui *aide-mémoire* -tekniikkaa hyväksi käyttäen, jossa havaintotilanteessa kirjoitetut avainsanat auttavat asian palauttamisen mieleen ja joiden pohjalta muistiinpanot tapahtumasta kirjoitetaan täydelliseen muotoon mahdollisimman pian (Grönfors 1985, 130-131). Käytännössä kirjoitin kenttäpäiväkirjan muistiinpanojen pohjalta heti työpäivän jälkeen. Tekniikka soveltui erinomaisen hyvin kalahallin tutkimiseen, koska muilla keinoin tilanteet eivät olisi pysyneet arkisina, esimerkiksi jatkuva nauhurin kanssa kyttäminen olisi ollut mahdotonta. Juttutuokioita kirjoittaessani olen joutunut siis tinkimään niiden pilkuntarkasta tallentamisesta, mutta oman analyysini kannalta niiden relevanssi riittää, koska kyseessä on enemmänkin sisältö kuin muotoanalyysi. Muotoanalyysillä tarkoitin tässä esimerkiksi täydellistä äänen painojen analyysiä ja niiden pohjalta tulkittuja merkityksiä eri tilanteissa. Oman tutkimukseni kannalta tärkeämpää muotojen tasolla oli havaita, miten jostakin puhutaan, johon astetta epätarkempikin tallennustekniikka soveltuu. Viitatessani suoraan kenttäpäiväkirjaani käytän merkintää (KP).

Haastattelut, videointi ja valokuvaus

Aineistoni toisen empiirisen osan muodostavat nauhurihaastattelut ja videointi. Haastattelut tein 21.5.2001 - 25.5.2001. Haastatteluja pidän tavallaan oheisaineistona, jotka tein aivan kenttätyöjakson alussa. Haastattelujen tarkoitus oli myös tarkentaa ja avata mahdollisia uusia аспектеja kalahallin arkeen. Alkuperäisen suunnitelman mukaan haastatteluryhmiä olivat asiakkaat, kalastajat ja työkaverit, mutta kentällä sain mahdollisuuden haastatella myös yhtä kalahallissa aikaisemmin myyjänä ollutta naista ja yhtä eläkkeellä olevaa kalahallin kauppiasta. Haastattelut eivät olleet aivan perinteisiä etnografisia haastatteluja, koska niistä useimpia ei jo pelkästään kestopäiväkirjaksi pysty sanomaan syvähaastatteluksi. Haastattelutaktiikkani olikin lähinnä melko lyhyiden juttutuokioiden (keskimäärin n.15 minuuttia) järjestäminen, jotka etenivät pääsääntöisesti etukäteen laatimieni kysymyslistojen pohjalta (ks. liitteet 1, 2, 3). Joukkoon mahtuu kuitenkin myös hieman pidempiä haastatteluja.

Kaikki haastattelut tein kalahallin nurkkaukseen järjestämäni pöydän ääressä.

Haastateltavia asiakkaita en valinnut sen kummemmin, vaan otin heidät taval- laan "lennosta" eli kysyin ostosten teon jälkeen, olisiko heillä aikaa haastatte- luun. Syynä tällaiseen menettelyyn oli se, että asiakkaista en henkilökohtaisella tasolla tunne ketään niin hyvin, että olisi ollut mielekästä ehdottaa kotihaastat- teluja. Toisaalta pyrin näin estämään sen, että olisin haastatellut pelkästään vakioasiakkaita, koska todennäköisesti se olisi vaikuttanut aineiston luontee- seen yksipuolistavasti. Ongelmana haastateltavien saamisessa oli ajoittain se, että ihmisille saattoi helposti tulla ensivaikutelma myyntitutkimuksen tekijästä, vaikka heti kättelyssä kerroin millä asialla olen. Toisaalta jo sinänsä mielenkiin- toinen seikka toistui useassa tapauksessa, kun ihmiset väittivät etteivät tiedä mitään. Vaikka yritin kertoa, että kyse ei ole mistään varsinaisesta tietämisestä, tyypilliset vastaukset olivat "En minä mitään tiijä. Minkälaista sitä sitte. No en minä tiijä. Kysy tuota toesta. Se tietää varmaa enemmän." Myös nuorten ihmisten haastateltavaksi saaminen oli ongelmallista, koska heille tuntui muodostuvan kova kiire lähestyessäni heitä haastattelijan ominaisuudessa. Nuoria ihmisiä kalahallissa käy asiakkaina tosin muutenkin erittäin vähän verrattuna vanhoihin ihmisiin. Asiaa valottaa sekin, että haastatellun 11 asiakkaan keski-ikä on noin 66,5 vuotta. Yleisesti ottaen haastattelutilanteet muodostuivat melko vapautu- neiksi juttutuokioiksi, mutta ympärillä oleva häly vaikutti haastateltavien ja itseni keskittymiseen ainakin ajoittain. Myös haastattelussa annettujen lausuntojen ristiriitaisuus todelliseen toimintaan ja käyttäytymiseen nähden saa epäilemään haastattelujen luotettavuutta, mutta toisaalta antaa rikkaan perspektiivin kala- hallin arvomaailmaan ja mielikuvien ja toiminnan väliseen suhteeseen. Ristirii- taisuus ilmenee esimerkiksi tinkimistä koskevissa lausunnoissa, joissa useim- mat kieltävät tinkimisen kuuluvan kalahalliin. Käytännössä ihmiset tinkivät. Edellä mainittu voi kertoa joko henkilökohtaisesta käsityksestä tai toiminnasta, mutta myös asian hienostelevasta esittämisestä.

Yhteensä tein haastatteluja 20, joka riitti aineiston kylläntymiseen, eli uusia asioita tai näkökulmia ei tuntunut enää esiintyvän ja haastattelut alkoivat muis- tuttaa toisiaan. Haastatteluihin viitataan seuraavilla koodilla, esimerkiksi (A1), (A2), (A3) etc., mitkä tarkoittavat asiakasta tai (K1), (K2), (K3) etc., mitkä tar- koittavat kalastajia tai (M1), mikä tarkoittaa entistä kalakauppiasta tai (M2), mikä tarkoittaa entistä kalahallin myyjää. Lähdeluettelosta löytyy jokaisen haastatel- lun sukupuoli, ikä, ammatti ja asuinpaikka. Edellä mainitut tiedot antavat mie-

lestäni riittävän määrän tietoa haastateltavasta, mutta säilyttävät kaikkien intimitteettisuojaan. Kalastajien tiedoissa on myös heidän kalastusalueensa. Kenttätöni aikana kalahallin ainoan kalaliikkeen omistajan sekä työkavereideni haastatteluista käytän merkintää (TK1), (TK2), (TK3). Numerot työkavereiden haastatteluviitteissä kirjainten perässä viittaavat aineistoon, mutta eivät lähdeluettelossa olevaan järjestykseen. En eritele sen tarkemmin, kuka mitäkin on sanonut työkavereiden pyynnöstä. Lähdeluettelosta löytyy kuitenkin myös heidän jokaisen ikä, koulutus ja asuinpaikka. Suorissa haastattelulainauksissa E tarkoittaa tekijää ja H haastateltavaa.

Valokuvasin myös tutkimuskohdettani, mutta pienen onnettomuuden vuoksi kesällä ottamani valokuvat hävisivät, joten tutkimuksessa olevat valokuvat ovat otettu kenttätöiden jälkeen elokuussa 2001. Niiden tarkoitus on havainnollistaa tekstiä sekä tarjota ikkuna, tosin rajattu, kalahallin arkeen.

Kaikkein vähäpätöisimmän aineiston tutkimukseni kannalta muodostaa videotallenne, jonka kuvasin 25.5.2001. Videotallenteen tekemisessä suurin vaikeus oli se, että ihmiset väistelivät kameraa ja näin ollen aitous "kuoli" tilanteista lähes tyystin. Toisaalta kalahalli ei ole mikään äärimmäisen hektinen paikka koko aukioloajan ja täysin hiljainen aika ei välttämättä videokuvauksen kannalta ole mielekkäintä, vaikka ns. tyhjät hetket muunlaisin keinoin havainnoidessa kertoisivatkin paljon. Videotallenteen merkitys on oikeastaan se, että se pystyy toimimaan jonkinlaisena kalpeana mielikuvien palauttajana itseni ja tutkimuskohteen välillä, jos tutkimuskohde jostain syystä tuntuu lipeävän ajatteluni ulkopuolelle.

Kenttäpäiväkirjan merkityksestä ja kenttätöistä oman kulttuurin parissa

Kenttätöiden jokaisen vaiheen tärkein työkaluni oli kenttäpäiväkirja. Tutkimuskohteen analysoinnissa kenttäpäiväkirjaan pyrin kirjoittamaan kaiken mahdollisimman tarkasti niin kuin asiat olivat tapahtuneet, mutta toisaalta pyrin jo sen kirjoittamisessa paneutumaan kokemani ja kuulemani problematisointiin. Kenttäpäiväkirja on työkalu. Se ei varsinaisesti omalla kohdallani ole tarkoitettu välttämättä siltään luettavaksi, vaan sisältää paljon vapaata ajatuksen juoksua

ja erittäin paljon kirjoitusvirheitä ja jonkin verran epäloogisuutta.

Aineistona kenttäpäiväkirja on erittäin subjektiivinen ja sisältää sinänsä jo tulkin tilanteesta, jota sitten kentältä palatessa käytetään hyväksi ja tulkitaan mahdollisesti vielä enemmän. Olen esimerkiksi valinnut ensimmäisen työpäiväni muistiinpanot, jotka edustavat deskriptiivisesti hyvin muotoa ja sisältöä koko kenttäpäiväkirjassani. Ainoa ero koko kenttäpäiväkirjaan saattaa olla siinä, että ensimmäisenä työpäivänä en ole vielä analysoinut kalahallin tapahtumia, kuten kenttätyön edetessä.

28.5.2001 maanantai

Työjaksoni ensimmäinen päivä. Erittäin kylmä päivä n.4 astetta lämmintä ja vettä ripeksi vähän väliä. Asiat olivat entuudestaan tuttuja. Ainoastaan kassakone oli muuttunut, samoin kuin työkaverini. Aamu alkoi normaalisti hieman ennen kahdeksaa tiskien laittamisella myyntikuntoon viikonlopun jälkeen. Työ jakaantui tasaisesti meille kummallekin. Saattoi johtua siitä, että olemme kumpikin saman ikäisiä (melkein) - - [työkaverin] kanssa ja toisaalta siitä, että kumpikin halusi antaa hyvän kuvan itsestään ensimmäisenä yhteisenä työpäivänä.

Aamu oli melko hiljainen. Kalastajia ei ollut onni suosinut ja tiskiinkin saatiin hyvin niukalti kalaa. Syynä kuulemma oli ollut kova tuuli ja erityisen kylmä keli. Vanhemmat miehet kulkivat aamulla katselemissa tiskejä ja sanoivat, että nyt ovat kalastajat jättäneet verkot liian pintaan. "Tällä kelillä männöö kala pohjaan kylmyyttä pakoon. Ei se oo ahvenkaa kutena tänä vuonna ollenkaa tuossa Kallaveellä rannassa, vuan kyllä se on tuolla syvässä kutena." Muikkua saatiin kuitenkin pari laatikkoa, jotka kävin laina-autolla hakemassa Kuopionlahden rannalta - - Otin vielä samaan kytiin yhden kuhan, jonka kalastaja oli saanut. En muistanut aluksi rahaa, jonka olin tunkenut taskuuni maksua varten. Kalastaja ei suoraan sanonut maksusta mitään, vaan tokaisi minun lähtiessä, että "No pittää vaikka joskus nuista kaloista sitten käyvä velottamassa - - Eehän siinä mikkää kiire oo, joskus vuan kun hallille satun - - (muminaa)" . Muistin rahat ja maksoin.

Oikeastaan koko päivä oli tasaisen hiljaista myynnillisesti. Asiakkaita kävi oikeastaan vain nimeksi ja äijiä ja pari naista katselemissa kaloja. Oikeastaan mummoja tai vanhahkoja naisia käveleksi aika paljon, mutta kukaan ei ostanut. "Kuhan katellaan". Muutamia ihmisiä kävi ilmeisesti ostamassa viikonlopun juhliin [ylioppilasjuhliin tai muihin koulujen päätösjuhliin] kalaa, koska sanoivat tarvitsevänsä 60 ja 100 ihmiselle (merilohta graavikalaksi).

Muutamia hauskoja vanhempia mieshenkilöitä kävi jututtamassa

minua ja Samia "ihan vuan kiireen keskelä häirihtemässä". Kertoilivat kalajuttuja isoista ahvenista, joita oli aikoinaan saatu keskellä kesää kaikkein lämpimimpänä aikana. "Sillon niitä tul isoja ahvenia ihan tuosta loivan kalliorannan kuppeesta, kun ne tul lämmittelemään siihen matalaan. Niitä myö sitten ongittiin ja joka heitolla tul kalloo ja ei ollu mittää pieniä (näyttää sormilla noin 30 cm:n kokoa). Nykyvää ei oo tullu semmosia. Loppu ihan ku seinään muutamassa vuussa se niitten tulo." Vuosikymmen jäi epäselväksi, koska tuli asiakas ja ukkeli lähti saman tien jatkamaan matkaansa jonnekin.

Muutamia mielenkiintoisia tapauksia oli sellaisissa ikkunaostoksilla kävijöissä, jotka kävivät kahtomassa "kannattaako sitä lähtee kalloo hakemaan ite järvestä." Moni lähti "ite ongelle". Ilmeisesti hinta karsasti. Toinen hintaan liittyvä asia kävi ilmi, kun muutamia kävi muikkujen hintoja kyselemässä. Muikun hinta oli meillä tänään 25 markkaa ja lehdessä oli ollut ilmoitus, että joku kauppa möi 19,50. Moni lähti "halavemman muikun perrään", mutta joutui katumaan, koska meille soitti [myyjä] päivällä sieltä kaupasta ja kyseli olisko meillä myydä muikkua, kun tukku ei ollut pystynyt toimittamaan yhtään ja jotkut asiakkaat olivat odotelleet jo tunnin. - - [työkaveri] oli puhelimesta, muttei älynnyt sanoa että laittakaa ihmiset halliin. Toisaalta ei mekään olisi pitkään kahdella laatikolla juhlittu, toisaalta eipä taida kukaan kauppa suositella kalahallia kuin hätätapauksessa.

Iltapäivä oli melko hiljainen ja olin yksin 12.00 eteenpäin kolmeen asti. Yhden jälkeen oli melkein tunnin mittainen kiireempi hetki, jolloin en kerennyt vastata puhelimeenkaan. Lopetus ja kaikki muu meni aivan normaalisti, mutta uutena tehtävänä oli sovittu siivoojien kanssa, että lakaistaan lattiat. Oli kuulunut aiemminkin jokaisen kauppiaan velvollisuuksiin, mutta meillä kalahallissa se oli jostain syystä unohtunut pelkästään siivoojien harteille. En ollut asiasta kuullut, mutta tavallaan tieto vahvisti aikaisempia käsityksiäni siivoamisen "kammoamisesta" työnä kalahallissa. (KP, 5-7.)

Edellisen esimerkin tasapainoisuus ei välttämättä kuvaa kenttätöprosessin vivahteikkoutta ja sitä, miten kaikki ei aina käy kuten tutkija haluaisi. Kertasin muistiinpanoissani päivittäin myös epäonnistuneita hetkiä, joista tunnelmaltaan edustava ja lyhyt esimerkki on mielestäni seuraava,

26.5.2001 lauantai

Todella paska päivä. - -. Meidän uusi muikunpaistaja oli viluissaan ja laitteiden ollessa hieman kesäterässä asentanut vastoin kaikkia taiteensääntöjä pannun sisälle(!?). Käry oli helvetillinen, kun pienenkössä tilassa (siinä missä olin pitänyt haastatteluja ja joita olin aamulla herännyt tekemään) kärysi yli puolitoista metriä halkaisijaltaan oleva pannu. Oli sellainen käry-yllätys, että vitutus päisäni lähdin hoitelemaan muita asioita. (KP,5.)

Kuten esimerkiksi huomaa, subjektiivisuus on sata prosenttinen. Jälkikäteen voi huomata myös, miten ennakkokäsitykset ovat läsnä, vaikka niitä ei välttämättä hetkittäiseen objektiivisuuden illuusion ajautuessa haluaisi myöntää olevan. Mikä minä olen sanelemaan ne "taiteen säännöt", joiden mukaan muikut pais-tetaan? Kenttäpäiväkirjan lukeminen jälkikäteen soimaa omia ajatuksia ja saa miettimään koko tutkimusprosessia ja omia luutuneita käsityksiä. Koko ajan joutuu miettimään, voiko asian nähdä toisinkin. Miten?

Tutkimusprosessissa kenttäpäiväkirja on omalla kohdallani ollut erittäin merkit-tävä. Ensinnäkin se edustaa jonkinlaista todistusaineistoa ja muistitukea. Toi-seksi sen merkitys omien ajatusten kehittelyn ja itsereflektion välineenä on kes-keinen. Kenttäpäiväkirja muistuttaa koetuista tapahtumista, mutta myös niistä tuntemuksista, joita milloinkin on kokenut. Itsen hahmottaminen suhteessa tut-kimuskohteeseen muodostuu tietenkin kentällä ollessa, mutta kehittyy voimak-kaasti kentältä palaamisen jälkeen. Negatiivisten tai positiivisten tunteiden kir-joittaminen antaa mahdollisuuden pohtia subjektiivisuutta ja ymmärtämisen mahdollisuutta. Toisaalta havaintojen tarkastelu ja niiden kirjallisen muodon ly-hyys suhteessa siihen tapahtumien ja tilanteiden tulvaan johon elämä meidät pakottaa, antaa viitteen siitä, miten rikkonaisen tai hajanaisen tapahtumajoukon avulla osallistuvaa havainnointia harjoittava joutuu muodostamaan kuvan tutki-muskohteestaan. Kun kyseessä on vielä oma kulttuuri ja sen arki, on pakko pinnistellä, että ei ajaudu välinpitämättömyyteen pienintäkään asiaa kohtaan. Toisaalta liiallinen yrittäminen ja asioiden näkeminen voi johtaa asioiden ylitul-kintaan. Ei ole mielekäästä tulkita ahventa koko kulttuurin ytimeen johtavana avaimena.

Tieto, joka kenttäpäiväkirjaan on tallennettu, on kirjalliseen muotoon puettu. Se on kirjoitettu tietyllä tapaa ja sisältää tietyn näkökulman asioista. Siihen on kir-joitettu sen hetkinen kokemus havaituista asioista. Clifford Geertz (1988) on kirjoittanut antropologian kirjallisesta luonteesta eli muun muassa siitä, miten kenttätöiden jälkeen tutkija siirtyy kotimaahansa ja kirjoittaa kaukana tutkimus-kohteestaan hankkimansa aineiston pohjalta. Geertzin ajatus liikkuu pitkälti kir-joitusten retoristen keinojen ja niiden kirjallisen diskurssin tarkastelussa, joilla kirjoitus muuttuu nimenomaan antropologiseksi, mutta taustalla on selvästi aja-tus myös tutkimuskohteen kuivumisesta elottomaksi objektiksi, josta kerrotaan

jonkinlainen kertomus tieteen kielellä. Toisaalta kysymys on tulkintaprosessista, josta kirjoitan enemmän toisessa luvussa. Oman tutkimukseni kannalta kenttäpäiväkirja on kirjalliseen muotoon puettun todellisuuden (tai ainakin väitteiden siitä) ensimmäinen vaihe. Ajattelen tutkimusprosessia erittäin tulkinnallisena tapahtumana, jossa kenttäpäiväkirjaan tallennetut asiat muuttuvat niiden tarkastelun jälkeen mahdollisesti melkein toisiksi, kuin ne ilman tulkintaa luettuna näyttävät olevan. Vaikka ymmärrys ja suhde tutkimuskohteeseen on voimakkain kentällä ollessa läheisyyden vuoksi, ajattelen, että sieltä eri tavoin kerätty aineisto ja hankittu ymmärrys tarjoavat tulkintaprosessille eniten vasta välimatkan päästä. Erityisesti tämä pätee mielestäni oman kulttuurin tutkimukseen, jolloin arjen katsominen vaatii ikään kuin "toisen" silmät. Kenttäpäiväkirja on siis ollut itselleni tavallaan myös välimatkan hakemista kohteeseen, mutta samalla tulkinta- ja kirjoitusprosessin ensimmäinen vaihe. Mielenkiintoista saattaisi olla kenttäpäiväkirjojen lukeminen esimerkiksi psykoanalyttisen tai jonkin muun kirjallisuuden tutkimuksen keinoin, ja verrata niitä valmiiseen tutkimukseen. Tällöin tekstien sisäisten merkityksenantojen kertaantuminen tai muuttuminen ja kirjoitusprosessin tulkinnallisuus voisivat antaa hyvin kiinnostavia tuloksia. Kenttäpäiväkirja on sinällään tiivistettyä todellisuutta, josta puuttuu suvantovaiheet. Arki on tiivistetty liemikuution tapaan. Suuri ero tulee siinä, että kenttäpäiväkirja tiivistyy tutkimuksessa edelleen, mutta liemikuution ominaisuudet vapautetaan suurempaan kokonaisuuteen.

3. SEMIOLOGINEN METODI JA NÄKÖKULMA

“Eclecticism is self-defeating not because there is only one direction in which it is useful to move, but because there are so many: it is necessary to choose.”
(Geertz 1973, 5.)

Edellä esitellyn teknisen puolen lisäksi tutkimuksessa on myös metodinen puoli, jonka tarkoitus on kartoittaa sitä minkälaisen ajattelun kautta väitteet kalahallista on tehty. Oman metodiikkani kannalta tärkeitä käsitteitä ovat *symbolinen antropologia, semiotiikka, näyttämö, tulkinta, myytti ja abduktio*. Symbolinen antropologia ja semiotiikka muodostavat tutkimuksessani käsiteparin, jonka pohjalta muodostuu oma semiologinen tapani tutkia kalahallia. Semiologinen lähestymistapa perustuu antropologi Clifford Geertzin ja semiotikko Roland Barthesin ajatusten yhdistelylle. Kolmantena teoreetikkona on Ervin Goffman, jonka hahmottelema näyttämölähestymistapa muodostaa tulkinta-apparaatin konkreettisimman puolen. Kolmen toisistaan erilaisen ajattelijan valinta johtuu siitä, että Geertz ja Barthes antavat syvemmän ja laajemman kulttuurin olemukseen liittyvän teoreettisen pohjan, kun taas Goffmannin näkökulma tarjoaa näyttämön käsitteistön, jonne symbolisten merkitysten ja merkkien maailman pystyy luontevasti sijoittamaan. Näytelmät ovat julkisia, vaikka ryhmä jolle se esitetään on joskus pieni, samoin symbolit ja merkitykset ovat julkisia. Tulkinnalla on antropologisessa tutkimuksessa yhteytensä myös *hermeneuttiseen* perinteeseen, joten ymmärryksellä ja dialogisuudella tutkimuskohteen ja tutkijan välillä on keskeinen osa myös omaa ajattelua. Ajattelun logiikan voi puolestaan sanoa kulkeneen abduktion tietä jossa seuraavassa kappaleessa enemmän. Edellä mainittujen tärkeiden käsitteiden merkitys muodostuu siis hieman eri arvoiseksi, jossa käytettävän semiologisen metodin sisään voidaan laskea kuuluvaksi kaikki muut esitetyt käsitteet.

Tutkimuksen tulkintojen ja päätelmien teko on kulkenut tavallaan abduktiivisen päättelyn tietä. Abduktiivisella päättelyllä tarkoitetaan metodia, jossa päättely etenee sekä induktiivisen että deduktiivisen päättelyn kautta lopputulokseensa.

Omassa tutkimuksessani siis tulkintaan joistain asioista. Päättelyssä havainnoitavia yksityiskohtia tarkastellaan merkkeinä mahdollisesta suuremmasta kokonaisuudesta, jossa kokonaisuus on jonkinlainen hypoteesi tai teoria, jota ei todellisuudessa ole suoraan havaittavissa. Esimerkkinä voi sanoa kalahallin tuoreuden merkityksen ja sen suhteen koko kalahallin moraalijärjestelmään. Hypoteesit eivät omalla kohdallani olleet mitään selkeästi määrittyneitä asioita, vaan ne muodostuivat tutkimusprosessin myötä erilaisiksi tulkintaperspektiiveiksi, joita vasten havaintomateriaalia katsoin. Esimerkkinä voi pitää eräiden sosiaalisten käytäntöjen tarkastelemista Bahtinin (1995) karnevalistisesta näkökulmasta tai varsin vakavalta tuntuvan tinkimisen käsittelemisen leikkinä ja pelinä. Hypoteesi omassa työssäni on, että kalahalli muodostaa itsenäisen tulkinta kontekstin eli kulttuurillisen kokonaisuuden, joka muodostuu suhteessa ympäröivään todellisuuteen. Tutkimuksen tarkoitus on luoda koherentti tulkinta johdolangoista, jotka ovat omien kokemusten ja tutkittavan kohteen äänen muodostama looginen kokonaisuus.

Tutkimuksen metodisen puolen ja ajattelun voi kuvata kolmivaiheisena prosessina (ks. kuvio 1). Ensimmäisen osion muodostaa metodi eli tässä tapauksessa semiotiikka, joka pitää sisällään ajatuskokonaisuudet yleisesti kulttuurin rakenteesta ja tutkijan mahdollisuuksista pureutua esittämiinsä kysymyksiin. Toinen osio on näyttämö, joka tarkoittaa lähestymistapaa. Näyttämölähestymistavan olen jakanut kolmeen eri tasoon, joista ensimmäinen taso (ylhäältä alaspäin) tarkoittaa näkyvää tasoa, eli sitä minkä pystymme havainnoimaan tarkkailemalla ympäristöämme ja melko vaivattomasti tallentamaan esimerkiksi kirjallisessa muodossa, sekä vastaamaan kysymykseen "MITEN?". Toinen taso tarkoittaa näyttämölähestymistavan käsitteistöä hyväksi käytävää vaihetta, jossa vastataan esimerkiksi roolien, hierarkioiden ja sosiaalisten suhteiden käsitteiden avulla kysymykseen "MIKSI?". Kolmas taso tarkoittaa kulttuuria ja metatekstiä, joka määrittää näkyvää toimintaa, sen sääntöjä ja selityspenastoja, kuten moraalialia ja luonnolle annettavia selitystehtäviä, sekä yksilöstä riippumattomia arjen rakenteeseen vaikuttavia tekijöitä. Se vastaa kysymykseen "MITÄ TARKOITTAA?". Toisaalta näyttämön tasojen suoraviivainen erottaminen toisistaan ei ole todellisuudessa näin kivutonta, koska tasojen voi katsoa muodostavan jonkinlaisen kudoksen, jossa todellisuuden tasot paikoin lomittuvat. Kolmas osio on prosessi, joka on tulkintaa. Tulkinnan merkitys kasvaa suh-

METODI

S E M I O T I I K K A

NÄYTTÄMÖ

Miten?
- se mitä näkyy

Miksi?
- sosiaaliset suhteet
- roolit

Mitä tarkoittaa?
- kulttuurin syvärakenne
- toiminnan idea eli käsite

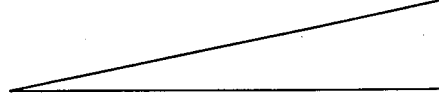
PROSESSI

Tulkinta
- dokumentointi

TULKINTA
- analyysi

TULKINTA

Y M M Ä R T Ä M I N E N



K A L A H A L L I

KUVIO 1. Tutkimusprosessin analyttinen kulku metodologisista ratkaisuisista tekstiin kalahallista

teessa näyttämön tasoihin. Tarkoitan tällä sitä, että näyttämön ensimmäinen taso vaatii osakseen vähiten tulkintaa ja kolmas osio eniten, sillä se on kaikkein teoreettisin. Ylhäältä alaspäin voidaan tulkinnan tasoja nimittää dokumentoinniksi, analyysiksi ja tulkinnaksi. Tulkintaan läheisesti liittyy myös ymmärtäminen, jonka merkitys kasvaa samassa suhteessa kuin tulkinnan. Tämän prosessin myötä syntyy kalahalli, joka hypoteesin mukaan on oma "teoriansa" ja itsensä selittävä kokonaisuus suhteessa ympäröivään maailmaan. Seuraavissa alaluissa käsittelen metodin kutakin kokonaisuutta hieman tarkemmin erikseen.

Semiologinen antropologia

Valitsemani tapa tutkia kalahallia on symboliantropologinen tai semiologinen, riippuen siitä kuka metodia määrittelee. Lähtökohtanani on Roland Barthesin ja Clifford Geertzin tavat analysoida kulttuuria, johon oma näkemykseni semiologisesta antropologiasta tässä tutkimuksessa perustuu. Kieltämättä ongelmana saattaa olla se, että tutkijoiden varsin erilainen tapa ilmaista asiat vaikeuttaa relevantin synteetin muodostamista. Toisaalta kumpikaan henkilö ei myöskään käsittäkseni pyri luomaan mitään vahvaa metodologista suuntausta, vaan näkevät tapansa lähestyä älyllisiä ongelmia lähinnä intellektuaalisena toimintana, mitä tiede pohjimmiltaan on. Käytän kuitenkin heidän ajattelustaan niitä osia, jotka katson parhaimmiksi tutkimukseni kannalta. Osittain siis sorrun itse eklektismiin, mutta kummankin miehen näkemys kulttuurista semioottisena, merkkejä ja merkityksiä sisältävänä ilmiönä puoltaa valintaani.

Lähtökohtana voidaan pitää sitä, että ihminen on merkityksiä etsivä ja antava olento. Semiotiikassa kulttuurin ajatellaan olevan teksti, jota tutkijan tulee lukea ja tulkita. Teksti ei ole kuitenkaan mikään helppo ja yksinkertainen vaan sisältää epäjohdonmukaisuuksia ja on hajanainen (Geertz 1973, 10). Näin ollen tutkijan tehtävänä on muodostaa erilaisista kulttuurille merkityksellisistä merkeistä eli symboleista jonkinlainen looginen kokonaisuus, jollaisena se ei näyttäytyä suoralta kädeltä. Geertzin ajattelu muistuttaa Wittgensteinin myöhäisemmässä filosofiassa ([1969] 1999) esittämiä ajatuksia kielipeleistä. Kielipelit ovat kielellisesti kunkin pelin logiikan mukaisesti muodostuneita ajatusrakennelmia, joiden puitteissa ymmärrys ympäröivästä todellisuudesta muodostuu. Todellisuusväitteet

muodostuvat opitun käytännön kautta, jolloin niiden totuus on totta vain kunkin kielipelin järjestelmässä, mutta voi menettää selitysvoimansa toisenlaisen ajattelun logiikan piirissä (ks. myös Eco 1988). Kulttuuri ei ole myöskään kausaalinen voima, vaan konteksti tai merkitysrakenne, jossa ihmiset antavat muodon omille kokemuksilleen (Geertz 1973, 14, 312). Geertzin väite on edelleen lähellä Wittgensteinin ajattelua. Tässä tapauksessa se tarkoittaa sitä, että kulttuuri muodostuu ikään kuin monesta toisiinsa suhteessa olevasta lauseesta, jotka muodostavat kudoksen tai Geertzin käyttämän kielikuvan mukaisen verkon, joka luo pohjan ja selityserustan toiminnalle. Kulttuuri on siis ihmisten luoma käsittejärjestelmä, joka opitaan omaksumalla kielipelin sisäinen logiikka ja ne arvostelmat, joiden puitteissa oleminen määrittyy käytännön kautta. Kulttuuri on näin arvostelmien oppimista, jolloin opimme näiden arvostelmien yhteyden muihin arvostelmiin ja tämä arvostelmien kokonaisuus tehdään meille uskottavaksi. Alkaessamme uskoa jotain todeksi, emme usko mihinkään erilliseen lauseeseen, vaan kokonaiseen lauseiden järjestelmään. (Wittgenstein 1999, 59.) Lauseiden järjestelmää voidaan siis kutsua kontekstiksi, joka tarkoittaa kulttuurin sisäistä, opittua tietovarastoa tai kuten Umberto Econ (1988, 44) sanoin "encyclopediää", jonka avulla asiat pystytään tulkitsemaan ja tunnistamaan joksikin.

Kiista luonnon determinoivasta luonteesta on symboliantropologiassa käsitetty toisin kuin esimerkiksi materialistisessa kulttuurikäsitteessä, jossa kulttuurin ajatellaan olevan tuotantosuhteiden ja luonnonolojen determinoiva kokonaisuus. Symboliantropologiassa kulttuuriin sisältyvät merkitykset ovat enemmän toimintaa determinoivia. Merkitysrakennetta eli kulttuurillista kontekstia tai tekstiä apuna käyttäen voidaan tuottaa tulkintoja, jossa kulttuurin jäsenet ovat mukana ilmiöiden käsitteellistämässä. Käsitteellistämällä tarkoitetaan yksinkertaisesti jonkin asian nimeämistä joksikin, mitä sen kuvitellaan olevan. Kulttuuri on myös julkista. Symbolit tai koodit, jotka ovat laajasti ymmärrettynä kaikki merkityksellinen inhimillinen toiminta, ovat julkisia, koska niiden merkitys on julkista (Geertz 1973, 12). Merkitysten on loogisesti ajateltuna pakko olla julkisia, jotta yksilö pystyy ymmärrettävään toimintaan ja kommunikointiin yhteisössään, eikä käytä sattumanvaraisesti tiettyjä merkityksiä sisältäviä toimintatapoja tai käsitteitä. Toisaalta metodisesti eksplikoituna edellä mainittu taustaoletus vapauttaa psykologisoimiselta. Merkityksiä tutkimalla voidaan saada selkoa kulttuurin sisäisestä, merkityksellisestä ja hierarkkisesta rakenteesta, joka määrittää sitä kon-

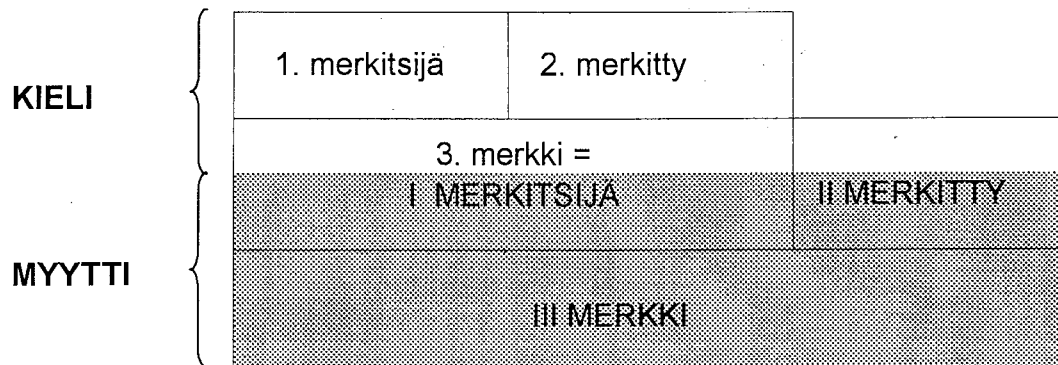
tekstia, jota vasten tulkinnat pystytään tekemään (ks. Geertz 1973; 2000). Yksinkertaistaen kulttuurillinen teksti on ikään kuin kokonainen kertomus, jossa tutkijan alleviivaamat lauseet (käsittelyyn nousseet ilmiöt) saavat lopullisen merkityksensä. Näin ollen antropologiassa painotettu holistinen ote perustelee itse itsensä. Kielipeliä ajatellen, voidaan sanoa, että se mistä pidetään kiinni, ei ole yksi lause, vaan kokonainen lauseiden pesäke (Wittgenstein [1969] 1999, 70). Geertzin kulttuurin määrittely on tehty silmällä pitäen suurempia kulttuurillisia kokonaisuuksia kuin kalahalli. Mutta tulkinnan perusajatus soveltuu mielestäni hyvin myös pienempiin kokonaisuuksiin, jos niissä on havaittavissa jotenkin jäsentynyt toimintatapojen kirjo, joka sisältää merkityksiä ja tietynlaisen tavan tulkita asioita. Työhypoteesini kannalta on mielekästä tarkastella, muodostaako kalahalli todella mitään omintakeista toimintatapojen kirjoa.

Kulttuuri on kielellisesti muodostunut (tai kielipelin logiikka), jonka puitteissa se toimii ja näyttäytyy. Koska lähtökohtana on edellä mainittu väite, olen valinnut monista mahdollisista työkaluista avukseni Barthesin semiotiikan, jota muotoilen hieman omiin tarkoituksiini sopivaksi. Toisaalta semiotiikka sopii tarkoituksiin myös sen takia, että se on pohjimmiltaan, kuten Bartheskin (1994, 174) huomauttaa, arvoja tutkiva tiede. Semiologia perustuu suurelta osin kahden termin, merkitsijän ja merkityn, väliseen suhteeseen. Merkitsijä ja merkitty ovat samanarvoisia, mutta erilaisia. Niiden suhteesta muodostuu merkki, joka on merkitsijän ja merkityn yhdistävä kokonaisuus. Barthes antaa kielellisen esimerkin ruusukimpusta (merkitsijä) ja intohimosta (merkitty). Edellä mainitut osat yhdistettynä muodostuu merkki, jossa ruusukimppu merkitsee intohimoa. Analyysin tasolla käsitteet pystytään erottamaan toisistaan, sillä ne ovat olleet olemassa itsenäisinä, ennen kuin ovat yhdistyneet. Käytännön tasolla ne näyttävät olevan yhtä (Barthes 1994, 176.)

Teoksessaan *Mytologioita*, Barthes (1994) esittelee myytin luonteeseen ja rakenteeseen liittyviä näkökulmia. Myytti on puhetta, joka muodostuu merkityksellisistä yksiköistä tai niiden yhdistelmästä. Se on myös historian valitsemaa puhetta, eikä voi muodostua asioiden itsensä luonnosta (Barthes 1994, 173-174; vrt. myös Geertz 1973 ja [1983] 2000; Eco, 1988). Myytti on Barthesin muodostama kielellinen malli, jonka on tarkoitus kuvata kulttuurin muodostamia väitteitä asioiden tilasta, mutta jotka opitun ja historiallisen muotonsa vuoksi

eivät välttämättä kerro totuutta muuten kuin omaksutun järjestelmän puitteissa. Puhe on ymmärrettävä tässä tapauksessa laajasti käsittämään erilaisia julkisia viestejä, jotka merkitsevät jotain asiaa esimerkiksi elokuva, urheilutapahtumat, näytökset jne. Myyttinen puhe on siis semiologisen järjestelmän mukaan muotoutunut, mutta on toisen asteen semiologinen järjestelmä. Tällä tarkoitetaan sitä, että kielessä (ensimmäisen asteen semiologinen järjestelmä) merkitsijän ja merkityn suhteesta muodostunut merkki käsitetään myyttisen järjestelmän ensimmäiseksi termiksi eli merkitsijäksi. Tämä on myytin muoto. Myytin merkittyä kutsutaan termillä käsite, joka tarkoittaa oikeastaan asioiden mieltä, jotka saavat sen merkitsemään jotain. Merkkiä puolestaan kutsutaan merkityksenannoksi, joka on muodon ja käsitteen välinen korrelaatio eli vastaavuus (Barthes 1994, 176-180.) Asian selkeyttämiseksi katso kuvio 2 ja kuvio 3. Muoto voi olla jokin toimintatapa. Käsite on tavallaan toiminnan idea, joka kiinnittää sen historialliseen todellisuuteen. Merkityksenanto taas on edellä mainittujen kombinaatio ja manifestaatio (ks. myös Barthes 1981, 23-32). Edellä mainittujen termien (käsitteiden) välisten todellisuussuhteiden ja nimenomaan viimeisen eli merkityksenannon tarkastelu ovat oman työni kannalta tärkeimmässä asemassa. Oikeastaan Barthesin ajattelu lähestyy vahvasti tässä myös Geertzin näkemystä kulttuurin olemuksesta ja siitä mikä on tutkijan mahdollista tavoittaa kulttuuri-analyysissään.

Tarkemmassa termien määrittelyssä voidaan havaita myös seuraavanlaisia asioita. Käsite on funktionaalinen, johon sen kiinteys ja yhtenäisyys perustuu, mutta myös hämärä, ei abstrakti, vaan peräti käytännöllinen. Tässä asian ymmärtämistä helpottaa, jos ajatellaan asian kielipelin luonteen kautta, joka on myös käytännön kautta opittu järjestelmä todellisuusväitteitä. Myytti muodostuu samoin käytännön kautta opitusta puheesta, jossa se muodostuu tietynlaiseksi asioita ilmaisevaksi järjestelmäksi. Myyttisen käsitteen perusolemus on tulla haltuun otetuksi, eli ymmärretyksi osana todellisuutta. Merkityllä voi olla useita merkitsijöitä, eli useat asiat merkitsevät samaa. Esimerkiksi on olemassa tuhansia kuvia, jotka merkitsevät Suomen itsenäisyyttä tai jos ajatellaan kalahallia, useita merkitsijöitä jotka tarkoittavat tuoreutta. Siitä seuraa, että käsite on määrällisesti köyhempi kuin muoto, mutta laadullisesti rikkaampi. Merkityksenanto ei kätke mitään. Sen tehtävä on vääristää ei kadottaa. Käsite ei ole millään tavoin piilevä muotoon nähden, eikä myytin selittäminen edellytä tie-



Kuvio 2. Myytti toisen asteen kielitieteellisenä järjestelmänä Barthesin (1994, 178) mukaan.

	MYTTI	KIELI
Merkitsijä	Muoto	Merkitys
Merkitty	Käsite	Käsite
Merkki	Merkityksenanto	Merkki

Kuvio 3. Kielen ja myyttisen järjestelmän käsitteiden suhteet ja yhtäläisyydet

dostamatonta (Barthes 1994, 180-184.) Myytti muodostuu näin ollen muodon ja käsitteen välisestä näennäisestä vastaavuudesta, jossa jokin muoto näyttää joltakin minkä käsitteellinen perusta ei ensisilmäyksen jälkeen vastaa muotoa.

Miksi sitten Barthesin myyttikäsité on oman tutkimukseni kannalta kiinnostava asia. Se ei ole sitä Barthesin melko voimakkaan halun vuoksi paljastaa politisoituneita "epätotuuksia" ihmisiin vaikuttavina tekijöinä, myytti käsitettä apuna käyttäen. Toisaalta arkipäivään ei perinteisesti katsota kuuluvan mitään myyttistä, koska myytin merkitys arkikielessä on salaperäisyyteen liittyvä ja arkea pidetään salaperäisyydelle varsin vieraana kumppanina. Mielenkiintoinen se on sen vuoksi, että Barthes (1994) määrittelee sen sellaiseksi puheeksi, joka ei kiellä asioita, vaan sen on nimenomainen tarkoitus puhua niistä. Myytin tarkoitus on antaa luonnollinen ja ikuinen totuuden perusta asioille, puhdistaa ja tehdä ne viattomiksi. Toisin sanoen myytti toteaa, ei selitä. Näin ollen myytin olemus kuvaa samaa asiaa kuin tavallinen käsitys arjesta. Arki ja myytti ovat toteamuksen tasolla tapahtuvan toiminnan malleja.

Jos edellä mainitut ajatukset yhdistetään voidaan tulosta kutsua ehkä semioottiseksi antropologiaksi. Tämä näkemys parhaiten kuvaa tapaani suhtautua kulttuurin tutkimukseen. Se on näkemys kulttuurin julkisesta luonteesta, jossa erilaiset symbolit, puhunnat ja merkitykset tulkitaan suhteessa kulttuurin rakenteisiin. Oletuksena on, että tutkija pystyy lukemaan merkityksiä ympäristöstä ja tuottamaan niistä tulkitun tekstin. Lukutapoja on monia, joista demystifioiva ilman kyynisiä tai moralisoivia tendenssejä on mielestäni antropologeille sopivin. Sillä tarkoitetaan muodon ja merkityksen välisen suhteen ja sen vääristymän tarkastelua, jonka edellinen pakottaa jälkimmäisen ylle (Barthes 1994, 189). Tulkinta ja ymmärtäminen ovat implisiittiset oletukset lukemisen onnistumisessa.

Tämän tutkimuksen metodiikan kannalta on tärkeää huomata, että Kuviossa 1 esitetyn kaavion semiotiikan ja näyttämön välinen suhde muodostuu myytin kaavan mukaan niin, että kysymys "Miten?" vastaa muotoa, kysymys Miksi? merkityksenantoa ja kysymys "Mitä tarkoittaa?" on toiminnan idea, eli käsite. Ajattelen kaavion siinä määrin joustavaksi kokonaisuudeksi, että kysymysten väliset suhteet liukuvat ja lomittuvat toisiinsa ilman selkeitä rajoja, jotka pysty-

tään asettamaan ainoastaan analyttisessä mielessä. Jatkossa tulen esittämään lukujen alussa niiden pääasiallisen painopisteen kaavion 1. mukaisten käsitteiden eli kysymysten mukaan "Miten?", "Miksi?" ja "Mitä tarkoittaa?". Tämä on vain tekninen helpotus ajatellen tekstin luettavuutta, jolloin nämä selitykset liittävätkin ajatuksellisesti luvut johonkin todellisuutta tarkastelevalle tasolle ilman, että kuljettaisin arjen tapahtumia analysoidessani semiologian edellä määritellyä käsitteistöä. Tarkoitus on, että lukija pystyy lukemaan varsinaiset aineistoon paneutuvat luvut ilman, että joutuu jatkuvasti palaamaan käsitteiden merkityksiin.

Näkökulmana näyttämölähestymistapa

Näkökulma tutkimuksessani ovat käsitteellisenä eräänlainen viitekehys, jonka tarkoitus on jäsentää ja auttaa kalahallin kulttuurillisten ilmiöiden käsitteellistämässä. Erving Goffmanin (1971) esittelemä näyttämölähestymistapa teoksessa *Arkielämän roolit*, on ajatusrakennelma, jonka puitteissa tullaan näyttelemään myös kalahallin arjen näytelmät. Näyttämölähestymistapaa Goffman käsittelee yhtenä näkökulmana yhteiselämään, jota rajoittaa ja jäsentää jokin rakennus tai laitos. Goffman keskittää huomionsa työelämän tavanomaisiin tilanteisiin ja niihin keinoihin, tapoihin ja menetelmiin, joilla yksilö pyrkii tekemään tietäväksi tavoitteensa sekä vaikuttamaan toisten itsestään saamaan kuvaan. Goffman myöntää näyttämön suorituksiin perustuvan mallinsa puutteet. Ensimmäkin näytelmät ovat kuvitelmia, kun taas arkielämää on ilmeisesti pidettävä totena. Toisekseen teattereissa näyttelijät esittäytyvät roolissaan toisille roolihenkilöille, ja tämän vuorovaikutustilanteen kolmas osapuoli on yleisö. Todellisuudessa ei ole varsinaista yleisöä, vaan tilanteessa läsnäolevat muodostavat sekä esityksen että yleisön. (Goffman 1971, 9.) Goffmannin itsensä "huomaa-mat" ongelmat eivät ole kuitenkaan ainoita ongelmia. Näyttämölähestymistavan keskeinen tekijä on rooleihin liitettävät ennako-odotukset ja niiden normatiivinen vaikutus yksilön käyttäytymiseen roolin omaksumisen myötä (ks. myös Giddens 1984, 185-191). Roolikäsitteen analyttisen käytön voi katsoa painottavan liian voimakkaasti yksilön roolin ennalta annettua luonnetta, jolloin yksilö aletaan helposti nähdä vain mekaanisesti oppimiaan rooliodotuksia toteuttavana koneena. Omassa tutkimuksessani roolin käsite on keskeinen, mutta sen kes-

keisyys on alisteinen niille näytelmille, joissa rooliin ja toimintaan vaikuttavat ja sisältyvät kulttuurilliset merkitykset manifestoituvat. Näytelmien, roolien ja roolien esittäjien julkituotujen käsitysten kutominen kalahallin näytelmäksi inhimillistä mielestäni yksilöllisen luonteen kauemmas roolikoneesta. Samalla arjen ristiriitaisuus ja rooleille esitettyjen ennako-odotusten tulkinnanvaraisuus tulevat ilmi. Roolikäsitteen merkitys on siis tässä työssä enimmäkseen vähemmän analyyttinen kuin deskriptiivinen, jonka avulla pystytään ymmärtämään helpommin kalahallin näytelmien muotoa ja sisältöä. Lopuksi voi kuitenkin sanoa, että Goffmannin näyttämölähestymistapa on rakentunut niin, että roolin normatiivista painetta ei voi, tai on lähestymistapaa tuhoamatta vaikea kokonaan poistaa.

Analyysiini olen valinnut mielestäni sopivimmat käsitteet näyttämölähestymistä vasta, roolikäsitteen lisäksi. Käsitteet Goffman on lainannut pääsääntöisesti dramaturgian piiristä, joista tulen jatkossa käyttämään muun muassa seuraavia: näyttämö, julki- ja tausta-alueet, esitys, esitysryhmä, yleisö ja repivä informaatio. Käsitteet määrittyvät ja saavat tarkemman merkityksensä analyysin yhteydessä myöhempien lukujen myötä. Näyttämölähestymistapa soveltuu hyvin kalahallin arjen analyysiin. Kalahalli on tilana selkeästi rajattu ja sen näkyvin toiminta on sosiaalista kanssakäymistä, jossa roolit ja tehtävät muodostuvat selkeiksi.

Methodinen yhteys semiotiikkaan voidaan nähdä sekä pinta- ja syvärakenteessa suhteessa tekstiin. Näytelmät ovat julkisia, ne esitetään jollekin ja ne perustuvat (kuten arkimerkityksessäkin) aina johonkin tekstiin. Tällä tekstillä on omassa tulkinnassani näyttämöstä keskeinen merkitys, sillä siihen sisältyy kolme tasoa joista ensimmäinen viittaa siihen mitä kukin pystyy näkemään havainnoidesaan ympäröivää todellisuutta. Tässä tapauksessa siis kalahallin näkyvä toiminta, jonka melkein kuka tahansa pystyy tallentamaan sanoiksi puettuna paperille. Toinen taso merkitsee näkyvien tapahtumien abstraktio tason nostamista hieman korkeammalle tasolle, jolloin pyritään sosiaalisten suhteiden ja rooleihin liitettävien merkitysten kautta määrittämään näkyvässä todellisuudessa vaikuttavia tekijöitä. Kolmas vaihe on oman tulkintani mukaan varsinainen näytelmien ja näyttämön "käsikirjoitus", eli se teksti, jota tutkijan tulee kyetä lukemaan tutkimuskohteen ymmärtämisen ja siihen eläytymisen kautta. Tämä ns. metateksti

tulee ilmi toiminnoissa, symboleissa ja erilaisissa merkityksissä, joita ihmiset antavat ympäristölleen. Tämän tutkimuksen kohdalla se tarkoittaa lähinnä erilaisten moraalisten ja luontoon viittaavien selityksperustojen ja suhteiden tarkastelua rajatulla alueella, kalahallissa. Kaikki kolme tasoa vaikuttavat toisiinsa ja muodostavat kudoksen, joka pakottaa tutkijan tulkintaan. Tulkinnallisuus ja teoreettisuus kasvaa koko ajan mitä syvemmälle näkyvästä tasosta tullaan. Tulkinnallisuuden myötä kasvaa myös tutkimuskohteen ymmärtämisen tarve, jotka ovat kuitenkin läsnä jokaisella eri tasolla. Goffmannin näyttämölähestymistavan abstraktiotason nostaminen semioottiselle tasolle tarkoittaa yksinkertaisesti tavoitetta paljastaa teksti arjen näkyvän tason takaa eli tutkia kulttuuria omassa arjessamme. Barthesilaisittain asian voisi ilmaista niin, että toiminnan ja ajattelun kielellisten rakenteiden lukeminen kulttuurillisesta tekstistä avaa ymmärryksen erilaisten luonnollisten tai arkisten selitysten peittämään todellisuuteen. Toisaalta tämä todellisuus toimii vain tiettyjen sitä määrittävien väitteiden mukaan, mutta näkökulmien tarjoaminen antaa mahdollisuuden ymmärtää myös erilaisten kielipelien luonnetta tai mallia.

Goffmannin näyttämölähestymistapaa toriympäristössä on aiemminkin kokeiltu, esimerkiksi Marita Jalkanen (1996) etnologian Pro- gradu tutkielmassaan, joka käsittelee kirpputoreja erilaisten hierarkioiden näyttämönä. Lähestymistavan taipuisuutta kuvaa hyvin se, että sitä on käytetty hyvin erilaisten sosiaalisten tilanteiden ja roolien kuvaamiseen, kuten sosiologien Elina Haavio-Mannilan ja Raija Snickersin tutkimuksessa *Päivätanssit* (1980). Tutkimuksessa Päivätanssit tarkastellaan helsinkiläisten ravintoloiden elämää päivätanssien ja siellä tapahtuvan sosiaalisen kanssakäymisen ja roolien muodostumisen kautta. (Pehkonen 2001, 10, 12.) Näytelmän analogiaa on käyttänyt myös Kaisu Jaakkola tutkimuksessaan *Muuttuva joulu* (1977). Jaakkola jakaa joulun kolmeen näytökseen, joihin kuuluu erilaisia toimia ja tapoja. Jaakkolan tapa käyttää näytelmäkäsitettä poikkeaa paljon Goffmannin analyyttisemmästä näyttämöstä ja näytelmästä. Voikin sanoa, että Muuttuvan joulun näytelmät jäävät "Miten?" tasolle, jos sitä halutaan verrata omaan tapaan ymmärtää näyttämön mahdollisuuksia. Näyttämölähestymistavan mahdollisuuksia ei ole tyhjennetty vielä loppuun asti, vaan se tarjoaa edelleen virikkeellisiä työkaluja arjen problematisointiin.

Tulkinta eettisenä kysymyksenä

Tutkimusprosessi on mielestäni suurimmalta osalta tulkintaa. Jokaisen sanan laittaminen paperille on tulkinta jostain. Tulkinta on siinä mielessä vaikea asia, että sen unohtaminen johtaa välttämättä realiteettien ja pluralismin kieltämiseen ja sitä kautta todellisuuden vääristeleemiseen. Toisaalta sen ylikorostaminen johtaa nihilismiin, sillä ääretön joukko samanarvoisia tulkintoja pistää pohtimaan tulkintojen tarpeellisuutta ja mielekkyyttä ylipäätään. Omassa semiologisessa metodissani tulkinnalla on keskeinen sija, joka on läsnä jokaisessa väitteessä jonka esitän tutkimuskohteestani. Toisin sanoen hyväksyn tulkinnan oman ajatteluni ja tiedon muodostumisen prosessin välttämättömänä osatekijänä, mutta käsittelen tulkintaa moraaliselta kannalta, jossa pyrin eksplikoimaan ajatuksiani tulkinnan mahdollisuuksista. Hyppään tässä siis omalta osaltani historialliseen jatkumoon eli 1970-luvulla virinneeseen keskusteluun etnografian ja oikeastaan myös tiedon luonteen kriisiytymisestä, jonka voisi yksinkertaistaen tiivistää kahteen kysymykseen, "Mitä voidaan tietää?" ja "Minkälainen suhde tutkittavalla kohteella on tutkijan valintoihin tulkinnassa?". Tutkimukseni kannalta se on tärkeää, koska se selvittää näkemystäni sen "tiedon" luonteesta ja eettisyydestä, jota oma tutkimuksenikin edustaa.

James Lett (1987, 73) kirjoittaa, että antropologian ominaispiirre kulttuuri käsitteen ohella on emic ja etic tiedon erottaminen toisistaan. Emisistisellä tiedolla tarkoitetaan tutkijan ja tutkittavien dialektiikan kautta muodostunutta tulkintaa tutkittavana olevasta kulttuuri-ilmiöstä, jolloin tulkinta on ikään kuin kulttuurin sisältä käsin tuotettu. Etisistisellä tiedolla taas tarkoitetaan tutkijan tulkintaa, jolloin näkemys on ulkopuolisen tarkkailijan. Kahtiajako on kirvoittanut paljon keskustelua siitä, mikä on oikea tapa tulkita. Itse käsitän jaon johtavan lähinnä eettisiin kysymyksiin, millä tarkoitan tulkinnan mahdollisuutta ja miten pystytään tulkitsemaan. Tieto-opillinen kysymys emic ja etic tiedon erottaminen ei ole siinä mielessä, että antropologiassa tavallaan hypätään yli kysymyksistä, kuten "Onko maailmaa olemassa?" tai "Onko todellisuutta olemassa?". Antropologit ovat jättäneet edellisen kaltaisten kysymysten työsaran filosofeille ja ovat itse kiinnostuneita siitä, miten maailma ihmiselle on, kun se kaikesta huolimatta tuntuu joillain tavoin olevan. Näin ollen empiirisen maailman tapahtumat ovat yksinkertaisesti tapahtumia, ja niiden tulkitseminen emisistisestä tai etisistisestä

näkökulmasta ovat jo sinänsä tieto-opillisia konstruktioita (Lett 1987, 62). Myös Geertzin tavassa tehdä antropologiaa, ero on olemassa (*thick description* eli syvä tulkinta tai *thin description* eli asian kuvaus tutkijan näkökulmasta ilman emisististä tulkintaa). Vaikka tutkijan kirjoitus on tulkinta tutkimuskohteesta, jonka muodostumiseen on vaikuttanut tutkimuskohteen kanssa tehty yhteistyö (emisistinen tieto), se on myös kommentaari todellisuudesta, joka täytyy pyrkiä tekemään käsitteellisesti ymmärrettävämmäksi lukijoille (etisistinen tieto kielellisessä merkityksessä). Yhteistyön kautta dialogissa muodostuvaa tulkintaa pidetään eettisesti kestävämpänä ratkaisuna, kuin etisististä tulkintaa. Tulkinnan onnistuminen vaatii jatkuvaa kysymysten asettamista yksityiskohtaisten asioiden suhteesta tutkimuskohteen yleiseen kuvaan (Geertz 2000, 69). Tämä liittyy myös yleisesti Geertzin käsitykseen kulttuurista ja sen kudosmaisesta rakenteesta, jossa yksittäiset lauseet muodostavat kokonaisuuden eli lausejärjestelmän. Epävarmuutta voi synnyttää ajatus, miten paljon tutkimuskohteen ihmiset itse asiassa on mukana tutkimuskohteen määrittelyssä. Eettisesti melko kestävästä väitteistä huolimatta Geertziäkin on syytetty tutkimuskohteen äänen unohtamisesta tulkinnoissaan ja hänen taipumuksestaan luottaa vahvasti omiin virtuoosinomaisiin kykyihinsä tulkitsijana (ks. esim. Crapanzano 1992). Pystyykö yhteisen tulkinnan kautta ylipäättään syntymään kolmas tulkinta? Tämä on mielestäni nimenomaan asian moraaliseksi tasolle johtava tie, jossa tutkimuskohteen näkemykseen eläytyminen ja sen huomioon ottaminen pakottaa tutkijaa etsimään ratkaisua, joka lähestyy dialogin kautta muodostunutta kolmatta tulkintaa. Tutkimuskin muodostuu näin ollen kuuntelemisen kautta muodostuneeksi tulkintojen tulkinnaksi.

Kirjassaan *Tekstin hurma* (1993) Roland Barthes käsittelee kirjoittajan, tekstin ja lukijan välisiä suhteita. Mielenkiintoisella tavalla kirjoitetun tekstin ja kulttuurin tutkimisen väliltä löytyy yhteisiä tekijöitä. Barthes puhuu kirjassaan mielihyvystä, jonka teksti tuottaa lukijalleen. Tällainen mielihyvää tuottava teksti hänen mielestään ei perustu suoranaisesti sisältöön tai rakenteeseen, vaan niihin "naarmuihin", jotka lukija tekee itse sen (tekstin) kauniiseen pintaan (Barthes 1993, 20). Nämä Barthesin mielihyvä ja naarmut ovat lukijan tulkinnat ja ajatukset, jotka teksti pakottaa tekemään. Teksti voi olla moni merkityksellistä tai konventioiden vastaista, että se tuottaa tilanteen, jossa lukija itse kirjoittaa lukemansa tekstin uudelleen. Kulttuurin tulkinnassa on sama tilanne. Kentällä ja "tutkijan

kammiossa“ ollessaan tutkija kirjoittaa uudelleen hajanaisista merkeistä koostuvan todellisuuden paperille sellaisena, kuin se tuntuu mahdolliselta tai mielekkäältä. Voi myös ajatella niin, ettei mitään alkuperäistä tekstiä kulttuurista ole edes olemassa, vaan se kirjoitetaan olevaksi, kuten unet muuttuvat oleviksi silloin kun ne kerrotaan ensimmäisen kerran ääneen (Crapanzano 1992, 131).

Eettiseltä kannalta kulttuurin tulkinnassa ja analyysissä nousevat mielestäni seuraavat kaksi kysymystä muiden ylitse. Onko kysymys siitä, pitääkö tulkinta hyväksyä, vai siitä vastaako se todellisuutta? Eettisiä kysymyksiä ne ovat sen vuoksi, koska tieteen tekijöiden ei oleteta valehtelevan. Tarkoitin tällä sitä, että tutkijan tulkinnan (etisistinen) muodostuminen ei ole itsenäinen tapahtuma, vaan tapahtuu aina jossain ympäristössä ja väittää jotain todellisuudesta tiettyjen vaatimusten puitteissa (myös emisistinen tieto). Toisaalta taustalla ovat myös tutkijan kielelliset ja psykologiset ominaisuudet, jotka erottavat hänet havaitusta todellisuudesta kielen dominoivaan todellisuuteen (ks. esim. Crapanzano 1992) On siis syytä muistaa tulkinnan vaatimukset. Eettisenä kysymyksenä tulkintaa on pohtinut mm. italialainen filosofi Gianni Vattimo (1999) teoksessaan *Tulkinnan etiikka*. Kirjassaan hän käsittelee laajasti tulkintaan ja hermeneutiikkaan liittyviä ongelmia. Erääksi keskeiseksi näkemykseksi nousee nimenomaan tulkinnan historiallisuus ja tulkintojen luonteen hyväksyminen tulkinnallisiksi. Vattimo esittää hermeneutiikan mahdollisuuden onnistumiseksi sen, mitä Nietzsche kirjoittaa, “ei ole olemassa tosi asioita, vain tulkintoja” (Vattimo 1999, 33). Toisin sanoen edellisen väitteen hyväksyessään totuuden määrittelemisessä, hermeneutiikalla on sanottavanaan seuraavaa, “että ei ole olemassa proposiioissa heijastuvaa olemisen pysyvän rakenteen totuutta, on ainoastaan monia horisontteja, erilaisia kulttuurisia universumeja, joiden sisällä totuuskokemukset tapahtuvat niiden sisäisinä tulkintoina.” Ratkaisu banaaliuteen ajautumisen sijaan olisi hermeneutiikassa se, että myönnetään kuuluminen johonkin ja välteetään metafyyssiseen kuvaukseen ajautuminen (Vattimo 1999, 82.) Tämä tarkoittaa antropologiassa sitä, että kulttuurin tulkinnat muodostuvat eräänlaiseksi antropologiseksi diskursseiksi, jotka eivät edes pyri luonnontieteelliseksi selitykseksi ja tiedoksi, vaan ovat kirjoittajien henkilökohtaisen ja ajalle tyypillisen tyylin mukaisia kertomuksia kulttuureista (näin esim. Geertz 1988; Crapanzano 1992, 43-69). Lyhyesti sanoen, etiikka tulkintoja tehdessä on oman suhteen reflektiota tulkintaan ja siihen vaikuttaviin tekijöihin. Koska tulkinnan prosessia

ja ympäristön vaikutusta ei kuitenkaan kyetä tekemään läpinäkyväksi, on etiikka toiminnan etiikkaa (metodologian selvittelyä) eikä todellisuuden tavoittamisen etiikkaa (yritys selittää tulkinta todellisuudeksi).

Edellisen kappaleen alussa esitettyihin kysymyksiin voidaan antaa vastaukseksi se, että tulkintaa arvioidessa on kysymys etiikasta, jonka tieteellistä työtä tehdessä määrittää tiedeyhteisö. Tämä taas ei välttämättä anna työkaluja kertomaan todellisuudesta siten, kuin se ehkä enemmän siitä kertoisi. Esimerkiksi aforismeihin jatkuvasti tukeutuva teksti olisi kaunokirjallinen, informatiivisuudesta huolimatta. Etiikka ei siis tarkoita todellisuuden parasta mahdollista kuvausta ja siitä johtuen tutkimus jonka korrespondenssi todellisuuteen voi olla mitätön, voi olla paras tutkimusten kategoriassa. Se miten hyvin todellisuus vastaa tulkintaa, on pyrkimyskysymys, jolla tarkoitan tutkijan henkilökohtaista moraalista suhteesta valintoihinsa. Mielestäni kysymys ei siis ole pelkästään siitä miten läpinäkyvästi jokin asia kerrotaan (vrt. Crapanzano 1992, 69), sillä se ei ole täydellisesti mahdollista millään tasolla. Heuristisena kielikuvana asiaa voi kuvata hiekan heittäminen ilmaan, josta saa aina jotain kiinni, mutta suurin osa näyttää häviävän ja olevan jossain ulottumattomissa. Avoimeksi kysymykseksi jää siis se, miten todellisuuden voi tavoittaa. Moraalisen ja monimutkaisen asian ilmaiseminen kulttuuria tutkittaessa käy mielestäni helpoiten siteeraten Hannu Salamaa, joka kirjoittaa Gorkista, "...kirjoittihan Gorkikin näytelmän "Pohjalla" vaikka ei itse ollut alkoholisti, ja muutenkin sepitteli paljon tarinoita omasta päästään, mutta tuntemastaan todellisuudesta." (1985, 66). Erityisesti edellä mainittu siteeraus koskee oman kulttuurin tutkijoita, joilla on suuri vastuu realisminsa moraalista.

Kuten realistinen teksti yleensä, voi antropologinen teksti ajautua mytologisoimaan todellisuutta Barthesilaisessa mielessä, vaikka sen mielestäni pitäisi ennemminkin aukaista se. Tässä mielessä tutkimuksen objektiivisuuden voidaan katsoa olevan tutkimusperinteen erilaiset näkökulmat todellisuuteen. Palatakse- ni lopuksi vielä antropologisen tiedon kahtiajaon pariin, voi sanoa, että etisistisen ja emisitisen tiedon mahdollisuudet ovat siinä, että tulkintahorisonttien niminä niillä on eksplisiittinen pyrkimys kuvata sitä, mitä tieto milloinkin on.

Kaiken kaikkiaan voidaan siis sanoa, että semiotiikan, näyttämölähestymistävän

ja tulkinnan toisiaan tukevien ja hajottavien puolien myötä tulokseksi on syntyvä käsitteellinen kokonaisuus, joka on todellisuusväittämien muodostaman yksikkö. Tässä tapauksessa tutkimustekstin myötä merkityksillä ladattu kohde on todellisuuden sirpaleista kasattu kalahalli ihmisineen ja toimineen.

4. KALAHALLIN TYÖT JA VUOTUINEN KIERTO

Tämän luvun tarkoitus on kertoa kalahallin arjen kulusta sellaisena kuin se näyttää tavallisimmillaan sekä valottaa siinä tapahtuvia hienoisia muutoksia eri vuodenaikoina. Luvussa pääpaino on kysymyksellä "Miten?", eli luku on deskriptiivinen ja sen on tarkoitus antaa yleiskuva myöhempien lukujen kontekstiksi, joissa analysoidaan tarkemmin eri tilanteita ja merkityksenantoja, joita arjen kulussa esiintyy. Vuotuiseen kiertoon liittyvässä alaluvussa käsitellään tosin myös luonnon ja ruokakulttuurin vaikutusta kalahallin arjen rakenteisiin, joten se vastaa osittain myös kysymykseen "Mitä tarkoittaa" (ks. kuvio 1). Alaluvussa ("Kalahallin vuotuinen kierto pääpiirteittäin") tehtäväjako luonnon ja ihmisen vaikutukseen käy käsikädessä niin, että rajanveto ei ole jokaisen asian kohdalla ehdottoman tiukka, vaan asioiden mielekkään käsittelyn vuoksi tapahtuu pientä risteämistä. Pääpaino on kuitenkin pyritty säilyttämään kahtiajaon puitteissa. Luvun tiedot pohjaavat pääosin haastatteluihin ja havaintopäiväkirjaan, erityisesti tavallisen arkipäivän malli muodostuu havaintopäiväkirjan hajanaisista tiedoista suoraan niitä yhdistelemällä, mutta luonnon kiertokulun hahmottamisessa apuna on käytetty myös kirjallisuutta.

Tavallisen arkipäivän malli

"E: Kertositko ihan, että minkälainen on tavallinen työpäivä suurin piirtein.

H: Suurin piirtein tavallinen? No se on suurin piirtein, kerrotaan vaikka tästä päivästä [22.5.2001] aamu kaheksaan ehkä suurin piirtein varttia vaille ehkä [olin] tässä näin. Siinä pikkuhiljaa ruvetaan aukasemaan tiskit, fileet laatikoista pois, pressut pois. Tänä aamuna ei tullu oikeestaan kaloja, mutta jos kaloja tulee niin otetaan kalat vastaan. Punnihtemista. Toisaalta toivos, että siinä ois joku toinenkii siinä aamussa, ku se on vähän tympee homma yksin punnita ja yrittää palvella samalla asiakkaita. Se vähän välillä on hankalaa. Siihen yheksään mennessä kun saa tiskit valmiiksi niin viimestään yheksään alkaa tulla asiakkaita. Sitten se on sitä asiakkaiden palvelua siinä iltapäivään, tämä on kolmeen

auki niin, oikeestaan kahelta [aloitetaan] lopettelemaan sitten. Nyt on vähän hiljaseempaa ollu, että joskus menee siihen, että ei pääse todellakaan kahelta lopettelemaan, että sitten ku pistetään ovet kiinni niin lopetellaan.” (TK3, 1.)

Aamu n. klo 7.00 - 9.00

Töiden alkamisaika päivittäin on porrastettu sen mukaan, kuinka monta työntekijää on käytettävissä. Aamulla ensimmäinen työntekijä tulee seitsemän tienoilla ja aloittaa myyntitiskien laittamisen myyntikuntoon ja tarkastaa varaston tilanteen. Varaston ja tiskin tuotteiden kierron tarkkaileminen kuuluu tärkeänä osana aamuun, mutta myös koko päivään. Toiset tulevat porrastetusti myöhemmin. Yleensä ainakin joku tulee auttamaan ensimmäisenä tullutta kahdeksan tienoilla, kun halli aukeaa.

Kukin tekee aloituksen hieman omassa järjestyksessään, mutta seuraavat työt kuuluvat kuitenkin aamun askareisiin. Varastosta kannetaan tiskiinkin tarvittavat tuotteet tai tuorekalat, joita siellä on säilössä edelliseltä päivältä File- ja savukalatiskien päältä otetaan muoviset peitteet pois ja puhdistetaan vitriinien lasit, jos ne ovat likaiset. Filetiskissä olevien sillipurkkien päältä otetaan kannet pois ja purkit vaihdetaan tarvittaessa täysiin. Ihmisillä on käsitys, että täysi purkki on tuoreempaa, vaikka sillit eivät ole tuotteita, jotka vaihtuvat päivittäin. Filetiskisiin on voinut jäädä edelliseltä päivältä fileitä, joiden kelpoisuus tarkistetaan (kelpo konsti on haistaminen) ja heitetään menemään, jos ne osoittautuvat huonoiksi. Väri on toinen tekijä myös filetiskien tuotteiden laatua tarkistettaessa. Vaalealihaisten kalojen lihan värin mennessä liian valkoiseksi tai paikoin rusehtavaksi, ei se kelpaa enää tiskiinkin, vaikka periaatteessa olisi vielä syömäkelpoista. Huomautettakoon, että filetiski on kylmä, ja fileet säilyvät siinä normaalisti yön yli hyvinä, jos ne ovat illalla leikattuja. Fileen tekeminen kuuluu kuitenkin myös aamun tehtäviin. Edellisenä iltana jäihin kokonaiseksi jätetyt kalat pyritään leikkaamaan fileiksi, ennen kuin tilalle saadaan tuoreempaa. Filetiskissä ovat myös suolatut ja graavatut kalat. Aamun töihin kuuluu graavilohen siivuttaminen ja asetteleminen tarjottimelle ja esille tiskiinkin. Uutta kalaa laitetaan myös samalla suolautumaan.

Aamuisen ohjelmanumeron tarjoavat myös kalastajat, jotka tuovat pyytämiään

kaloja myyntiin. Suurin osa kalastajista tuo kalansa autolla, mutta muutamilla on vieläkin tapana kuljettaa kalansa maitokärryillä Kuopionlahden rannasta. Rannassa on kaupungin puolesta järjestetty kylmäsäilytystila sekä jääkone jäittämiseen tarvittavaa jäätä varten. Maitokärryillä kalansa tuovat ovat Kallaveden saaristossa asuvia kalastajia. Yleensä kalastajilla on kalat laatikoissa ja jäitä päällä, mutta he eivät ole mitanneet kalojen painoja valmiiksi, vaan joku myyjistä joutuu lajittelemaan ja punnitsemaan kalat. Poikkeuksena on muikku, jonka kalastajat laittavat itse kymmenen kilon laatikoihin. Kalat punnitaan aina lajeittain, koska niillä on eri sisäänostohinnat. Usein kello on jo hieman yli kahdeksan, kun kalastajat saapuvat. Asiakkaat ovat jo käpälöimässä ja valitsemassa haluamaansa kalaa, ennen kuin niitä on edes ehditty asetella tiskiinkin. Pienten riitojenkaan syntyminen ei ole harvinaista "kauniin" haukiyksilön ostojärjestyksestä ja varamisesta asiakkaiden keskuudessa. Innokkaimmat asiakkaat saattavat myös soittaa ja varata kalan jo ennen varsinaista avaamisaikaa, jos tarvitsevat jotain tiettyä kalaa tarkoituksiinsa. Erityisen yleistä tämä on aikoina, jolloin kalaa on vähän saatavana esimerkiksi kesällä asiakkaat kyselevät kuhia ja suuria järvilahnoja. Myös harvinaisemmat ja halutut kalat kuten järvitaimen ja suuret järvisiit saavat ihmiset liikkeelle ajoissa tai soittamaan varauksen. Harvinaista ei ole myöskään se, että asiakkaat kyselevät jo edellisenä iltapäivänä haluamaansa tuotetta.

Aamulla on myös tukkukierroksen vuoro, jolloin tukuista käydään täydentämässä varastoja, jos tarve vaatii. Tukuista otetaan lähinnä sellaisia tuotteita, joita ei saa suoraan kalastajilta tai niitä ei pystytä itse tekemään tai teettämään. Esimerkiksi norjalainen merilohi on tukkuutuote. Toisaalta tukkukierroksen merkitys kasvaa aikoina, jolloin kalasaaliit ovat heikot ja kokonaisesta kalasta on pulaa, kuten kesällä. Jää on myös tärkeä tuote, jota tukusta joudutaan ottamaan, jos oma jääkone ei tuota tarpeeksi tai on hajalla. Erityisesti kesällä jäiden noutaminen on erityisen tärkeää, kun jäiden merkitys kasvaa säilyttämisessä ja sitä kuuluu tiskissä enemmän. Joillekin päiville saattaa olla tilauksia lounasravintoloista ja työmaaruokaloista, jotka toimitetaan pääsääntöisesti tukkukierroksen yhteydessä. Tilaukset on laitettu aamulla paketteihin, ettei aamupäivällä ole turhaa liikettä vaakojen luona ja työntekijät pystyvät keskittymään olennaisimpaan eli myymiseen.

Tiskien täyttäminen kuuluu olennaisena osana aamun toimiin. Varaston ja tiskien välillä on silloin liikettä. Tuorekalatiskiinkin kannetaan jäitä, joiden päälle kalastajien tuomat kalat asetellaan tarjolle. Muikut laitetaan laatikoissaan yleensä toiseen tuorekalatiskiinkin. Samoin savukala- ja filetiskiinkin kannetaan varastosta täydennystä, jos ne ovat vajaita tai tyhjiä. Pääsääntöisesti tiskit pyritään täyttämään samana päivänä kalastajilta tai tukuista saaduista kaloista, koska kalahalli on nimenomaan tuoreen kalan myyntipaikka. Ihmiset odottavat, että tiskistä saa potkivan hauen tai mateen. Tuoreuden vaatimukseen liittyy myös joidenkin asiakkaiden aikainen liikkeellä olo.

H: Vieläkii on tässä semmonen perinne, että tuota pitäs olla joillekkii asiakkaille sitten niinku elävä kala. Vähemmistö, mutta selevästi havaittavissa oleva asiakasryhmä, joka tulee hirmu aikasi. Ensimmäiset aamuasiakkaat ehtii oikeen semmosta, jolla evät tärisee, semmosta kalaa. Jos sitä ei oo niin ne ei ostaa mittään (naurua). Niihen mielestä niin se on kaikki kelevotonta sitten. (TK)

Kalahalliin aukioloajoista ei piitata samalla tavoin kuin kauppojen aukioloajoista, vaan asiakkaat saattavat tulla jopa nostelemaan pressuja kalojen päältä ennen varsinaista ovien avaamista. Mielenkiintoinen asia on sikäli, että verrattaessa kalahallia esimerkiksi muihin tavallisiin kauppoihin, on vaikea kuvitella tilanne, jossa suomalaiset asiakkaat menisivät liikkeeseen ja alkaisivat toimittaa asioitaan ennen kuin tiskit ovat valmiit tai liike edes avoinna. Kalahallin myyjien keskuudessa tämä aiheuttaa joskus suuttumusta, koska aamu on kiireinen ilman "hätisteltäviä" asiakkaitakin.

Aamu on hallissa kaikkein kiireisintä aikaa. Kalastajien ja asiakkaiden kanssa yhtä aikaa työskenteleminen vaatii hermoja ja ripeyttä. Palveleminen ja kalojen punnitseminen, sekä lajitteleminen tiskiinkin ei käy kovin helposti yksin. Jos aamu on ollut kiireinen, se leimaa yleensä koko päivää ja siitä keskustellaan naureskellen ja ollaan kiusoittelevasti vahingoniloisia aamuvuorossa raataneelle. Vaikka aamun merkitys on keskeinen koko päivää ajatellen, on sen luonne kaikista päivänvaiheista ehkä yksinäisin. Syynä tähän on se, että tärkeimmät kalahallin sosiaaliset näytelmät näytellään vilkkaimman myynnin aikana, sekä silloin kun edes yksi työkaveri on mukana hoitelemassa kalahallin askareita.

Aamupäivästä iltapäivään n. klo 9.00 – 15.00

Vilkkain myynti sijoittuu aamupäivään ja iltapäivän alkuun. Kalahallin asiakaskunnasta isoimman joukon muodostavat eläkeläiset. Asiakkaiden puheista päätellen he lähtevät tarkoituksella aikaisin kaupunkiin hoitamaan asioitaan ja ruokaostoksiaan. Kalahalliin ihmiset tulevat mielellään muutenkin suhteellisen aikaisin, kun kalat ovat vielä jotenkuten hengissä ja näin ollen siis todistettavasti tuoreita.

Myyntiin kuuluu kalojen punnitseminen ja kääriminen paketteihin. Usein ihmiset haluavat kalan myös perattuna tai fileerattuna. Kalan käsittely on eräs päiväajan tärkeimmistä ja tyypillisimmistä tehtävistä. Kaupunkioloissa ihmiset haluavat usein kalansa perattuna, koska kalasta lentelevät suomut on hankala siivota ja kalan ominainen haju on tottumattomalle usein vastenmielinen, eikä lähde pois kovinkaan helposti tai ainakaan nopeasti. Toisaalta hallissa on hyvät työvälineet (terävät veitset) ja suomustuskone. Tiskin takana myös yleinen järjestyksen ja siisteyden ylläpito kuuluu koko ajan tehtäviin. Näiden asioiden suhteen toimitaan tilanteiden mukaan joustavasti. Myös tiskin siisteys ja jäiden ja kalojen riittävyys kuuluu huolehdittaviin asioihin.

Iltapäivä n. klo 15.00 – 17.00

Iltapäivä on kalahallin hiljaisinta aikaa. Yleensä yksi työntekijä jää hoitamaan myynnin ja lopetuksen kahdeksi viimeiseksi tunniksi. Asiakkaita tulee kuitenkin vielä neljän jälkeen, kun ihmiset ovat päässeet töistä. Usein asiakkaita tulee vielä minuuttia paria ennen sulkemisaikaa, jolloin tiskit ovat jo laitettu kiinni. Nämä niin sanotut "viime tipan asiakkaat" ovat melko usein työntekijöiden keskustelujen kohteena, eivätkä useinkaan kovin positiivisessa merkityksessä. Myyjien mielestä "viime tipan asiakkaita" tuntuu yhdistävän kiireettömyyden tuntu, sekä mahdollisimman hyvän ja monipuolisen palvelun vaatimus.

Iltapäivän askareisiin kuuluu leikata tiskiin jääneet kalat fileiksi. Kaloja leikataan niin paljon, että aamulla tiskiinkin jää ainoastaan muutama kokonainen kala, että on jotain myytävänä, ennen kuin kalastajat tuovat tuoreen saaliinsa. Iltapäivän hiljaisina hetkinä leikataan myös savustukseen lähtevät fileet, sekä mahdoli-

sesti ennakkoon seuraavan päivän lohifileitä. Toinen vaihtoehto on laittaa kalat laatikoihin ja jäitä päälle. Joistain kaloista ei tehdä normaalisti ollenkaan fileitä, kuten esimerkiksi lahnoista ja pienistä kaloista tai harvoin esimerkiksi mateesta. Jos jää muikkuja, laitetaan niidenkin päälle jäitä ja ne viedään varastoon odottamaan seuraavaa päivää. Kesäisin viedään kaikki tuorekalat laatikoissa ja jäisissä varastoon, mutta talvella esim. kuhat, hauet ja lohet voidaan jättää laatikoihin ja jäihin laitettuina kylmätiskiin. Lopuksi tiskiin jätettyjen kalalaatikoiden päälle laitetaan vielä kannet ja pressu, jotta ne säilyisivät todellakin kylminä. Joitain kaloja laitetaan myös pakastimeen. Peratut ahvenet ja särjet laitetaan pakastimeen, kuten myös kokonaiset särjet. Kalat laitetaan kilon painoisiin pusseihin. Särkiä ja ahvenia ei ole joka päivä saatavilla tuoreina ja erityisesti särkiä ihmiset ostavat pakastettuinaakin lemmikeilleen. Kalan säilytyksessä oikean lämpötilan merkitys korostuu, koska kala on melko helposti pilaantuva raaka-aine. Tosin asiakkaiden keskuudessa kalan huonoa säilyvyyttä liioitellaan melko paljon. Erityisesti vanhat ihmiset, jotka ovat tottuneet nuoruudessaan maaseudulla juuri järvestä nostettuun kalaan, liioittelevat sen "noppeeta pillaantumista".

Seuraavaa aamua ja päivää varten laitetaan illalla vielä graavilohta suolautumaan, että se on valmista myytäväksi aamulla. Illan viimeisiin tehtäviin kuuluu myös veitsien ja muiden työkalujen peseminen. Samalla pestään myös leikkuualustat ja pyyhitään tiskit ja pöydät. Toisin sanoen tehdään loppusiivous ja kannetaan yleensä ääriään myöten kalan perkeitä ja käsipaperia täynnä oleva jätelaatikko kauppahallin yhteiselle jätelavalle. Kun sillipurkkien kannet ovat kiinni, savukalojen ja fileiden päälle on aseteltu muovi, jotta ne eivät kuivu, vitriineistä on sammutettu valot ja paikka on yleisilmeeltään siisti, voi viimeinen työntekijä lähteä viemään rahat pankin tallelokeroon ja kotiin.

Päivittäiset työt sijoittuvat siis enimmäkseen aamuun, jolloin valmistaudutaan päivän myyntiin ja laitetaan kaikki valmiiksi. Aamu on yleensä kiireistä aikaa ja silloin on pienoinen jännityksen tuntu siitä, mitä ja miten paljon kalaa saadaan myyntiin tai kenties saadaanko ollenkaan. Kalastajat ovat säiden armoilla ja vaikka on sovittu ketkä milloinkin kalaa tuovat, on kaikki loppupelissä kiinni säästä. Päivä on myynnin kannalta kiireisin aika, jolloin ei tehdä oikeastaan muuta kuin myydään. Iltapäivällä taas asiakasvirta hiljenee ja aletaan jo keskittymään seuraavaan päivään.

Työn jakautuminen viikon aikana

Viikko muodostuu edellä esitetystä arkirutiinista. Lisä- tai erikoispiirteitä arkeen tuo se, että alkuvuikon ja loppuvuikon työtahti on erilainen. Alkuvuikon päivinä asiakkaina käyvät nimenomaan vanhat ihmiset. Viikon ensimmäisinä päivinä arki on verkkaisempaa ja vakioasiakkailla ja myyjillä on aikaa jutustella keskenään. Kiireisyys kuuluu loppuviikkoon. Asiakkaiden lukumäärä kasvaa ja tarinatuokioille jää vähemmän aikaa. Vaikka perjantaina ja lauantaina asiakas-kunta nuorenee hieman, on suurin osa yhä eläkeläisiä. Mielenkiintoinen piirre kalahallin kiireettömyydestä pitävillä eläkeläisillä on heidän kiireensä päästä viettämään vapaa-aikaansa loppuvuikon päivinä aivan kuten työssäkäyvillekin. Eniten tavallisesta arkipäivästä poikkeavia ovat maanantai, perjantai ja lauantai, jolloin normaalien arkirutiinien ohelle kuuluvat myös viikoittaiset lisätyöt.

Maanantaina aloitetaan viikko, jolloin tiskit ovat viikonlopun jäljiltä aivan puhtaat ja tyhjät. Ensimmäinen tehtävä on laittaa savukala- ja filetiskiin ritilöiden päälle päällysteet, mikä tarkoittaa niiden päällystämistä tinapaperilla niin, että tinapuoli on ylöspäin. Seuraavaksi kannetaan varastosta tiskeihin sitä, mitä sieltä löytyy. Yleensä tiskiin tuotavaa ovat vain sillit ja lauantain lopuksi kevyeen suolaan laitettut lohifileet, jotka ovat maanantaina valmiita siivutettaviksi ja myytäväksi. Tiskien täyttö on maanantaiaamun tärkein ja kiireellisin tehtävä. Sen vuoksi aamuun saattaa tulla kaksikin ihmistä tekemään kaiken valmiiksi. Myös tukussa asioiva lähtee liikkeelle hieman normaalia aikaisemmin, jotta viikko lähtisi nopeasti käyntiin. Filetiskiin leikataan, heti kun se on mahdollista, uutta filettä ja savukalatiskiin noudetaan tukusta tai odotetaan savustamoilta itse teetettyjä kaloja. Maanantai on aamusta työntekijöille melko kiireinen, mutta perinteisesti myynnillisesti melko hiljainen päivä. Tästä syystä töiden teolle jää yleensä hyvin aikaa.

Väliviikko menee normaalien arkirutiinien mukaan ja ainoastaan työtahti hieman kiihtyy loppuviikkoa kohden mentäessä. Keskiviikosta eteenpäin aletaan jo osittain varautua viikonloppua varten, missä näkyy myös selvästi viikonlopun tärkeys. On mielenkiintoista, että ihmiset käyvät ostamassa kalaa eniten viikon kolmena viimeisenä arkipäivänä (torstai, perjantai, lauantai). Voi olla, että nyky-päivänä suurin osa ihmisistä ei paneudu niin paljon alkuvuikosta ruuanlaittoon,

vaan viikonloppuna käytetään enemmän aikaa ja rahaa myös siihen. Hieman parempaa ruokaa ns. "sunnuntai ruokaa" on tosin perinteisesti pyritty tekemään ennenkin (Räsänen 1980b, 98). Savossa samansuuntainen kulttuuripiirre on jatkunut ja näkyy selvästi kaikkien ruokakauppojen jonoissa viikonloppua lähestyttäessä, mutta kontrasti alku- ja loppuviikon välillä on kalahallista katsottuna suurentunut.

Perjantaina varaudutaan normaalisti jo lauantaihinkin, eli tukkuostot pyritään tekemään perjantaina. Näin viikon myynnillisesti vilkkain päivä lauantai voidaan omistaa pelkästään myymiselle. Kalastajat tuovat kuitenkin normaalisti kalansa myös lauantai aamuna, jolloin tilanne helpoiten muuttuu kaoottiseksi, koska lauantaina asiakkaat ovat vielä muita päiviä entisestään aikaisemmassa. Lauantai-iltapäivä poikkeaa normaalista arki-illasta siinä, että halli suljetaan jo kolmelta ja tiskit täytyy tyhjentää pesua varten. Lauantai-iltapäivään jääkin yleensä kaksi työntekijää hoitamaan lopetuksen ja siivoamisen. Nyrkkisääntönä on se, että kalat on myyty tai pakattu ja viety kylmäsäilytykseen kolmeen mennessä, jolloin työntekijät pääsevät kotiin. Aikaisemmin myyntitiskit piti lauantaisin vielä pestä ennen vapaalle pääsyä, mutta nykyään tiskit käy siivoamassa ulkopuolinen siivoaja.

Kalahallin arjen vuotuinen kierto pääpiirteittäin

Kalahallin vuoden jaksottuminen tapahtuu kahden tärkeimmän tekijän vaikutuksesta, ihmisten ja luonnon. Ihmisten ja kulttuurin tärkeimmät ja näkyvimmat kalahallin arjen rakenteeseen vaikuttavat vaihtelut ovat vuosittain toistuvat juhlat ja niihin liittyvä ruokakulttuuri. Myös ihmisten vuoden jaksottuminen arkeen ja lomaan aiheuttavat omat muutoksensa. Esimerkkinä voi pitää kesäaikaa, jolloin suomalaisilla on perinteisesti pisimmät lomakautensa ja ulkomaalaisten turistien määrä lisääntyy. Nämä seikat näkyvät myös kalahallin arjessa. Toinen tekijä eli luonto asettaa myös rajoituksensa ja tarjoaa mahdollisuudet erilaisille muutoksille. Merkittävimmät tekijät ovat kalojen kutuajat, jotka sijoittuvat eri lajeilla eri ajankohtiin. Kutuajat vaikuttavat ihmisten ostokäyttäytymiseen, koska kutuaikoina sesonkituotetta on eniten saatavilla ja sen hinta yleensä halvempaa, näin esimerkiksi muikun kanssa syksyllä. Joissain tapauksissa sesonkituotteen suo-

sioon vaikuttaa myös se, että sitä on saatavilla oikeastaan vain kutuaikoina, näin esimerkiksi lahna. Toisaalta nämä kaksi tekijää selityspäruustana, eli kulttuuri ja luonto, sekoittuvat joissain tapauksissa keskenään. Tarkoitaa tällä sitä, että jotain kalaa saataisiin kyllä ympäri vuoden, mutta se ei kelpaa kuin tiettyä vuodenaikana, kun taas jotkut lajit kelpaavat ympäri vuoden, kutuajasta tai sesongista riippumatta. Käsittelen muun muassa tätä ongelmaa tulevassa.

Luonnon vaikutus

Kulttuuriekologisissa tutkimuksissa on usein jaettu esimerkiksi kalastajien vuosi vuodenaikoihin liittyvien resurssien mukaan, joissa resurssit tarkoittavat lähinnä aikaa, jolloin jotain tiettyä lajia on mahdollista kalastaa tehokkaimmin (ks. Tuomi-Nikula 1982). Näistä resursseista Tuomi-Nikula (1982) käyttää nimitystä "niche", eli lokero, joka kuvaa eri luonnonresurssien käyttömahdollisuuksia tiettyä aikana elinkeinon harjoittamisessa ja elinkeinon harjoittamiseen vaikuttavia yhteiskunnallisia tekijöitä. Toisaalta lokeron käsitteeseen liittyy myös jonkin resurssin mahdollisesta käyttöön otosta, mutta jota ei kuitenkaan ole hyödynnetty. Kalahallissa vuodenaikojen erityispiirteet voidaan jaotella helposti samankaltaisesti lokeroihin, sillä kalahallin vuotuinen kierto liittyy ymmärrettävistä syistä kalastuksen parissa esiintyvään vuotuiseseen kiertoon. Käsittelen seuraavassa luontoon liittyvien seikkojen ja sitä kautta kalastajien toimien kautta kalahallin arkeen vaikuttavia tekijöitä. Mielenkiinnon kohteena tässä ei ole kalastusmenetelmien esittely eri vuodenaikoina, mutta niitä mainitaan viittauksen omaisesti eri yhteyksissä asian ymmärtämisen helpottamiseksi (ks. tarkemmin kalastusmenetelmistä esim. merikalastuksesta Tuomi-Nikula 1982, järvikalastuksesta Lappalainen 1998). Jokainen vuodenaika muodostaa yhden kulttuuriekologisen lokeron, joka vaikuttaa suoraan myös ketjun eri osiin, jossa kala siirtyy luonnosta ruokapöytiin.

Aloitaa vuotuisen kierron läpikäymisen **syksystä**, jolloin verkkokalastajien saaliit alkavat pikkuhiljaa kasvamaan yleensä melko vaatimattomaan kesään verrattuna. Kalastajasta riippuen pyyntitapa vaihtelee. Verkkokalastajilla tärkeimmät kalastuksen kohteet ovat muikku ja kuha, mutta myös siikaa saadaan jossain määrin enemmän. Trooli- ja nuottakalastajat keskittyvät pääsääntöisesti muikun pyyntiin. Kalahallin vakiokalastajille syksyllä alkaa pyynnillisesti parhaat ajat.

Syysmyrskyt voivat tosin vaikuttaa hetkellisesti kalan saantiin. Myyntitiskien rakenne muuttuu myös. Lohi- ja muikkupainotteisesta tiskistä siirrytään enemmän muita järvikaloja suosivaksi, esimerkiksi kuhaa ja haukea. Muikku säilyttää tietenkin asemansa ja määrällisesti lisääntyy, mutta nyt sitä myydään muihin ajankohtiin verrattuna enemmän valmiiksi perattuna, johtuen mädin poistamisesta.

Pyöreän eli suomukalan tulon voimakkaan kasvun seurauksena tiskin takana työskentelevien arkeen kuuluu myös yhä enemmän kalojen leikkaus fileiksi. Koska kalan menekki on rajallista tiskistä, menee fileistä osa tukkujen kautta uudelleen levitykseen. Kaikkein vilkkaimpina aikoina työt jakaantuvat niin, että kahdesta tai kolmesta myyjästä yksi leikkaa koko ajan ja toiset palvelevat asiakkaita. Rutinoitunut kalojen leikkaaja pystyy leikkaamaan joitain satoja kiloja päivässä muiden töiden ohella, jos saa kuitenkin keskittyä pääasiassa leikkaamiseen. Koska leikkaaminen ainakin toistaiseksi on tehty hyvin pitkälle tiskin takana, riittää kuljeskelijoille syksyisin katsomista myyjien fileeraustaidoissa. Leikkaamisen määrään on pyritty vaikuttamaan niin, että nykyään osa kalastajista leikkaa itse kalansa valmiiksi ennen kuin tuovat saaliin kalahalliin. Kalastajille tämä tietää hieman lisää työtä, mutta vastaavasti he saavat astetta pidemmälle käsitelystä tuotteesta paremman hinnan.

Kalahallin arjessa muikun merkitys on syksyisin suuri. Yleisesti ottaen syksy on asiakasvirroiltaan melko hiljaista aikaa, mutta muikku työllistää työntekijöitä sitäkin runsaammin. Tavallisesti tiskin takana töitään tekeville syksyisin lisähommaksi tulee muikkusaaliiden hakeminen pakettiautolla maakunnasta hallille jatkokäsittelyyn ja myyntiin. Jotkut kalastajat jatkavat itse saaliidensa tuomista, mutta muikkuaikana pyritään muikut keräilemään entistä tehokkaammin myös sellaisilta kalastajilta, jotka pääsääntöisesti eivät tuo kalojaan Kuopion kalahalliin myytäväksi. Muikkusesongin voimakkuus pakottaa myös lisätyövoiman palkkaukseen kiivaimmaksi ajaksi, joka vuodesta riippuen kestää noin kolme kuukautta, lokakuulta marraskuulle. Kalahallin alakerran kalojenkäsittelytilat täyttyvät muikkujen perkaajista. Erilaiset kertomukset muikkujen perkausnopeus ennätyksistä ovat melko tyypillisiä kalahallin puheenaiheita.

H: Onhan niitä hyviäkin perkaajia kyllä. Minä tiijän tuolla oli Partasen leipomolla oli yks Kermannin Hilja ja monta muutakii. Se kävi minulle, mätiä tein, niin siellä autotallissa perkaamassa. 35 kiloo

Kalahallista tulee siis moraalinen ostotoiminnan kohde. Tuoreuden vaatimus pelkästään tuoreuden vuoksi ei ole riittävä tulkinta. Ympäröivät markkinat luovat valintojen mahdollisuuden, joita yksilöt käyttävät hyväkseen ja valintojensa kautta ilmentävät suhdettaan toisiin ihmisiin ja heidän valintoihinsa (Wuthnow 1989, 81-89). Valintoihin pakottavilla markkinoilla, kuluttajana toimiessaan, yksilö toteuttaa symbolisen toiminnan kautta niitä arvoja ja kulttuurillisia piirteitä, joiden halutaan manifestoituvan omissa toimissaan. Näiden valintojen kautta yksilöt kiinnittyvät ja pystyvät vaikuttamaan omalta osaltaan julkiseen elämään. Koska ihmiset pääsääntöisesti haluavat toimillaan näyttää olevansa moraalisesti hyviä ihmisiä tai asiakkaita, tarjoaa esimerkiksi kalahalli mahdollisuuden dramatisoida näitä kulttuurillisia, yksilöiden toiminnan kautta ilmeneviä arvoja.

Koska markettien olemassa olo on fakta, ja niitä useimmat käyttävät, ei voida sanoa, että marketeissa käynti herättäisi ainakaan kovin voimakasta moraalista paheksuntaa. Oikeastaan tuoreuden vaatimusta voidaan pitää eräänlaisena moraaliseen toimintaan ohjaavana tekijänä. Pilaantuneen kalan syönti voi aiheuttaa ruokamyrkytyksen ja ruoka maistuu pahalta. Se on eräänlainen yksilön ja yksilön odotukset pilaava tapahtuma. Pilaantuneen tuotteen pelon uhalla ja tuoreuden vaatimuksella voi pyrkiä tekemään marketeista ostamisen raskaammaksi rikkomukseksi ja ohjata yleistä mielipidettä oikeana pitämäänsä suuntaan. (vrt. Douglas 2000, 205.)

Kalojen käsittely taidonnäytteenä

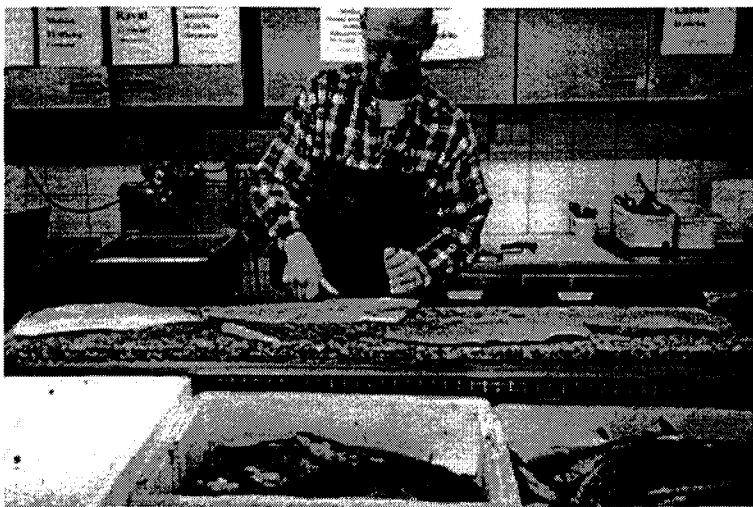
Kolmen näytöksen näytelmä

Kalahallin myyjien tärkein ammattitaidon julkituomismuoto on kalojen käsittely. Kalojen käsittelyn määrittelen tässä tarkoittamaan sekä kalan käsittelyä erilaisilla välineillä, että kalaan liittyvän tiedon ja uskomusten hallitsemista ja niiden esiin tuomista. Kalan käsittely on puolestaan asiakkaan palvelemisen tärkein elementti.

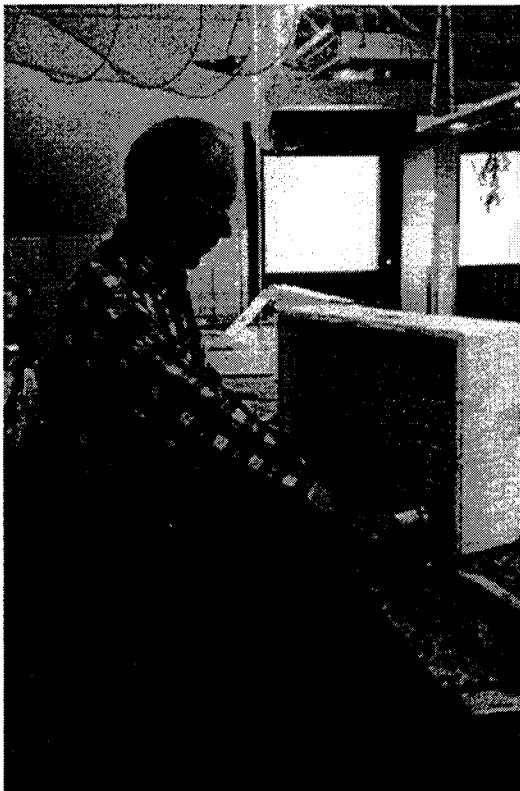
Ensimmäinen näytös alkaa asiakkaan saapuessa kalahallin tiskien eteen katselemaan tuotteita ja valitsemaan itselleen sopivaa kalaa ostettavaksi. Ensimmä-



Kalojen leikkaaminen fileiksi on yksi tärkeimmistä näytöksistä, joissa myyjä tuo julki ammattitaitonsa (Kuva: Erkkä Pehkonen)



Mitä vähemmän lihaa jää kylkiruotoon fileeroimisen yhteydessä sitä kätevämpi leikkaaja on. (Kuva: Erkkä Pehkonen)



Palvelun nopeuttamiseksi ja työn helpottamiseksi kalat suomustetaan koneella. (Kuva: Erkkä Pehkonen)

mäisessä vaiheessa myyjän täytyy melko nopeasti mennä kysymään asiakkaalta, minkälaista kalaa hän haluaa. Myyjä ottaa tilanteen sanallisesti haltuunsa ja alkaa esittelemään asiakkaalle kaloja. Myyjä luettelee usein lähestulkoon kaikki tiskin kalat, että asiakkaalle syntyisi mielikuva runsaudesta notkuvista tiskeistä. Kaloja saatetaan nostella ja esitellä kummaltakin puolelta, jotta asiakas varmistuisi kalan laadukkuudesta. Kalojen luettelemisen tarkoituksena on myös osoittaa asiakkaalle heti alkuun myyjän asiantuntemus kalojen suhteen. Kalan käsittelyn reipasotteisuuden on tarkoitus ilmaista samoja tarkoituksia. Ammattilaisen otteet ovat ripeitä ja määrätietoisia.

Kalaa miettiessään asiakkaalta kysytään, minkälaiseen tarkoitukseen kalaa on tarkoitus käyttää. Myyjä antaa vinkkejä kalan valmistuksesta ja eri laatuisten sopivuudesta erilaisiin ruokiin. Monesti myyjä saattaa kertoa tehneensä itse "eilen" juuri mainitsemaansa ruokaa ja kehuu tulosta erittäin hyväksi. Usein myyjä ei kuitenkaan ole ruokaa tehnyt, mutta tarkoitus on antaa uskottava ja ammattitaitoinen kuva kaikesta, mikä kalaan liittyy. Kala on kaikinensa arkipäivää monella tavalla. Toisaalta halutaan vakuuttaa kalasta tehtävän ruuan erinomaisuutta. Kalojen valmistukseen annettavat vinkit ovat usein samoja, mutta eri asiakkaille sanottuina kuulostavat aina uusilta asiakkaiden korvissa. Vakioasiakkaille ruokavinkkejä ei anneta niin usein, koska vaarana olisi uskottavuuden menettäminen asiakkaan silmissä, jos kertoisi joka kerta saman ohjeen ja vieläpä mainitsisi syöneensä sitä "eilen". Vakioasiakas saisi liikaa tietoa niistä taustatietämisalueen strategioista, joita ei ole tarkoitettu julkialueen tiedollisella puolella oleville.

Toinen näytös näytellään asiakkaan valitessa kalaa. Myyjä vakuuttelee asiakkaalle tuoreutta ja kertoo paikat, joista kaloja on sillä kertaa tuotu. Tärkeää on luetella järviä paljon ja osoitella eri kaloja. Tämänkin tarkoitus on antaa kuva vahvasta tiedosta, jonka varassa myyjä tiskin toisella puolella toimii. Tärkeää ei ole täysin oikeaan osunut tietyn kalan pyyntipaikan osoittaminen, vaan sujuvuus. Tietenkään myyjät eivät pyri tarkoitukselliseen valheelliseen toimintaan, mutta on ymmärrettävää etteivät he pysty varmuudella sanomaan, mistä kohdasta Kallavettä tai muuta järveä mikin kala on pyydetty, koska ne ovat tiskissä samassa läjässä. Oikeastaan ammattitaidon esiin tuominen tulee melkein shokeeraavasti esille, kun suuresta kalaläjystä myyjä näyttää pystyvän vaivatto-

masti osoittelemaan mikä kala on mistäkin järvestä. Asiakkaan tehdessä lopulta valintansa, ottaa myyjä kalan jäistä vahvoin ottein ja tappaa kalan voimakkaalla kapulan lyönnillä niskaan. Niskaan lyönti on usein turhaa, koska kalat ovat jo kuolleita, mutta tällä tavalla halutaan antaa kuva tuotteen laadusta eli tuoreudesta, "potkivasta kalasta".

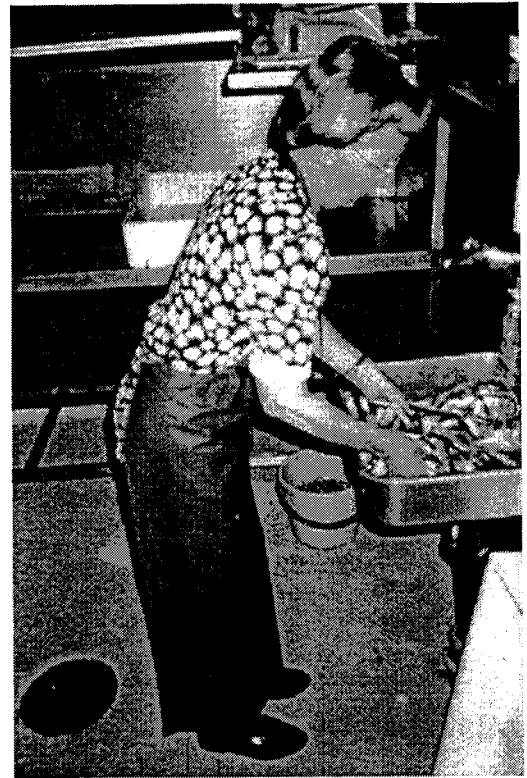
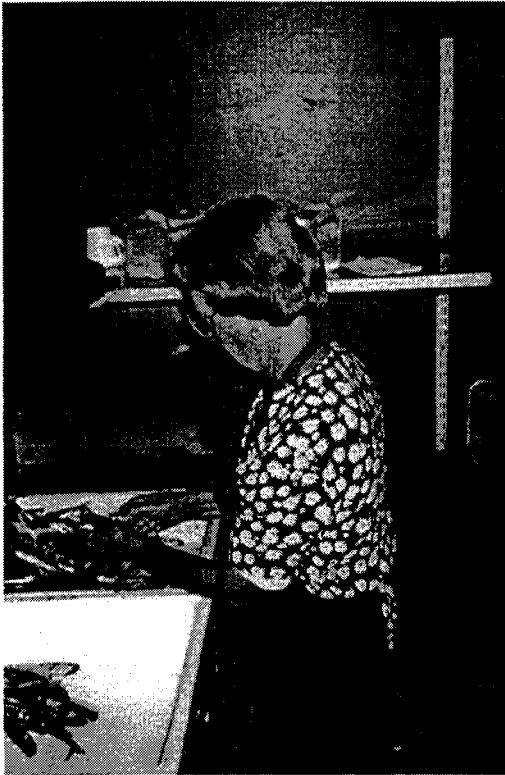
Kalan käsittelyssä kolmas ja viimeinen näytös on kalan käsittely välineillä, esimerkiksi veitsellä tai suomustuskoneella. Myyjä kysyy, tehdäänkö kalalle jotain, eli siivotaanko vai fileoidaanko se. Jos asiakas niin haluaa, alkaa varsinainen näytös. Fileoitaessa veistä hiotaan muutaman kerran näyttävästi ikään kuin valmistellen seuraavaa ammattitaidon esittämistä varten. Veitsen teroitus on hyödyllinen, mutta myös puhtaasti teatraalinen asia. Nopeat veitsen teroitusliikkeet yleensä vain hipaisevat terää, joka on valmiiksi teroitettu hyvään kuntoon. Veitsen merkitys saattaa muuttua myös toiminnan epäonnistumista selittäväksi tekijäksi, jos leikkaaminen jostain syystä epäonnistuu. Myyjä voi syyttää veistä tylsäksi tai että se on teroitettu toiselle myyjälle sopivaksi. Selityksissä voi olla perääkin, mutta julkituotuna niiden tarkoitus on selittää epäonnistuminen. Oma ammattitaito ei tule uhatuksi, vaan vastuu siirtyy välineille. Kalat fileoidaan usein nuorille ihmisille, joille helppous merkitsee ruuanlaitossa paljon, tietysti tottumuskysymykset vaikuttavat myös asiaan. Fileesta tehdään usein nahaton ja "ruodoton", mikä tarkoittaa kylkiruotojen ottamista. Pystyruoto jää vielä paikoilleen, eikä sitä nypitä yleensä pois. Esimerkiksi kuhassa myyjät sanovat sen "pehmiivän paistaissa" huomaamattomaksi. Asiakaskunnan vanhempi osa puolestaan haluaa kalan usein siivottuna. Siivoaminen tarkoittaa suolien ottamista ja suomustamista. Suomustaminen tapahtuu siihen tarkoitukseen tehdyllä koneella, jolloin homma käy kätevästi. Asiakas perusteleekin suomustustoivettaan usein, "Ku se käyp tiällä niin näppärästi. Ei oo oma keittiö sitte täynnä suomuja." Hallin myyjät ilmaisevat itsekin kalan siivoamiseen liittyviä sotkuisuuden piirteitä. Kalan sisälmyksistä sotkuinen esiliina on eräänlainen viestintä väline. Kalan käsittely on sotkuista puuhaa, joten "älä tee sitä kotona, vaan anna kalanmyyjien hoitaa se ammattitaidolla ja kalan käsittelyyn tarkoitettulla alueella". Myyjillä on ikään kuin kompetenssi likaisuuden kanssa toimimiseen, johon tavallisen asiakkaan ei ole syytä ryhtyä. Siivottua kalaa ei saa myöskään pestä, koska silloin "lähtöö se kalan oikee maku poikkeen." Toisaalta kalaa ei saa muutenkaan huudella tarpeettomasti useita kertoja sen lihan säilyvyyden vuok-

tunnissa perkas ja otti mädit pois. Ei siinä kyllä paljon tupakoija siinä ennee. Mutta muikku oli kyllä kookasta. Se oli kone se Hilja. En minä oo piässy, siis oon minä 30 killoon piässy, mutta tuota siinä ei oo mätiä otettu. Mutta kyllä se ku Hilja. Ku kuulemma, minä kysyin yheltä, jolla oli tuo muikun perkauskone tuolla jossain tuolla Sorsasalossa, niin minä kysyin paljonko se perkaa tunnissa. Niin se sano, että siinä 70 killoo tunnissa ja siihen pittää olla kaks henkee vielä laittelemassa niitä siihen nauhalle. Niin minä sanoin, että mittee sitä 100 000 koneella sillon, kun tuota kaks ihmistä 70 killoo perkaap ilman konetta. Kyllä se on ihmisestä ja näppäsyvestä kiini. Ol mulla yks, tuolla Enonlahessa yks kalastaja, sen eukko, sitä 5 senttistä neulamuikkua, "kyllä minä kolome killoo, sitä tunnissa perkaan". Ja minulle jos annetaan kolome killoo, niin se on hyvä jos päivässä suap se on katos ku paksun peukalon työntää, niin se lentää se koko muikku männessään. (M1, 2-3)

Tavallisina päivinä kokenut muikunperkaaja perkaa noin 150 kiloa muikkuja, riippuen jonkin verran muikun koosta. Mitä suurempia muikut ovat, sitä nopeammin perkaaminen käy. Perkaajat lypsävät myös mädin pois. Mäti pestään, suolataan miedosti ja toimitetaan tukkuasiakkaille, mutta osa laitetaan pieniin rasioihin ja myydään tiskistä. Mätiä pakastetaan myös jonkin verran, että sitä pystytään myymään pidempään hallissa. Koska muikkuja tulee ja käsitellään enemmän kuin niitä pystytään myymään tiskistä, menee osa peratuista muikuista myös yrityksiin, jotka jatkojalostavat niistä esimerkiksi säilykkeitä tai pakastavat niitä ja savustavat aikoina, jolloin muikkua ei ole saatavissa.

Talven alkuun kuuluu rospuuttoaika. Rospuuttoajalla tarkoitetaan aikaa, jolloin jäät alkavat jäätymään. Kalastajien työhön tulee väkisin pari vapaapäivää, koska jään päältä kalastaminen ei vielä onnistu jään heikkouden vuoksi, mutta se on kuitenkin niin vahvaa, ettei veneellä pääse järvelle. Rospuuttoaika on myös kalahallissa hiljaista aikaa. Järvikalan saannin tyrehtyessä muutamaksi päiväksi pyritään kalaa hankkimaan rannikolta ja pohjoisemmilta alueilta. Toisaalta järvet jäätyvät Savossakin hieman eri aikoihin ja se vähentää rospuuton vaikutusta kalahallissa. Rospuuttoaika vaihtelee säiden kylmyydestä riippuen. Esimerkiksi vuonna 2000 syksyn rospuuttoaika oli vasta joulun jälkeisellä viikolla, mikä on tavallista myöhemmin. Normaalisti jäät tulevat Savon seudulle joskus joulukuun alkupuolella. Jäiden alettua kantaman riittävästi lähtevät kalastajat jälleen kaan.

H: - - Ja sitten ei sinne syksylläkkää ihan riekulle lähetä. Suunil-



Muikkuja perataan käsin myyntiä varten alakerran kalankäsittelytilassa. Ensin puristetaan pää poikki ja vedetään suolet pois. Seuraavaksi muikut huuhdellaan kylmällä vedellä. (Kuvat: Erkka Pehkonen)



Ennen myyntiin viemistä muikuista valutetaan enimmäkseen vedet pois. (Kuva Erkka Pehkonen)

leen, että - - kestää jo moottorikelekalla ajoo, niin sitten vasta lähettään. Semmonen kolome neljä tuumoo pittää jätä jo olla. (K2, 4.)

Pakkasten ja järvien jäätyminen myötä kalahallin arki vilkastuu. Verkkokalastajien verkkojen lukumäärät kasvavat yli sataan verkkoon. Moottorikelkkoja apunaan käyttäen liikkuminen on joutuisampaa ja tehokkuus on lisääntynyt verrattuna aikaan ennen kelkkoja. Kalahallin vakiokalastajista ainoastaan yksi kalastajapari käyttää enää suksia pääasiallisena liikkumiskeinona talvisin. Haukea ja kuhaa saadaan kalahalliin yllin kyllin, vaikka kala ei ole kovin aktiivinen liikkeissään. Kalan määrien hillintään pyritään kalahallin osalta tiputtamalla hieman hintoja. Toisaalta kalastajat vievät parhaimpina aikoina saaliitaan myös tukkuihin, koska tukkujen ei tarvitse rajoittaa sinne otettavien saaliiden kilomääriä johtuen heidän säilytystilojen suuruudesta sekä kaupankäynnin suuremmasta volyyymista. Muutamat nuottakalastajat jatkavat nuottaamista myös talvella ja suosittua muikkua on saatavilla läpi vuoden. Muikkua tuodaan lisäksi myös kauempaa kuten jossain määrin syksylläkin ja kesällä. Muikun hinta on tosin hieman kalliimpi vuodenajasta johtuvien vaikeampien olosuhteiden ja saaliiden vähyyden vuoksi. Toisaalta ainakin hauen hinta on normaalisti alhaisempi kuin kesäisin. Talvisin kalan säilyvyys myös paranee ja samalla varaston ja tiskin välinen kierto pitenee hieman. Kalastajat tuovat talvella hyvin jäitettyä kalaa, koska ongelmia lämpötilan kanssa ei synny kuten kesäisin. Talvella kalasaaliiden päivittäiseen vaihteluun vaikuttavat erityisesti pakkaset. Kovilla pakkasilla nuottaaminen ja verkkokalastaminen vaikeutuvat ja seuraukset näkyvät heti kalahallissakin.

Talven merkittävin sesonkituote on made. Kalahalliin tuotavat mateet on kalastettu pääsääntöisesti verkoilla ja rysillä, mutta myös jossain määrin katiskoilla. Mateen sesonkiaika on tammikuusta maaliskuun loppuun, jolle ajalle osuu myös sen kutu. Perinteisesti puhutaan matikan kudun aikana matikkamyräkästä, jolloin mateen uskotaan liikkuvan enemmän ja tulevan lähemmäs rantaa. Mateet ovat sitkeitä pysymään hengissä. Talvella myyntitiski näyttää aamuisin epämääräiseltä elävältä röykkiöltä, kun kalastajien laatikoissa ja säkeissä tuomat elävät mateet kiemurtelevat epäjärjestyksessä jäiden päällä. Talven erikoistyonä myyjillä on mateiden nylkeminen. Nylkemisessä tehdään pieni viilto mateen niskaan. Viillon reunasta otetaan pihdeillä kiinni nahasta ja nahka vedetään pois. Made on suomuton kala ja toimenpide on helppo, mutta vaatii hieman käsivoi-

mia. Mateen sitkeähenkisyys vuoksi, saattaa se jäädä puunuijan iskusta huolimatta eloon. Joskus kala aloittaa sätkimisen, kun nahka on vedetty jo puoleen väliin.

Rospuuttoaika on luonnollisesti myös keväällä, jolloin jäät alkavat sulaa ja heikenevät. Kalastajat keräävät verkot hyvissä ajoin, ettei vaaratilanteita synny. Toisaalta kestävän jään käsitys kokemattoman ja kokeneen silmissä vaihtelee.

H: Sillon ku västäräkin vielä kestää, niin sillon kestää kalamiehenii. (naurua) Niin mulle ennen sanottii - -

E: Että aika heikoille jälle?

H: Kyllä.

E: Eikö pelota?

H: No ei oo vielä 50 vuoteen puonna yhtään kertoo. Sitähän näk koo, kato paljo liikku, jän väristäkkii, mikä kestää ja mikä ei. Kaikki tämmöset seikat.

E: No mikä sitä on sitä kestävää jäätä ja mikä ei?

H: No syksyllähän kestää kirkas jää ja valakee jää ei kestä, mutta kevväällä on päin vaston. (K3, 2.)

Kevään rospuuttoaika on yksi kalahallin hiljaisimmista ajoista. Kalaa hankitaan rannikolta ja pohjoisesta, jossa jäätä vielä mahdollisesti on niin paljon, että kalastajat pystyvät kalastamaan. Huonoimpana aikana saattaa käydä niin, että tiskissä on vain pari kalaa. Tähän aikaan vuodesta saatetaan ottaa myös silakoita myyntiin. Silakkaa ei kuitenkaan suosita, koska sen ja merikalan menekki kalahallissa on huono.

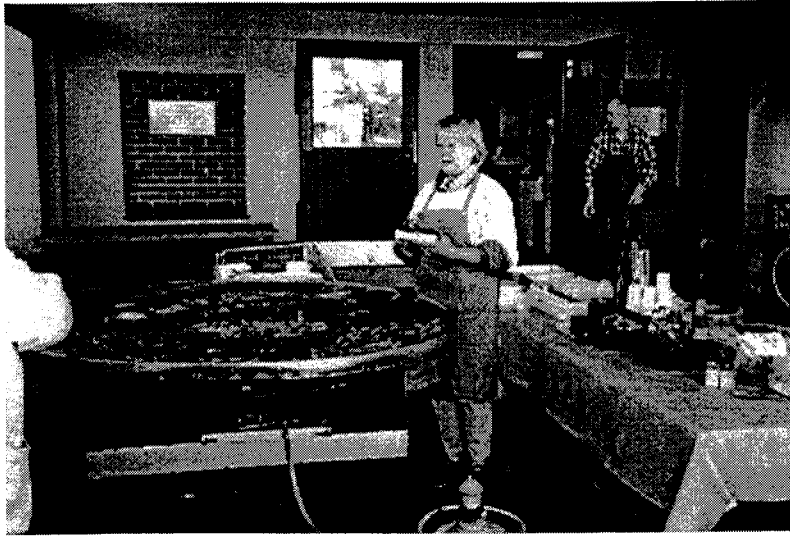
Keväällä kalahallin tärkeimpiä tuotteita on hauki. Hauen kudun myötä saaliit kasvavat entisestään ja hinnan laskun myötä hauen kiinnostus lisääntyy asiakkaiden keskuudessa. Myyjille suuret haukisaaliit teettävät jälleen kerran paljon leikkaamista. Hauki on kuhan ja lohien ohella vakio filetuote, jonka menekki olisi tasainen ympäri vuoden, jos kalaa saataisiin aina leikattavaksi asti. Hauki on sellainen kala, jota ei kalahallissa ole paljon saatavana kesällä, joten sellaiset ihmiset, jotka eivät harrasta kalastusta kesäisin ostavat keväisin paljon haukea. Kalastajien hauen pyynnin haluttomuuteen, muina kuin sesonkiaikana, vaikuttaa sen hinnan alhaisuus verrattuna esimerkiksi kuhaan. Vanha sanonta "Hauki on kala." väänny kalastajien suussa "Eihä se hauki oo ies kala.", mikä tarkoittaa lähinnä sitä, että siitä ei makseta paljon mitään. Hauki ei siis ole taloudellisesti

kalastajille kunnolla edes kalan arvoinen. Hauen pyynnin kannattavuus liittyy hetkittäiseen saaliiden kilomäärien kasvuun keväisin, vaikka sitä olisi saatavilla muulloinkin. Kirjolohen käyttö osaltaan on vaikuttanut hauen menekkiin.

H: - - on tämä hauki, että tuota sitä on hirveesti olemassa, mutta kirjolohi tuli. Se se poloki sen hauen hinnan pohjiin. (K3, 4.)

Kesän pikkuhiljaa edetessä asiakasmäärät kasvavat ja kaloista suosituksi tulee lahna. Lahnan sanotaan kutevan silloin kun tuomi kukkii. Lahnan kutu on myös juttujen aihe. Menneiden aikojen suuria lahnaaaliita muistellaan halukkaasti. Lahnan sesonki ei ole niin tarkasti määrittynyt, mutta liittyy kutuaikaan ja kiivain sesonki päättyy juhannuksen tietämille, jolloin järvilahnaa saadaan enää hyvin vähän. Toisaalta lahnaankin liittyy hintakysymys, eli lahna ei makseta kalastajien mielestä niin hyvin, että sitä kannattaisi kalastaa varsinaisesti muulloin kuin parhaana pyyntiaikana.

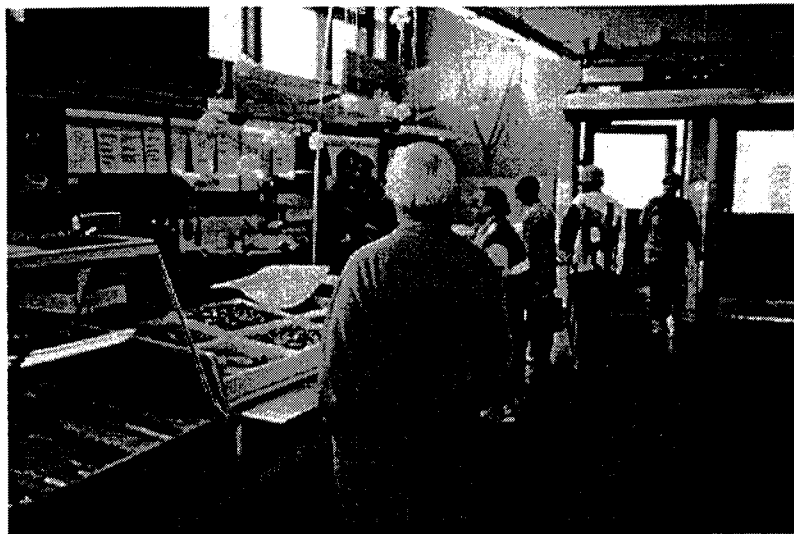
Kesällä kaloista suurin suosikki on muikku. Toisaalta tiskit muuttuvat yhä enemmän lohipainotteisiksi, koska muuta suurempaa pyöreää kalaa ei ole saatavilla. Kirjolohi ja Pohjois-Norjasta tuotava Jäämeren lohi ovat kesäisin korvaamassa villiä järvikalaa. Myös siikaa pyritään saamaan niin paljon kuin mahdollista. Lyhyesti sanottuna, kesätiski on lohikalojen tiski, joten leikkaamista on jälleen kerran melko runsaasti, tosin huomattavasti vähemmän kuin muina aikoina. Tiskin rakenne muuttuu myös entistä enemmän käsitellymmän ja jo valmiin kalan tiskeiksi. Kesällä nuotan käyttö on helpompaa ja verkkokalastus on vaikeampaa, koska kalat ovat flegmaattisempia ja saattavat nähdä verkot vedessä (Ingold 1976, 92). Tähän seikkaan liittyy osittain myös tiskin rakenteen muutos. Muikkua pyritään saamaan nyt myös yhä pidempien matkojen päästä esimerkiksi Puruvedeltä ja Pihlajavedeltä kuten talvellakin, koska lähiseutujen kalasaaliit eivät suuruutensa puolesta riitä tai muikku on väärän kokoista, johon palaan tuonnempana. Tukkuajon merkitys kasvaa jonkin verran, koska lohet haetaan tukuista. Tukuista haetaan myös jäitä, joiden merkitys säilyvyyden vuoksi moninkertaistuu talveen ja syksyyn verrattuna. Loppukesästä verkko-muikun määrä lisääntyy jonkin verran ja vapaa-ajan kalastajia alkaa tuomaan yli oman tarpeen meneviä saaliita halliin myyntiin. Kesä on kiireistä aikaa, mutta saaliiden kannalta aika heikkoa. Asiakasvirta on kaikesta huolimatta suri.



Kesäisin kalahallin katoksen alla myydään myös isolla pannulla paistettuja muikkuja. (Kuva: Erkka Pehkonen)



Hiljaisina päivinä kaikkea muikunpaistoon liittyvää tarpeistoa ei kanneta ulos. (Kuva: Erkka Pehkonen)



Kesäinen alkuviikon aamupäivä kalahallissa. (Kuva: Erkka Pehkonen)

Ihmisten vaikutus

Luonnon vaikutusta voidaan pitää osittain tietynlaisiin ratkaisuihin pakottavana tekijänä, mutta sen tarjoamat mahdollisuudet ovat kuitenkin asioita, joista ihmiset loppujen lopuksi itse päättävät, mitä hyödykseen käyttävät. Tämä tulee hyvin esille sellaisten syötäväksi kelpaavien kalojen kohdalla, joita ei kuitenkaan käytetä ihmisten ruokaan ollenkaan tai joiden kuvitellaan kelpaavan syötäväksi vain tiettyinä aikoina, kuten made. Voidaan siis ajatella, että erityisesti nykyään, kun luonnon vaikutus ravinnon hankintaan on tekniikan ja yhä tehokkaampien tuotantomuotojen myötä vähentynyt, on ruoka muuttunut toisenlaisten kulttuurillisten merkitysten latautumaksi. Ruokaa leimaa yhä enemmän valinta ja valintojen kautta sen kulttuurilliseksi merkityksellistävät inhimilliset prosessit.

Matti Räsänen (1980a) on tutkimuksessaan *Ruoka ja juoma sosiokulttuurisena kuvastimena* pohtinut aterian ja ruuan tutkimukseen liittyviä kysymyksiä. Hänellä ateria on tarkastelun keskiössä, mutta myös siihen vaikuttavat erilaiset sosiaaliset ja kulttuurilliset tekijät, esimerkiksi arvot, uskomukset, valmistustekniikat, elämänrytmi ja niin edelleen, joista laajasti ymmärrettynä tutkimuskohteenä oleva moni säikeinen ateriakompleksi koostuu. Räsänen mallissa yhteisön ruokakulttuurin järjestelmästä oman tutkimukseni kannalta kiintoisia ovat ruuan arvojen tarkastelu sosiaalisen ajan kannalta, sekä yhteisön ruualle antamat merkitykset. Tämä tarkoittaa sitä, että kalahallin arki kertoo tämän päivän Savolaisesta ruokakulttuurista sen, mitä milloinkin pidetään arkeen ja juhlaan kuuluvana kalaruokana tai mikä ruoka liittyy johonkin vuodenaikaan. Toisaalta kalahallin arjen tarkastelun kautta voidaan tutkia niitä arvostuksia, joita eri kala- laatuihin liittyy ja arvoista seuraavia valintoja. Ruokailutilanteeseen ja ruokajärjestelmään vaikuttavat monet erilaiset tekijät, kuten ekologiset, ekonomiset, tekniset, uskonnolliset ym. (Räsänen 1980a, 28-29.) Ekologisiin tekijöihin olen keskittynyt hieman edellä, joten seuraavassa käsittelen hieman joitain näistä ruokajärjestelmään vaikuttavista muista puolista, joita kalahallista katsottuna pystyy valottamaan. Kaikki nämä kalahallin arkeen vaikuttavat asiat käyn läpi vuodenaikojen ja vähäisessä määrin myös töiden kautta, kuten edellä ekologisten tekijöiden vaikutukset.

Vuotuisen kiertoon on perinteisesti kytkeytynyt myös siis ruokakulttuuri, jossa eri vuodenaikoina on käytetty hyväksi kunkin ajankohdan runsaimmin tarjolla olevia luonnon antimia, sekä aikaisemmin agraariin vuotuiskiertoon liittyen esimerkiksi syksyisistä teurastuksista saatavia raaka-aineita (ks. esim. Räsänen, 1980b). Kalahallin arkea tarkasteltaessa ei ateriaa ja ruokaa voi sivuuttaa. Kalahallihan on nimenomaan ruokaa varten hankittavan raaka-aineen lähde. Kalahallissa vuotuinen rytmitys näkyy selvimmin kutuajoissa, jolloin saadaan runsaasti kutevaa kalaa, jolloin se on yleensä halvempaa, sekä mätiä. Mätejä pidetäänkin yleisesti arvossa ja suurena herkkuna (esim. siika, muikku ja kirjolohti). Toisaalta vuotuisen kierron rytmitystä määrittävät myös erilaiset juhlat, joissa ruuan merkitys korostuu arkeen verrattuna. Juhlien merkitys ihmisille näkyy myös kalahallissa vilkastuneena myyntinä, sekä juhlasta riippuen joidenkin lajikkeiden suosimisena. Tärkeimmät juhlat moninkertaistavat kalahallin myynnin kuten esimerkiksi jouluna myynti viisinkertaistuu tavalliseen viikonloppuun verrattuna, joka viikkotasolla on vilkkainta aikaa. Pääsiäisenä myynti on noin 2-3 kertaa suurempi ja pienemmissä juhlissa noin 1,5 kertaa suurempi tavallisiin viikonloppuihin verrattuna. Käyn seuraavissa kappaleissa läpi vuodenajat ja niihin liittyvät tärkeimmät juhlat kalahallin kannalta, sekä vuodenaikoihin liittyviä ihmisten toiminnan seurauksena syntyneitä muutoksia. Kalahallin kannalta juhlien tarkastelulla tarkoitan niiden juhlien tarkastelua, joiden aikana on selvästi havaittavissa joitain erityisiä piirteitä tai jotka assosioituvat vahvasti myös ruokaan. Yksityiskohtaisemman tarkastelun ulkopuolelle jääneistä juhlista voi tässä kuitenkin todeta, että vaikka niiden ansiosta myynti nousee, tuotteet ovat sen ajan sesonkikalaa, sekä hieman enemmän savukalaa, suolattua kalaa, sekä tietenkin kirjolohta.

Syksy on kalahallissa hiljaista aikaa. Sesonkikala muikku vetää asiakkaita puoleensa, mutta muuten on hiljaista verrattuna esimerkiksi kesään. Koska kalahallin keski-ikäisistä asiakkaista suuri osa harrastaa omien puheidensa mukaan kalastusta, on ilmeisesti niin, ettei saalisriikkaan kalastusajan vuoksi kannata ostaa kalaa. Toisaalta osa vakioasiakkaista palaa palvelujen lähelle kaupunkiin kesämökeiltä kesän ja lomien jälkeen.

Jäiden tulon ja ilman viilentymisen jälkeen kalahallissa alkaa **talvikausi**. Melkein talvikauden alkuun osuu yksi nykypäivän kaupallisesti tärkeimmistä juhlis-

ta, eli jouluku. Joulun aika on myynnillisesti selkeänä nousuna myös kalahallissa. Arjessa se näkyy myös asiakaskunnan lavenemisena niin, että nuoretkin käyttävät hallin palveluja hyväkseen. Myyjien arkeen jouluku vaikuttaa kiireisyyden ja työpäivien pitenemisen kautta. Jouluku ihmiset ostavat erityisesti lohta, lipeäkala ja mätiä, mikä käy hyvin ilmi haastatteluista ja havainnoista. Kalaa ostetaan paljon suolattavaksi. Kirjolohi on ottanut suuremman roolin suolattuna ja graavattuna, kun vertaa aikaan muutamia vuosikymmeniä sitten.

H: - - Mutta joulukallaa tuas oli, katos ku siikaa suatiin siihen aikaan sillon sanotaa 30-40 vuotta sitten. Niin siikaa ostettiin sillon, kato suolakalaks jouluku ja sitten jotkut jopa savustikin. Mutta se oli se talavisavustus on aina vähempänä kun kesällä - - (M1, 7.)

Nykyiseen tilanteeseen syynä on muun muassa isojen siikojen vähyys lähiseutujen järvissä. Koska siika on kuitenkin perinteinen suolakala, sitä hankitaan nykyisin ainakin joulukuksi kalanviljelylaitoksilta. Toisin sanoen ihmisen vaatimus jonkin tuotteen saamiseksi on nykyisten kalanviljelymenetelmien valossa mahdollista toteuttaa. Myös muuta kalaa menee runsaasti. Jouluku on Suomessa perinteisesti juhla, jolloin ihmiset panostavat ruokaan. Jouluku syödään hyvin ja pöydissä on monenlaisia eri ruokalajeja tarjolla, joista kala eri muodoissaan näyttelee varsin tärkeää roolia. Savossa lipeäkala on ollut perinteinen jouluruoka.

E: No mitenäs sitte, mitkä tuotteet on, onko niinku tiettyjä tuotteita eri juhlina, onko että niinku eri tuotteet nousee pinnalle?

H: Kyllä talven aikaan nousee se kuha tietysti vaaleista kaloista. Sitten tuo lohihan on ollu semmonen kestopuosiikki aina - - Joulukuhan se on se lipeekala ja se on kyllä semmonen hiipuva, hiipuva niinku pannaan 30 vuotta niin sitä ei varmaan [ole]. Että mikä sen tilalle tulee? Se on kyllä jo tässä kuussa vuodessakii, niin putoo joka vuosi. Tää on se merkittävin. Mädit on tietysti tuo näissä talven juhlissa, että kesällä ei juhannuksena mätejä enää eikä enää pääsiäisen jälkeeseen, että se alakaa itsenäisyyspäivästä se mätien juhlat - - ja niinku sitten pääsiäiseen - - loppuu semmonen laajempi käyttö. (TK1, 8.)

Ennen lipeäkala tehtiin kotona kapa- eli kuivahauesta ja tuhkalipeällä pehmitäten (Räsänen 1980, 125). Nykyään lipeäkalan valmistukseen käytetään turskaa ja molvaa, jotka pehmitetään kristallisoodalla. Perinteistä "koivutuhkalipeetä" ei kaupoista enää saa, vaikka asiakkaat sitä joka vuosi kyselevätkin, to-

sin yhä vähenevässä määrin. Lipeäkalaa syövät sukupolvet siirtyvät pikkuhiljaa manan maille ja nuorten keskuudessa vanhasta ruokaperinteestä nykypäivään kulkeutunut tuote ei ole saanut suosiota. Makutottumusten muutos näkyy siinä, että tällainen "vanhanaikaisesti" säilötty kala ei enää myy. Tuoreuden vaatimus näkyy kuivattujen kalojen ja voimakkaasti suolattujen ja säilöttyjen kalojen myynnin loppumisena. Nykyään ihmiset käyttävät paljon muutakin kalaa joulupöydissään, mikä johtunee monista eri tekijöistä, kuten tuotteiden helpommasta saatavuudesta ja vähärasvaisempien ja vähemmän lihaa suosivien ruokavalioiden muotiin tulosta. Makutottumusten muutokseen on vaikuttanut kuljetus- ja säilöntämenetelmien kehittyminen, jolloin tuoretta kalaa on mahdollista saada ympäri vuoden (Tuomi-Nikula 1982, 158). Tuomi-Nikula (1982, 170) arvelee, että sota-ajalla on ollut suuri merkitys makutottumuksen muutokseen luontais-talouden menetelmin säilötystä kalasta tuoreeseen, koska silloin kalat jouduttiin ottamaan ruuan vähyyden vuoksi heti käyttöön.

Kalahallin tärkein talvisesonkituote made ei ole kautta Suomen suosittu, vaan esimerkiksi lappalaiset ovat pitäneet madetta perinteisesti vain elukoille sopivana (Ingold 1976, 92). Savossa ihmiset alkavat ostaa madetta erityisesti joulun jälkeen, mutta myös aikaisemmin. Madetta pyydetään talvella, koska ihmisten mielestä mateen maku on kesällä mutainen, koska se on pohjakala ja kesällä lämpimän veden ajatellaan aiheuttavan sivumakuja. Talvella mateen makua kehutaan erinomaiseksi ja raikkaaksi. Todellisuudessa on harvinaista, että kesälläkään pyydetty made olisi erityisen mutaisen makuinen, koska se pyydetään syvästä vedestä.

E: Onkos sitten muita semmosia kaloja, joita ei enää nykyään mielellään oteta tänne kalahalliin, mitä ennen on otettu?

H: Ei minun kohalla ainakaa oo. No kesällä matikka (naurua)

E: Onkos sitä ennen kesällä iha syöty?

H: Kyllä ennen vanahaan nuo karjalaismummot, oon kuullu puhetta, läpi vuojenhan ne söi. Eikähän matikka mikkää huono kala oo kesälläkkää, kun sen syvästä tulloo kylymästä veistä, niin se on ihan samanlainen ku talavella. Ei siinä mittään erroo oo. Kyllä minä ite syön. Niin, ei siinä oo.

E: Siinä on sitten muita uskomuksia?

H: Niin, niin. Ne on ne uskomukset. Eihän se oikeestaan se matikka aika. Minä en ymmärrä tuota, että sillon ne syöpi sitä ku siinä on mäti tammi helemikuulle. Maaliskuu ku tulloo, niin se loppuu ku linnun lento.

E: Onko se kuitenkin paras aika pyytääkii vai oisko sitä enemmän

saatavilla muullon esimerkiks nyttien [23.5.2001]?

H: Oishan sitä kevväällä, sitä männöö verkkoon, mutta sitä pittää vuan venneen toiselle puolelle siirtee, verkosta piästee, ku ei sitä mää kaupaks. (K3, 4-5.)

Made on siis sellainen kala, jonka luonnollinen saatavuus määrittää vain osaksi sen käyttöä ja kulttuurilliset merkitykset määrittävät vahvemmin mateen savolaisessa ruokakulttuurissa. Mateen maksa ja mäti ovat sen lihan ohella haluttua tavaraa. Ihmiset kyselevät ja valitsevat mateista pulleimmat yksilöt itselleen, jotta saisivat mahdollisimman suuret mätipussit ja maksan. Ilmeisesti mateen suosioon vain kutuaikana vaikuttaa myös näiden "lisäherkkujen" saanti ainoastaan silloin.

E: Tulleekos ne ihmiset kyselemmään semmosella myräkkäkelillä [madetta]?

H: Kyllä ja sitten mätimatikkahan se on sitten. Sitähän ne kyssyy. Rommimatikkaa jotkut. Minä ihmettelin alakuun, että mikä helevetti se on se rommi siinä. Mutta en minä tiijä, onko ruotsalaista alakuperrää se sana rommi matikassa. Rommihan se on viinana toinen juttu. Mutta kyllähän tiällä on nuissa kymmeniä vuosia, niin jotakii oppii. Tarpeeks viisaaks ei tule millonkaa. (M1, 7.)

Mateen myyntiin vaikuttaa mielenkiintoisella tavalla myös sää. Kylmän ilman ja lumituiskun aikaan ihmiset tulevat ostamaan madetta, vaikka haastatelluista asiakkaista kukaan ei tunnistanut sitä toimintaansa vaikuttavaksi tekijäksi. Mateen kutuaikaan sijoittuvaa lumituiskua on sanottu "matikkamyräkäksi". Matikkamyräkkä on saanut nimensä siitä, että made liikkuu hieman leudommalla tuiskulla kutemaan rantaan, jolloin on saatu suuria madesaaliita. Tavallaan sää ja kulttuuri vaikuttaa tässä tapauksessa ihmiseen, vaikka hän ei sitä välttämättä tiedosta. Perinteinen käsitys mateen liikkuvuudesta ja sitä kautta saatavuudesta siis vaikuttaa ihmisten liikkuvuuteen. Säiden vaihteluun ja niiden vaikutukseen ihmisten ruokailuun kalahallista katsottuna tähän tarjoaa näkökulman siis made, mutta myös muut kalat kuten kuha. Perinteisesti kesäisin on syöty kalakeittoa kevyempään ruokavalioon siirryttäessä (Räsänen 1980, 94). Nykyisin nimenomaan kalakeitto assosioituu talven kylmimpien kuukausien ruuaksi. Erityisen suosittua kalakeittokalaa on kuha, mutta myös made. Eli toinen näkökulma mateen merkitykseen talven keittokalana ja sen ostamiseen "huonoilla" keleillä voisi löytyä lähinnä ruuan muodon, eli keiton eikä niinkään lajin kautta. Made

kutee Savon korkeudella tavallisesti helmikuun alkupuolella, jonka jälkeen maan suosio alkaa pikkuhiljaa hiipumaan.

Kevätkauden alussa on pääsiäinen. Haastatelluista asiakkaista yksikään ei pitänyt pääsiäistä juhlanä, jolloin syödään kalaa. Ilmeisesti enemmän kuin pääsiäisen merkitys juhlanä, vaikuttaa kalahallin asiakasvirtoihin pitkien pyhien merkitys, eli normaalia pidempi viikonloppu. Pääsiäisenä ostetaan normaaleja sesonkituotteita ja on ostettu ennenkin.

H: - -Haukia, haukia syyvään. Ja ne esmerkiks niinku piäsiäisen alla se ol hauki, ku sitä lohta ei käy - - ollu suatavana, eikä sitä kyllä kysytykkää paljoo, niin se oli hauki. (M1, 7.)

Keväisin toukokuu on erittäin hiljaista aikaa, ennen turistien saapumista. Haukisaaliit kasvavat kotitarvekalastajilla ja usein saaliista on tapana jakaa myös naapureille ja tuttaville. Kalahallin asiakasmäärissä tämä näkyy hiljaisena aikana. Kevät on arkista puurtamista, jota piristävät joidenkin kalojen kutuajat, esimerkiksi hauen. Seuraava erilainen kausi on kesäkausi.

Kesällä erityisen suosittuja kaloja ovat lohi ja muikku, sekä alkukesästä lahna. Näiden kalojen suosioon vaikuttavat monet tekijät. Muikun suosioon vaikuttaa muun muassa se, että sitä on kevään jälkeen taas enemmän saatavilla, kun kalastajat pääsevät kalastamaan avovedestä. Muikku on myös erittäin suosittu savustuskala. Ihmiset savustavat kesällä kalaa mökeillään ja moni käy hakemassa "varman saaliin" hallista mieluummin kuin virittää verkon järveen itse. Myös kirjolohi on suosittu savustuskala, mikä on yleistynyt aivan viime vuosikymmeninä. Lohikaupan kerrotaan tyrehtyneen 1900-luvun kuluessa ja loppuneen kokonaan 1970-luvulle tultaessa (Soininen 1991, 28). Kysymys on ollut ilmeisesti järvilohesta, mutta nykyään lohikauppa on elpynyt voimakkaaksi, jopa niin voimakkaaksi, että monet vanhat asiakkaat tuskastelevat sitä, että "eehän nuo nykyajan nuoret muuta kalloo ossoo syyvääkkää kun tuota pussissa kasvatettua kirjolohta". Jälleen kerran kalanviljelyn ansiosta pystytään tyydyttämään kysyntää, jota kalastamalla ei pystytä. Kesän arkeen vaihtelua tuovat myös ulkomaalaiset turistit ja juhannus, jolloin ihmiset ostavat paljon savustettavaa kalaa. Juhannuksen perinteisiin savolaisruokiin on kuulunut savustettu kala, jota syötiin rieskan kanssa (Räsänen 1980, 121).

E: Onko sitten juhannuksena havaittavissa [eri tuotteiden suosituimmuutta toisiin nähden]?

H: No savukala, savukala on kyllä ykkönen niinku selkeesti, että se on. Niin, sitten ostetaan niinku valmista savukalaa tai savustetaan itse, että tehhään rantakala muikusta, että tavallaan näistä menee. Ja savustetaan joko muikkua tai sitten lahnaa tai kirjolohta tai siikaa. Että se niinku se asiakas sitte niinku - - jos jottain ei satu olemaan, niin hirmu sujuvasti vaihtaa sen toiseen. Sitten osa ostaa valamiina, varmaan puolet ostaa sen jo valamiiks tehtynä, että se on kyllä minusta muuttunu vuosien mittaan, että se on vähentyny se ite savustettavien osuus niinku juhannuksina. En sitten tiijä missä ne viettääniitä juhannuksia. No ei ehkä oo kaikilla sitä savupönttöä (naurua). (TK1, 8.)

Kesäisin kalahallin vakioasiakkaiden määrä vähenee. Moni vakioasiakkaista nimittäin kalastaa puheidensa mukaan itse. Kesäisin vietettävät lomat suomalaiseseen tapaa mökillä järven rannassa tarjoavat mahdollisuuden kalastukseen ja näin ollen kalahallin tarjoamien palvelujen merkitys vähenee hetkellisesti osalle asiakkaista. Asiakkaiden määrässä ei kokonaisuutta ajatellen tapahdu kuitenkaan muutoksia vähenemisen suuntaan. Suomalaisten kesälomat ja Suomeen kohdistuva turismi ulkomailta lisäävät kävijöitä kesäisin. Kalahallia pidetään nimittäin jonkinlaisena Kuopiolaisena ja Savolaisena nähtävyytenä. Johtuen kesäisin vilkastuvasta torielämästä ja sen tarjoamista liiketoiminnallisista mahdollisuuksista, on kalahallin yhteydessä ulkona kesäisin muikunpaistoa. Muikunpaisto lisää olennaisesti kalahallin myyjien työtä kesäisin, vaikka siihen palkataan erikseen yksi varsinainen muikunpaistaja. Joka aamu muikunpaistoon ja myyntiin liittyvät tarvikkeet kannetaan ulos. Välineistöön kuuluu noin 1,5 metriä halkaisijaltaan oleva paistopannu, tuoleja, pöytiä, pieni kylmätiski, aidat ruokailutilan ympärille ja telttä paistopaikan suojaksi (melkein aina), sekä muuta pientä tarjoiluun liittyvää tarpeistoa. Muikut paistoon hankitaan normaaliin tapaan. Paikallisten kalastajien saaliit ovat tosin melko epävarmoja ja sen vuoksi muikkujen saaminen edellyttää jälleen kerran turvautumista hieman kauempaankin tulevaan muikkuun, esimerkiksi Oulujärven, Puruveden tai Pihlajaveden muikkuun. Muikkujen saanti on kesäisin jonkinlaista arpapeliä. Muikkujen määrästä ja hankinnoista riittää myyjien keskuudessa alituista keskustelua. Sattumanvaraisuuteen liittyen paistomuikkujen perkaaja soitetaan aina samana aamuna hyvissä ajoin perkaamaan paistoon tarvittavat muikut. Edellisenä iltana harvoin uskalletaan luvata, että muikkuja riittää perattavaksi. Samalla koko mui-

kunpaisto tuntuu työntekijöiden keskuudessa olevan hieman epävarmaa toimintaa.

Suurella pannulla paistetut muikut ovat savolaisen ruokakulttuurin markkinoinnista turisteille, mutta myös kesäherkkua paikallisille. Muikkujen paistaminen on havaittu hyväksi liiketoimeksi aivan viimevuosien aikana, koska esimerkiksi vuoden 1999 kesällä muikunpaistajia Kuopion torilla oli vain 2-3, mutta kesällä 2001 noin kymmenen (pannuissa laskettuna). Paistettujen muikkujen markkinoinnissa kilpailuun pyritään vaikuttamaan nimenomaan perinteisyyteen vedoten. Halutaan luoda kuva jostain perisavolaisesta. Muikkuja myydessä kalaa mainostetaan Kallaveden muikuksi eli mahdollisimman paikalliseksi. Toisaalta valmistustapa on tärkeä perinteisyyden mittari, eli muikku pitää paistaa oikeassa voissa, mikä on ensisijaisen tärkeä tekijä, toiseksi tärkein tekijä on leivittäminen ruisjauhoissa. Edellisten tekijöiden ja muikun "rappeuden" perusteella tuote arvioidaan paikallisten toimesta joko hyväksi, eli "ossoopa olla hyvvee muikkuva, ihan ku enne vanhaa" tai sitten tuomio voi olla kielteinen "Ei ossoo tytöt tuolla paistoo muikkuva oikein, ku o ihan lötkyä ja öljyssä paistettua." Turistit taas usein maistelevat hieman yhdestä annoksesta ja kehuvat yleensä tuotteen makoisuutta.

Paistetut muikut ovat tavallaan yksi esimerkki perinneruokien elvyttämisestä, jossa ruoka yhdistetään kotiseutuun kuuluvaksi tärkeäksi paikallisen identiteetin ylläpitäjäksi vastapainona kansainväliselle pikaruokakulttuurille. Perinneruuan revitalisointi tai ylläpitäminen liittyy usein matkailuun ja turismiin ja saa kokonaan uuden arvostuksen tässä prosessissa. Toisaalta perinneruokien elvyttäminen liittyy myös uudentyypiseen ajankäsitukseen, jossa perinneruoka liittyy vahvasti vapaa-aikaan (Räsänen 1980a, 8-9.) Paistetut muikut sopivat hyvin tähän määritelmään, tosin siihen liittyy myös piirteitä jotka kertovat hyvin perinteen taivuttamisesta mieleiseen muotoon. Ensinnäkin jättikokoiset pannut muistuttavat espanjalaisia paellapannuja. Toisaalta voin runsas käyttö ei perinteisesti ole ollut mahdollista ainakaan tavallisen tai köyhemmän väestön keskuudessa. Nyt erittäin suuri voimäärä ihastuttaa katselijoita hyvin pitkälle voin liittämisen hyvään makuun, mutta toisaalta myös sen vuoksi, että paistotapa (melkein upporasvassa käryyttäen) sotii kaikkia tämän päivän terveellisen ruokavalion sääntöjä vastaan. Videokamerat käyvät kiivaasti kun puukolla leikattua

voita heitetään tirisevälle pannulle puoli kiloa. Koska ollaan lomalla, voi helpommin lipsua normaalista ja perinne tarjoaa siihen tässä tapauksessa oivan syyn. Muikkujen kanssa tarjottavissa lisukkeissa on myös tapahtunut oma uudistumisensa. Perinteinen keitetty peruna on menettänyt suosionsa, useissa tapauksissa valmistusteknisistä syistä. Torilta ostettujen muikkujen kera saa ranskalaisia- tai lohkoperoita, mutta joissain tapauksissa myös perunamuusia. Kastikkeeksi tarjotaan hampurilaiskastiketta, valkosipulimajoneesia tai muuta vastaavaa. Joissain paikoissa, kuten kalahallin yhteydessä olevasta muikunpaistopisteestä, saa myös vihreää salaattia. Ruokajuomaksi tarjotaan Coca-Colaa, vischyä, pillimehuja, vettä tai harvoin maitoa. Yhden perinteisen elementin ympärille on siis tavallaan muodostettu "kansainvälistä" tai uutta makutottumusta palveleva kokonaisuus.

Muikku on myös muilla tavoin kuin paistopisteen kautta tärkeä tuote ja siihen liittyy tietynlaisia vaatimuksia asiakkaiden osalta. Ensimmäinen liittyy muikun kokoon ja toinen sen paikallisuuteen. Muikun koko on "ikuinen" puheen aihe ja makutottumusten kiistelyn kohde kalahallissa. Oikean kokoista muikkua ei ole olemassa, koska halutuin koko on aina se, mitä ei ole tiskissä. Vaatimuksena pääsääntöisesti on kuitenkin iso muikku kesäisin. Isoja muikkuja paistetaan ja savustetaan. Koska lähivesien muikkukannat eivät ole pystyneet tyydyttämään suurta kysyntää saaliiden vähyyden tai muikun koon pienuuden vuoksi, on muikkua tuotu aina myös kauempaa. Nykyään asiakkaiden mielissä on jostain syystä usein käsitys siitä, että kala on tuotu tiskiinkin suoraan Kallaveden rannasta. Tähän käsitykseen eivät varmasti ole vähäisimmin vaikuttaneet kalojen myyjät. Edellä mainittua asiaa käsittelen enemmän seuraavissa luvuissa. Muikun kohdalla pätee siis samat ihmisen luomat vaatimukset, joita pystytään nykyaikaisen kuljetustekniikan avulla tyydyttämään.

Kesäisin valmiiden kalatuotteiden, kuten savustetun kalan, sillien ja suolakalojen käyttö lisääntyy. Valmiita kaloja ostavat paljon turistit, sekä kesälomalla olevat mökkiläiset, jotka käyvät täydentämässä varastojaan kaupungissa. Lomien vaikutus näkyy selvästi siis kalahallissa. Yksi päivien työpäivien rakenteessa näkyvä tekijä on se, että kesäisin alku- ja loppuviikon välinen ero ei ole niin selvä kuin muina vuodenaikoina. Toisaalta kesäisin asiakkaat saapuvat myöhemmin tekemään ostoksiaan ja asiakasvirta on jonkin verran tasaisempaa myös

päivätasolla. Loppukesään kuuluvat ravut, joita kalahalli toimittaa nykyään vain tilauksista. Ennen ravut mönkivät laatikoissa, joista niitä myytiin haluaville kappalehintaan.

Kesällä viileän sään vaikutus näkyy selkeimmin kuljetukseen ja kalan pilaantumiseen liittyvien ennakkoluulojen pienenemiseen. Vaikka yleisesti on niin, että ihmisiä ei liiku torilla ja kauppahallissa huonoilla säillä, on kuitenkin myös niin, että kalahallin asiakkaat tulevat hakemaan kalansa kaikesta huolimatta. Viileäkin kesäpäivä käy oikein hyvin.

Toisaalta viileän kelin mielenkiintoinen seikka on se, - - että ihmiset ostavat ja uskaltavat ostaa kalaa kuljettaakseen sen esim. mökille, koska vallalla on ajatus että kylmässä kala parhaiten säilyy, mikä onkin totta liioittelusta huolimatta. Tosin voi miettiä, miten paljon kahden asteen heitto 19 asteesta 17 asteeseen vaikuttaa kalan säilyvyydessä kahden tunnin aikana. (KP, 39.)

Vaikka edellä joitain kalalajeja nousi muiden joukosta esiin, ei se tarkoita ettei muita kaloja myydä juuri lainkaan näinä aikoina. Niin sanottuja "kestosuosikkeja" ovat esimerkiksi kuha, hauki ja ahven. Kalakukkojen tekemiseen haetaan valmiiksi perattua pientä ahventa koko vuoden ajan. Pienen ahvenen menekkiin vaikuttaa vuotuisella tasolla kiivain pilkkiaika, sekä kesän onginta-aika myyntiä vähentävästi. Kesäisin tosin kysyntääkin saattaa olla, mutta heikoimpina aikoina pientä ahventa ei ole edes tarjolla saaliiden vähäisyyden tai epävarmuuden vuoksi. Myös kirjolohien ja muikkujen myyntiä on koko vuoden ajan, mutta näiden kalojen suosio on erityisen suuri edellä mainittuina ajanjaksoina.

Edellä en ole edes pyrkinyt käsittelemään ruokakulttuuriin vaikuttavia sosioekonomisia tekijöitä, vaan olen pyrkinyt luomaan käsityksen kalahallin arkeen liittyvistä ruokakulttuurin vaikutuksista ja ihmisten valinnoista. Toisin sanoen asiakaskuntaa on käsitelty varsin heterogeenisenä ryhmittymänä, jonka varallisuus tasot eivät poikkeaa keskimääräisesti toisistaan paljoakaan eikä sillä näin ollen ole vaikutusta suuresti kalan ostoon liittyvässä päätöksenteossa. Huomioitavaa kuitenkin on, että suurin osa asiakkaista on eläkeläisiä.

Lyhyenä yhteenvetona voidaan edellä esitetyistä näkökulmista todeta, että luonnon ja ihmisen vaikutukset kulkevat käsikädessä niin, että niiden erottami-

nen on joissain tapauksissa vaikeaa. Toisaalta ajatuksia herättää myös ikuinen kysymys siitä, onko ekologinen ympäristö muovannut ihmisten kulttuurin sopeutuvaksi vai onko ihminen omalla panoksellaan muovannut käsityksensä ympäristöstä sellaiseksi, että luonto on resurssina alisteinen ihmisen vaatimuksille. Toisin sanoen ihminen käyttää kulttuurinsa määrittelemiä resursseja hyväkseen, jolloin muut jäävät käyttämättä. Ehkä kulttuurin sisällä näitä mahdollisuuksia ei edes nähdä. Tähän en pyri antamaan vastausta. Luonnon ja ihmisen suhteeseen ruokakulttuuri antaa kuitenkin mielestäni mielenkiintoisen näkökulman ainakin kalahallista katsottuna, jossa luonnon merkitys on toistaiseksi ainakin vahva. Tosin ihmisen erilaiset mielihalut pystytään tyydyttämään, esimerkiksi tässä tapauksessa kalanviljelyllä, sekä kuljetusmahdollisuuksien kautta. Nykypäivänä rahan ja riittävien markkinoiden avulla kyetään luomaan omaa "luonnollista" vuotuista kiertoa.

5. ESITYSRYHMÄT, ROOLIT JA NÄYTTÄMÖ KALAHALLISSA

Kalahallin roolien määrittelyä voidaan Goffmannin näyttämölähestymistavan puitteissa lähestyä kahdelta kantilta. Ensimmäisen puolen muodostaa *julkisivu*. Julkisivu voidaan jakaa kahteen osaan, joista toinen on *esineistö* eli taustaseikat, joiden muodostamassa ympäristössä näytelmät näytellään. Esineistöön kuuluvat esimerkiksi koristeet ja kalusteet. Taustaseikat ovat siis ne materiaaliset puitteet, jotka muodostavat varsinaisesti näkyvän näyttämön. Omaan tulkintaani näyttämöstä kuuluvat myös muut erilaiset aistien kautta saatavat ärsykkeet, jotka olennaisesti liittyvät johonkin paikkaan ja sen määrittelyyn esimerkiksi äänet tai hajut. Julkisivun toisen puolen muodostaa *henkilökohtainen julkisivu*. Tällä tarkoitetaan ilmaisuvälineistön näyttämöllisistä osista niitä tekijöitä, jotka kunkin esitysryhmän jäsenen viestimistä kertovat hänen roolinsa ulkoisin tekijöin, esimerkiksi asun ja puhutavan, mutta myös rodulliset ja ikään liittyvät piirteet. Henkilökohtainen julkisivu voidaan jakaa edelleen kahteen tekijään, eli *ulkonäköön* ja *esiintymistapaan*. Näistä ulkonäkö muodostaa sen tekijän, jonka avulla roolisuoritusta tekevä tiedottaa ulkopuolisille yksilöllistä asemaansa kyseisessä tilanteessa. Esiintymistapa puolestaan kertoo mitä roolia yksilö aikoo esittää lähitilanteessa. (Goffman 1971, 32-34.)

Roolien määrittelyssä toisen tärkeän puolen muodostaa sosiaalisen kohtaamisen ensivaikutelma, sekä näyttämön tilaan liittyvien tietotekijöiden merkitys. Goffmannin näyttämölähestymistavan keskeinen tekijä on nimenomaan ensivaikutelman ja siitä muodostuvan oikeanlaisen *tilannearvion* muodostuminen ja edelleen sen ylläpitäminen. Oikealla tilannearviolla Goffman tarkoittaa tietyssä paikassa ja tilanteessa sopivaa käyttäytymistä, mikä ei aiheuta ristiriitaisia tunteita, vihaa tai ahdistusta itsessä tai läsnäolevissa ihmisissä (Goffman 1971, 22, 273.) Oikean tilannearvion määrittäminen on osittain alitajuinen tapahtuma, johon vaikuttavat aikaisemmat kokemukset ja kulttuurin piirissä opitut käyttäytymiskaavat. Tilaan liittyvät tietotekijät tarkoittavat eri tilanteissa ihmisillä olevaa tietoa näyttämön näkyvästä puolesta ja alueesta, jonka tapahtumat ja tiedot kuuluvat vain osalle rooleista. Goffman käyttää näistä eri alueista nimityksiä

julki- ja tausta-alue (ks. kalahallin julki- ja tausta-alueiden jaottelusta liitteet 4 ja 5). *Julkialue* tarkoittaa muodollisen käyttäytymisen aluetta, jonne kaikilla ryhmillä on pääsy ja näin ollen kaikilla on jonkinlainen tieto sen näkyvistä tapahtumista. *Tausta-alue* puolestaan tarkoittaa epämuodollisen käyttäytymisen aluetta, jonne kalahallin tapauksessa on oikeus päästä vain kalahallin myyjien. (Goffman 1971, 159.)

Yksilöiden esittämien roolien on mahdollista muodostaa myös *esitysryhmiä*, joiden tarkoituksena on antaa yhteisesti jaetun tavoitteen mukainen kuva toiminnasta ja toteuttaa tätä annettua kuvaa myös yhteistoiminnassa. Kalahallin esitysryhmistä esimerkiksi myyjien yhteiseksi tavoitteeksi voidaan sanoa myyntiä, jota voidaan pitää yhteisenä näyttämölle tuotuna rutiinina. (Goffman 1971, 89, 91.)

Määrittelen tässä luvussa kalahallissa olevia rooleja ja esitysryhmiä edellä esitettyjen määritelmien puitteissa. Myyjien yhteydessä käyn läpi myös lavastuksen esineistön eli puitteet, jossa roolit muodostuvat. Luku liikkuu metodin mukaan pääpainoltaan kysymyksissä "Miten?" ja "Miksi?" (ks. Kuvio 1) , jotka helpottavat ymmärtämistä seuraavissa luvuissa käsiteltävää syvempää "käsikirjoitusta" ajatellen.

Myyjät - kalahallin ammattilaiset

Kalahalli on tila, jonka ominaispiirteisiin kuuluu tietenkin kalatiskit. Kenttätyövaiheessa kalahallissa oli vain yksi yritys, jonka tiskit veivät yhden seinustan leveydeltä tilaa. Kaloilla täytettyjen tiskien tulisi antaa aina runsauden vaikutelma. Runsaus liittyy aina kalan reiluun saatavuuteen ja sitä kautta myös tuoreuden mielikuvan synnyttämiseen, koska silloin kun kalaa on tarjolla, tuote kierron tiskissä kuvitellaan olevan erityisen nopea. Tiskit muodostuvat neljästä osasta myytävien tuotteiden mukaan, joiden järjestys pysyy pääsääntöisesti samana (ks. liite 6), jotta säännöllisesti käyvien asiakkaiden olisi helppo löytää haluamansa tuotteet. Toisin sanoen jo materiaalisilla tekijöillä on merkitystä onnistuneen tilannearvion luomiseen, eli vakioasiakkaiden mieltä ei hämmennetä vaihtelemalla esimerkiksi savukalojen ja fileiden paikkaa alituisen. Tiskien ylä-



Myyjä esittelee kalojen kiduksia ja muita tuoreuden merkkejä asiakkaille. (Kuva: Erkka Pehkonen)



Asiakkaat tarkkailevat kalojen käsittelyä, että kaikki tapahtuu heidän toiveidensa mukaan. (Kuva: Erkka Pehkonen)

puolella on usein koristeina verkkoja ja niissä riippuvia muovisia kaloja sekä rapuja. Jouluisin on hallia koristeltu myös asiaan kuuluvilla joulukoristeilla, joiden niidenkin tarkoitus on virittää ihmiset tietynlaiseen stereotyyppiseen "joulun tunnelmaan", eli ohjailla runsaiden ruokapöytien ja avokätisyyden mielikuviin. Runsaat tiskit ja koristeet antavat ensivaikutelman kalahallista. Palvelun mielikuvan syntymiseen halutaan vaikuttaa myös tiskien takana olevalla pienehköllä kyltillä, jossa sanotaan "Jos et näe jotain kalaa, kysy meiltä". Mielenkiintoinen kyltti on sikäli, että se hyvästä tarkoituksesta huolimatta voi aiheuttaa myyjää hermostuttavia tilanteita, kun asiakkaat kyselevät tuotteita, joita ei ole tiskissä. Myyjät luulevat, että asiakkaat tekevät kyselyt tahallaan, kuten usein asian laita onkin, ja hermostuvat. Toinen erittäin tärkeä tekijä kalahallin mielikuvan syntymisessä on haju. Kalan haju on monelle kalahalliin tyypillisimmin liittyvä mielikuva. Vaikka olisit side silmillä pystyisit tunnistamaan olinpaikkasi pelkästään hajun perusteella, jos sinut vietäisiin kalahalliin. Useimmille kalan haju on epämiellyttävä, koska siihen ei olla totuttu. Kalahallissa työskennellessä hajun unohtaa muutamissa minuuteissa. Kalahalliin pääsee kolmesta ovesta, joista kaksi johtaa ulos ja yksi varsinaisen kauppahallin puolelle. Lyhyesti sanottuna, heti kalahalliin tullessaan asiakas tietää visuaalisten seikkojen kuten tiskien ja koristeiden sekä hajun perusteella missä on. Näiden kahden tekijän kalahallin vaikutelman luomisessa katson muodostuvan tärkeimmiksi esineellisiksi tekijöiksi.

Kalahallin pysyvä esitysryhmä ovat myyjät. Heidän henkilökohtainen julkisivunsa eli rooliasunsa ja välineistönsä määrittävät heidät heti kalahalliin kuuluviksi. Toisaalta tilan eli kalahallin ja siinä olevan esineistön ja ihmisten muodostama kokonaisuus määrittää itse itseään niin, että kukin osa-alue on toiselleen konteksti, joita ilman eli toisistaan erotettuna kokonaisuus olisi jotain muuta. Myyjien roolit muodostuvat siis puitteiden ja esineellisten tekijöiden kautta niin, että asiakkaat huomaavat heti, kenellä on kaloista irtoavan liman, sisälmyksien, veren ja suomujen tahrima kuminen esiliina päällään ja kuka käsittelee tiskin toisella puolella kalan käsittelyyn liittyvää välineistöä kuten veitsiä tai kalan punnitsemiseen liittyviä astioita ja kalansiivouskonetta. Nämä esineet ovat ammattitaidon merkkejä. Käsittelen myöhemmissä luvuissa esineistön merkitystä tarkemmin osana eri arjen näytelmiä ja niiden tärkeänä viestimenä. Katseella luotu ensivaikutelma riittää leimaamaan myyjät ammattilaisten rooliin, jota käsitystä

tarkempi tarkastelu vahvistaa tai murtaa. Ensivaikutelman myötä, kun jokin esitystyyppi tai rooli on tunnustettu, heihin suunnataan ennako-odotuksia, joiden paikkaansa pitävyyden selvittämiseksi ihmiset tarkkailevat toimintatapaa. Usein tietysti odotetaan, että ulkonäkö ja esiintymistapa ovat yhdenmukaisia ja siten vahvistavat toisiaan (Goffman 1971, 34).

Tilanteissa tapahtuva, roolin mukainen itseilmaisun muoto valitaan tietoisesti ja tahallisesti sen vuoksi, että hänen ryhmänsä perinteet tai hänen sosiaalinen asemansa vanhastaan edellyttävät sitä (Goffman 1971, 16). Tämän tutkimuksen kannalta perinteen vaikutuksen huomasi selvästi, koska uusien työntekijöiden käyttäytyminen ja toiminta olivat samankaltaisia, kuin mitä olin aikaisemmillä kerroilla työssä ollessani havainnut myös vanhoilta työntekijöiltä. Toiminta opitaan aikana, jolloin pidempään töissä olleet ikään kuin opettavat omalla toiminnallaan työpaikan tavat ja toimet, sekä syvällisemmät toimintaa ohjaavat säännöt joiden puitteissa toimitaan. Myyjien tärkein tehtävä on myynti, jota voi pitää heidän yhteisenä näyttämölle tuotuna rutiinina. Myynnin ja siihen liittyvien tekijöiden, kuten palvelualltiuden, korostaminen tai selkeä esittäminen tapahtuu monilla eri tavoilla. Koska kaupankäynti ja yksittäiset myyntitilanteet ovat tavallisia ja arkipäiväisiä rutiineja ihmisten elämässä, liittyy niihin erilaisia ennako-odotuksia, joiden perusteella toiminta suuntautuu. Erilaiset muissakin kuin kalahallissa tapahtuneet ostotilanteet ovat siis läsnä aina, kun asiakas ja myyjä kalahallissa kohtaavat. Goffman (1971, 36-37) näkee asian sosiaalisen jäsentymän kannalta niin, että pieni määrä julkisivuja seuloutuu monia erilaisia tehtäviä varten. Nämä julkisivut vakioituvat ja helpottavat ihmisten abstraktien vaatimusten muodostumista eri tilanteissa toisiaan muistuttaviksi ja näin ollen helpottavat tilannearvion mukaista toimintaa. Esimerkkinä kalahallissa voi pitää nimenomaan palvelun ja ammattitaidon vaatimusta, sekä muita elintarvikkeisiin ja niitä myyviin liikkeisiin liitettävien mielikuvien vaatimuksia, kuten puhtautta ja tuoreutta. Näitä piirteitä myyjät tuovat omalla toiminnallaan ja esineistöllä esiin, usein korostetusti. Esimerkkinä palvelualltiuden mielikuvan ylläpidosta voi pitää korostetun ripeät liikkeet ja toisen hoputtaminen vaakaalla. Vaaka muodostuukin usein koko myyntitoiminnan solmukohtaksi erityisesti kiireisinä aikoina. Toisen hoputtaminen tai suoranainen töniminen on ripeän tieto-taitajan piirre, jossa oma nopeus ja ammattitaito antavat asiakkaalle mielikuvan hänen suoranaista ainutlaatuisuudestaan ja tärkeydestä koko kalahallille, sekä samalla asi-

akkaan tärkeydestä. Usein hoputtaminen, muutamat juoksuaskeleet tai ylipiäät liikkeet ovat nimenomaan myyjien roolin mukaista esitystä, eikä niillä ole myynnin nopeutumisen kannalta juurikaan merkitystä. Päinvastoin joskus käy niin, että kiirehtimisen vuoksi yhdelle paperille vaikeasti pakattava muikkuannos "hajoaa" ja muikut valuvat pöydältä lattialle. Yleensä arjen elämä ei ole sekunnista kiinni, mutta mielikuvan syntyminen on. Toinen palvelualltiuden mielikuvan luomiseen liittyvä tekijä on jäiden laittaminen pussiin pyynnöstä. Usein jäitä pystytään laittamaan niin vähän, että helteellä ovesta ulos kävellessä jäät "haihtuvat" ilmaan, ennen kuin asiakas on ehtinyt hallista edes torin laidalle. Asiakkaalle halutaan antaa siis erityisen palvelualltis kuva itsestä ja samalla myös toisista.

Joskus myyjät muodostavat myös yhteisesityksiä, jolloin ryhmän koko esitys muodostuu merkitseväksi. Tällöin yksilöiden erilaisten suoritusten summa muodostaa kokonaissuorituksen (Goffman 1971, 91). Jotta ryhmän suoritus onnistuisi, täytyy heillä olla yhteinen ja selkeä näkemys siitä, miten esitys on suoritettava. Kuten edellä, palvelualltiuteen liittyvissä tehtävissä tämä näkyy kalahallissa selvimmin. Ensimmäisenä esimerkkinä voi pitää kalan noutoa varastosta tai pakastimesta. Siinä vapaana oleva myyjä lähtee palvelevan myyjän pyynnöstä hakemaan esimerkiksi ahvenia pakastimesta tai tarkastamaan kellarista, olisiko siellä varastossa mahdollisesti pienempiä kirjolohia. Kellarista "sopivan" kokoisen kalan hakua suositaan erityisesti silloin, kun siellä on varmasti pienempiä kaloja. Näin asiakas saa juuri sen "viimeisen" kilon painoisen lohen, jota oli tullut hakemaan. Asiakkaalla on siis aina hyvä tuuri ja hänelle jää mielikuvaksi kalahalli sellaisena paikkana, josta kalaa aina saa. Kokonaissuorituksessa tilanne muodostuu toisen suorittamasta myynnistä ja toisen suorittamista muista toiminnoista, joiden tarkoitus on antaa asiakkaalle hyvä kuva ryhmähengestä ja erittäin hyvästä palveluhengestä.

Jos kalahallin myyjiin ja heidän rooliinsa kohdistuu yleisiä ja sitä kautta helposti omaksuttavia, ympäröivään kulttuuriin sidoksissa olevia mielikuvia, liittyy heihin myös kalahallin oman järjestelmän ja säännösten puitteissa liitettäviä mielikuvia. Tarkoitetaan kalahallin säännöstellä ja järjestelmällä niitä piirteitä, jotka ovat siellä korostetusti esillä yleisten abstraktien vaatimusten rinnalla. Tähän liittyvät julkisen- ja tausta-alueen väliset eroavaisuudet, sekä kullekin alueelle liittyvien ryh-

mien kanssa käyminen. Kalahallin myyjät ovat kalahallissa ne henkilöt, jotka tietävät kaiken toiminnastaan ja päämäärästään ja joilla on ensisijaisesti oikeus mennä kaikille kalahallissa oleville alueille. Hyvä esimerkki tässä on se, että vakioasiakkaissa on joukko ihmisiä, jotka leimaantuvat johonkin yhteen myyjään. Tämä liittyy asiakkaan ennakko-odotuksiin siitä, että tämä tietty myyjä myy hänelle jotain nimenomaista kalaa asiakkaan esittämillä laatuvaatimuksilla. Luottamussuhde on syntynyt myyjän ja asiakkaan välille, koska aikaisemmat kaupat ovat olleet onnistuneita. Luottamussuhteeseen liittyy edelleen alueiden jakautuminen julki- ja tausta-alueisiin. Julkialueella oleva asiakas ei kykene tietämään myyjien tarkoitusperistä ja kaikesta siitä mitä tausta-alueella tapahtuu. Myyjästä ja tässä tapauksessa ns. nimikkomyyjästä on tullut hänen kuviteltu väylänsä tausta-alueen tiedon piiriin, jolloin hän luottamuksensa kautta pystyy tietämään tuotteiden laadun ja tekemään ostopäätöksensä myyjän tiedon pohjalta, jota luottamuksen myötä on ikään kuin siirtynyt hieman asiakkaallekin. Joidenkin asiakkaiden kohdalla tämä suhde on niin voimakas, että hän jättää ostoksensa tekemättä, jos kyseinen myyjä ei ole paikalla. Nimikkomyyjä merkitsee oman olemuksensa, ystävällisyytensä jne. kautta koko tiedon ja ennako- oletusten kimppua, jossa myyjän rooli joutuu hetkittäin jopa moraaliseksi koetukselle henkilökohtaisten ja roolin edellyttämien vaateiden vuoksi. Esimerkiksi voi kysyä, söisikö itse kaikkea, mitä rooli myy.

E: Ootkos huomannu sitten tämmönen tai mikä on sinun mielestä niinku tyypillistä asiakkaiden ja myyjien välisessä kanssakäymisessä? - -

H: - - No mun mielestä se on niinku, ainakii ite ku ei oo ollu tässä kauheen pitkään vaikuttaa siltä, että osa asiakkaista ei silleen luota tavallaan. Ne sanovat tyyliin, että "kun myö ollaan aina ostettu siltä naiselta, mikä tässä on. Ja se on aina myyny meille tuoretta kallaa, että missähän tämä nainen sitten on, että me saatas varmastim tuoretta." Jos minä sanon, että se on varmasti tuoretta, että se on tänä aamuna tullu ja se melekein potkii ja näytän kidukset, "millähän lie värjätty ne kidukset". Et siis tulee vähän semmonen olo niinku, että pitäsakö tässä olla silleesä. Varmaan se luottamus syntyy kun ollu pitempään sitten. Tuntuu jotenkii sillen, että jos kala potkii, niin millähän lie värjätty nuo kidukset (naurua). Se tuntuu vähän oudolta ruveta siihen miettimään, ettei niitä ehkä oo millään värjätty. Ja ja, mitäs muuta siitä vuorovaikutuksesta. Kyllähän monet ihmiset varmaan, kun ne tulee tähän ostamaan niin, ne nimenomaan haluaa sitä palvelua ja sitä kautta sitä vuorovaikutusta, elikkä voivat jutella samalla muusta, onko hauki nyt jo kutenu ja näin. Et ei ne pysty isommissa kaupoissa tekemään sitä, että mun mielestä siinä pitäs ittesäkkii parantaa sitä että, mutta joskus tuntuu kii-

reessä siltä, että oot jo saanu kalas, että ala mennä siitä. Et se ei sitä parasta mahdollista palvelua tai tämmöstä oo. (TK3, 3.)

Muista tekijöistä, jotka määrittävät kalahallin myyjän roolia, voidaan sanoa, myös se, että kalahallin myyjiin liitetään jollain tavalla muodollisen kaupankäynnin ulkopuolelle liitettäviä asioita, kuten hieman enemmän sallittu huumorin viljely, joka liittyy tietysti tilanteisiin, jotka määrittyvät tilannetaujan pohjalta. Yleisesti voidaan kai sanoa, että sosiaalisuuden piirteet liitetään vahvasti kalahallin myyjiin. Aikaisempina vuosikymmeninä se on ollut melkeinpä leimaa antavin piirre kalahallin myyntityössä.

H: - -Tarinoijaan ilot ja surut ja kaikki, silloin kun sen asiakas näköö, että nyt ei oo kauppiaalla kiire. Nii, kyllä siinä niin monet jutut on pietty tuossa tai satojakkii juttuja, tuhansia juttuja asiakkaihen kanssa, silloin kun ei oo ollu kiirettä. Siinä on tuota paljon tuommosia tuommosia vitsiäkkii, tarinoita tuossa. - - (M1, 13.)

Nykyäänkin sosiaalisuuteen liitettävät piirteet ovat osittain läsnä kalahallissa, mutta niiden merkitys ei ole aivan niin voimakas. Tämä liittyy tietysti moniin eri tekijöihin, kuten yksilökohtaisiin eroihin, mutta toisaalta myös siihen, että asiakassuhteen merkitys on ainakin tällä hetkellä enemmän jatkuvuutta korostava muilla tekijöillä, esimerkkinä tuotteen laatuun panostaminen.

E: Onkos sitten semmosta niinku porukkaa joka käypi niinku myyjien kanssa juttelemassa - -?

H: On sitä, mutta se on pientä. Sitten ku ei itekkää ei oo niin hirveen sosiaalinen - - minä en jaksa puhua - - varmaan jos löytys semmosta halukkuutta, niinku tässä - - kävisivät - - Kyllä jos - - tykkäis jutella niihen kanssa. - - Mutta kyllä nä-köjään aina ku uus kaveri tohon tulee niin yrittävät vähän niinku tarttua semmisiin. (TK1, 3.)

Kalahallin myyjien rooli on hetkittäin Goffmannin määrittelyn mukaan myös kyyminen. Tällä tarkoitetaan yksilöä, joka ei aina itse usko esittämäänsä tai sitten ei välitä siitä, mitä muut esityksestä uskovat (Goffman 1971, 28). Tämä tulee parhaiten esille lyhyessä ja ytimekkäässä sanonnassa, joka on osittain humoristinen, mutta toisaalta hyvin raadollinen. "Ne on syötävät ja myötävät kalat erikseen". Tämä liittyy arkisuudessaan myyjien kesken tapahtuvaan roolien määrittelyyn, mutta myös toisaalta turhautuneisuuteen asiakkaiden ainaiseen kyselyyn tuotteista. Vastaamalla kyselyihin robotin lailla "Just tullutta ja tuoretta on

varmasti...” myyjä turhautumisensa keskellä saattaa kuvitella tekevänsä palvelun asiakkaalle ja itselleen.

Kalahallin myyjien rooli muodostuu siis yleisten mielikuvien ja samankaltaisten ammattien yhteyteen liitettyjen mielikuvien kautta, mutta myös kalahalliin sinänsä liitettyjen mielikuvien pohjalta. Alueellisten tietoseikkojen ja pysyvyyden vuoksi myyjä voidaan pitää kalahallin esitysryhmistä pääasiallisina esittäjinä.

Ostajat - normaalit tapaukset ja “asiantuntijat”

Ostajat eli asiakkaat muodostavat kalahallin esitysryhmistä toisen. Asiakkaiden osalta toiminta harvoin muuttuu yhteistoiminnaksi, vaikka kaikki jakavat yhteisen toiminnan päämäärän eli ostamisen. Asiakkaiden toiminta tapahtuu heidän omien intressiensä pohjalta, jolloin variaatioiden määrä muodostuu suureksi. Toiminnan taustalla ovat aikaisemmat kokemukset. Valittuja toimintatapoja määrittävät myös yksilön identiteetti ja sosiaalinen status, jotka tekevät tilanteesta yksilön itsensä esille tuodun esityksen oman roolinsa kautta. Kalahalliin tullessaan heillä on Goffmannin (1971, 36) käsityksen mukaan yleisiin julkisivuihin liittyvä käsitys siitä miten toimia suhteessa myyjiin. Tämä varmasti pitääkin paikkansa ja mielenkiintoisia tilanteita syntyy silloin, kun tilannearvioon vaikuttavat ennakkokäsitykset ja itse toiminta eivät myyjien puolelta vastaa toisiaan. Käsittelen tätä tuonnempana. Asiakkailla ei ole yleensä erityistä esineistöä eli rekvisiittaa, joka paljastaisi heidät asiakkaiksi, eikä välttämättä mitään paljastavaa toimintatapaa, joka erottaisi heidät esimerkiksi katselijoina, joita käsittelen tulevassa alaluvussa. Näiden seikkojen perusteella myyjät voivat pitää lähestulkoon kaikkia halliin tulijoita asiakkaina. Asiakkaan roolin määrittelyssä tapahtuu tietenkin samoin kuin myyjän, eli myyjä suuntaa ennakkokäsityksiä asiakkaan toimintaan yleisesti opittujen kulttuurillisten käytäntöjen perusteella. Myyjä esimerkiksi olettaa, ettei asiakas tule tiskin taa ja ala itse fileoimaan kalaansa pakkettiin.

Asiakkaiden roolin keskeinen piirre on luonnollisesti siis ostaminen. Ostamiseen kuuluu tosin paljon muutakin toimintaa kuin pelkkä tuotteen vaihtaminen rahaan. Ennen tuotteen ostamista on tyypillistä, että asiakas pyrkii tarkastamaan

tuotteen tuoreuden esimerkiksi kidusten punaisuuden tai silmien värin kirkkaiden perusteella. Asiakkaat pyrkivät usein harhauttamaan myyjää esiintymällä asiantuntijana. Tavallisin tapa legitimoida oma asiantuntijuus on kertoa kalastajan menneisyydestään tai muusta toiminnasta luonnossa ja kalastuksen parissa. Vähintään yhtä usein vedotaan tietoon, jota ei ole perusteltu tai ei haluta perustella. Asiat vain tuntuvat olevan niin, että asiakas tietää. Joskus väitteet asiantuntijuudesta lähenevät yliluonnollisia kykyjä.

Kaikista mielenkiintoisin tapaus tänään [30.5.2001] oli, kun eräs vanha nainen oli soittanut halliin (- - [työkaveri] oli puhelimessa) ja oli valittanut, kun viime talvena oli saanut huonon lohen. Nainen oli lähettänyt tänään siskonsa hake maan kalaa meiltä ja antoi uhkauksia, että nyt pitää saada tuoretta kalaa. (Uhkaukset olivat sinänsä huvittavia, - - , sillä lohi on aina ollut tuoretta ja erityisesti talvella sen säilyvyys on vielä parempi kuin kesällä). Naisen sisko saapui puolenpäivän maissa. Hän esitti asiansa ja osti kirjolohta fileroituna. Siinä fileroitessani jututin naista ihan normaalisti ja hän kertoi, että hänen siskonsa tunnistaa jo hajusta mistä järvestä kala on saatu. Haluaisin lämpimästi nähdä tämän naisen ja tarjota kättäni haisteltavaksi, jospa hän luettelisi kaikki Sisä-Savon järvet ja pari pohjoisempaa, kun itseltäkin meinaa välillä unohtua. (KP, 9.)

Tämä liittyy julkisen ja tausta-alueen väliseen tietoon. Koska asiakas ei ole kaikesta toiminnasta tietoinen, on hänen pyrittävä saamaan annetun informaation ulkopuolista tietoa ollakseen täysin varma tilanteesta ja ostopäätöksestään (Goffman 1971, 68-76). Samansuuntaiseen tiedon saantiin pyritään myös myyjien roolien yhteydessä käsitellyn "nimikkomyyjän" avulla.

Alueisiin liittyvien tekijöiden pohjalta asiakkaat voidaan määritellä katsojakunnaksi. Heidän tietonsa perustuu ainoastaan siihen informaatioon, mitä heille annetaan ja mitä he pystyvät tarkkaavaisuudellaan lisää hankkimaan. Asiakkaiden on sallittu olla vain julkisessa tilassa, mikä tässä tapauksessa tarkoittaa kalatiskin asiakkaiden puoleista osaa. Tämä rajaa osaltaan myös heidän informaatiotaan ja kaventaa liikkuma-alaa. Toisin sanoen asiakkaat näkevät näytelmän kulissit ja itse näytelmän (Goffman 1971, 159.) Toisaalta asiakkaat pyrkivät kuitenkin koko ajan tunkeutumaan myyjien tiedolliselle alueelle, kuten edellä on esitetty.

Asiakaskunta eli ostajien roolin omaksuneet ihmiset ovat kalahallissa yleensä

eläkeläisiä. Viikonloppua lähestyttäessä myös nuorempia asiakkaita käy hieman enemmän, mutta missään vaiheessa ei asiakkaiden enemmistön keski-ikä laske alle 40 vuoden. Ostamiseen liittyy eräs piirre, mikä on tyypillistä nimenomaan kalahallin asiakkaille. Kysymyksessä on ostoksen pienuuden vähättely.

- -Tänään [14.7.2001], kuten usein ennenkin, mieltäni alkoi askarruttamaan se, - - miksi ihmiset ostavat pieniä määriä kalaa aina aloittamalla ostotapahtuman "ottasin tuota muikkua vuan puol kiloo" tai "ostasin nuita hiil'siikoja vuan kaks kappaletta" tai "muikkuja vaan puoli kiloa". Tärkeää on siis huomata se, että ihmiset ostavat pieniä määriä kaloja "vaan", eli tavallaan väheksyvät omaa ostostaan. Mielenkiintoista tämä on sikäli, että ilmeisen syvään on juurtunut käsitys siitä, että kalaa täytyy ostaa kerralla paljon tai ainakin puoli kiloa tai kilo. Eräskin asiakas kysyi minulta saako muikkua yleensäkin ostaa vähempää kuin puoli kiloa. Onko tässä takana jokin vanha mitta millä kalaa on ostettu, joltain punnusajoilta vai onko diskurssissa esillä joku erittäin pienen ostoksen ostajan häpeä? Myyjillä on mielenkiintoinen tapa vastata tällaiseen ostokseen, "sehän on just sopiva määrä" tai "totta kai saa puolikin kiloa" tai jotain vastaavaa. Joskus keskustelu kuullostaa siltä, kuin pienen määrän ostajaa ikäänkuin lohdutettaisiin, ettei hänen tarvitse surra pienen ostoksen takia. Itse asiassa tilanne kääntyy usein niin, että ostaja saadaan vakuuttuneeksi (ainakin puheen tasolla) siitä, että kun ostaa pienen määrän kalaa se säilyy tuoreena ja kun haluaa tuoretta kalaa kannattaa aina tulla halliin vaikka joka päivä. Näin ostaja tulee tyytyväiseksi ostoksestaan ja saa käsityksen siitä, että tuoreen kalan hakeminen tarpeeseen usein on varsin erinomainen asia. - - pienten ostosten tekijöiden määrä on todella suuri hallin asikaskunnasta, koska kalaa ostaa usein yksinäiset vanhat ihmiset. On erittäin tyypillistä myös puolustaa pientä ostostaan "ku ei sitä yksinäine immeine hirveesti tarvii. Kyllä tuosta yhen immeisen keiton suap." Tavallaan hallissa tulee päivittäin useita kertoja vastaan se yksinäisyyden tunne, joka pakottaa myyjät ottamaan myös sosiaalisen roolin työssään. Yllättävän usein on kuitenkin tapana myös puhua harmistuneena mummoista, naureskella heille. Asian ottaessa esiin, mielipide on kuitenkin sellainen, että tiedostetaan oma tärkeys vanhusten sosiaalisessa elämässä.(KP, 68-69.)

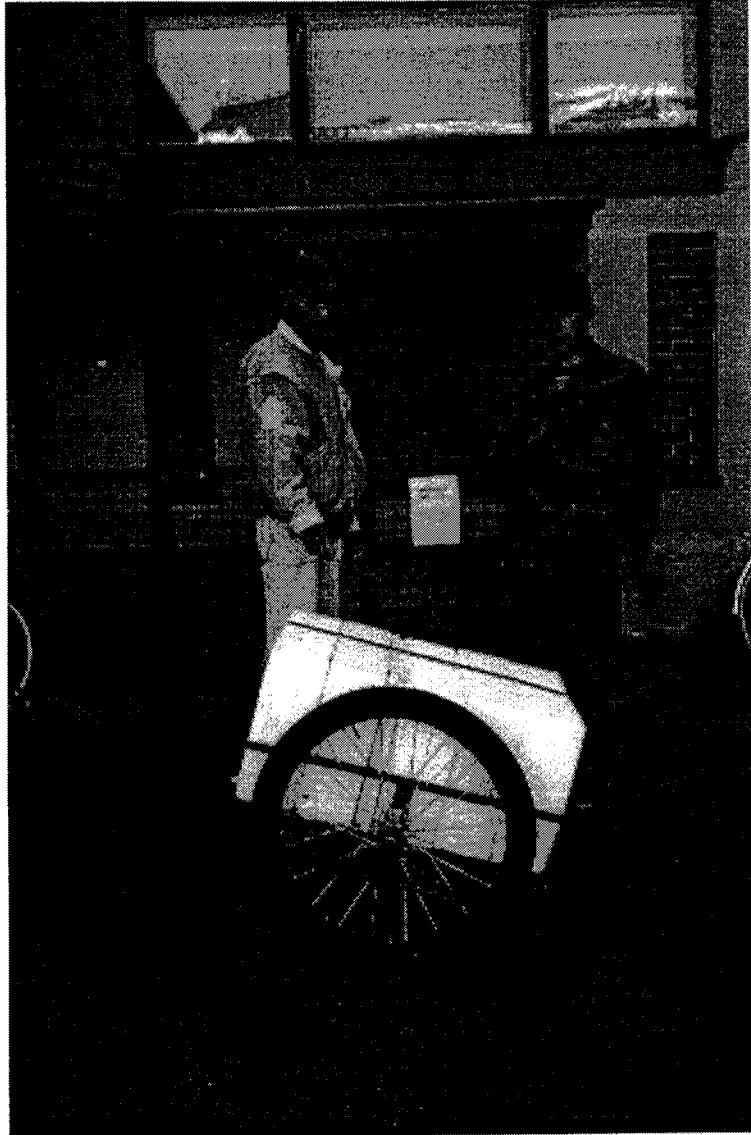
Voi tietenkin pohtia, liittyykö asiakkaan rooliin syvemmällä tasolla käsitys siitä, että ostaminen pääasiallisena tehtävänä edellyttää tietynlaista toimintaa. Yksinkertaisen logiikan kautta ajateltuna, olisi roolin mahdollisimman hyvän onnistumisen edellytys mahdollisimman suuren ostotapahtuman tai useiden ostojen tekeminen. Ehkä edellä mainittu seikka kertoo jotain ympäröivän yhteiskunnan arvomaailmasta siinä mielessä, että onnistunut rooli edellyttää tietynlaista varallisuutta, jolla voidaan ostaa ja mahdollistaa arvojen mukaista ja kuviteltujen tilanteiden mukaista, roolille sopivaa arvon antoa eli statusta.

Kalastajat - hiljaiset miehet

Kalahallin kolmannen esitysryhmän muodostavat kalastajat. Heidän rekvisiit- taansa kuuluu vuodenaikaan sopiva pukeutuminen, esimerkiksi talvisin lämpi- mät haalarit. Toisaalta jotkut kalastajat tuovat kalansa tavalliset arkivaatteet päällään, jolloin heitä ei ulkopuolinen välttämättä tunnista kalastajaksi. Tarkkaa- vainen ihminen saattaa tosin erottaa ulkoilman jäljet heidän kasvoissaan varsin- kin kevättalvella, jolloin hattujen jättämät rusketusrajat paljastavat ulkoilmassa liikkuvan. Toisaalta samanlaiset auringon ahavoittamat kasvot voivat olla taval- lisen innokkaalla sunnuntaipilkkijällä. Näkyvin ja kalastajaksi paljastava tekijä on hetkeen ja toimintaan sidottu, eli kalalaatikoiden kantaminen sisälle halliin tai suurien saaliiden ollessa kyseessä myös alakerran varastoon. Kalastajien ka- lantuonti saattaa olla usein ohi erittäin nopeasti, joten heitä ei välttämättä näe kalahallissa kuin pienen hetken. Usein kalastajat tosin jäävät kalahalliin katse- lemaan joksikin aikaa ihmisiä ja muiden tuomia kaloja.

Kalastajan rooli on siinä mielessä mielenkiintoinen, että hänen hallussaan on tietoa, joka periaatteessa on koko kalahallin toiminnan kannalta ensisijaisen tärkeää. Kalastajat tietävät kalojensa tuoreuden, pyyntipaikat ja muut tuotteisiin liittyvät tekijät, joita asiakas ei täydellisesti tiedä, eivätkä välttämättä kalahallin myyjätkään. Kalastajilla on tietoa tausta- ja julkialueen asioista, sekä heillä on pääsy kummallekin alueelle. Kalastajat ovat tapahtumien hiljaisia todistajia, joi- den pääasiallinen tehtävä ajatellen kalahallia on saada kalansa myydyksi. Ka- lastajat eivät omalla toiminnallaan puutu kalahallin näkyvään myyntitoimintaan. Esimerkkinä voi pitää sitä, kun kalastaja on juuri kaatanut laatikostaan kalat tis- kiin ja asiakas tulee hetken päästä katselemaan niitä. Myyjä myy sujuvasti tuotteen väärän järven kalana, tahallaan tai vahingossa, mutta kalastaja ei puutu tilanteeseen korjatakseen erehdyksen. Toisaalta kalastajat eivät ota kos- kaan kantaa tuotteiden tuoreuteen julkisesti, vaikka heillä saattaisi olla omanlai- sensa näkemys joistain tuotteista tai tieto niiden todellisesta tuoreudesta. Tähän liittyy tietenkin tietynlainen kalastajien ja kalahallin välinen kaupallinen suhde, jota ei haluta rikkoa. Toisaalta kalastajien keskinäinen, ehkä sanaton, sopimus siitä, että toisen tuomiin kaloihin ei puututa.

Joskus harvoin kalastajat ja myyjät muodostavat esitysryhmän, jonka tarkoitus



Kalastajat lähtemässä takaisin järvelle kalahallilta saaliin tuonnin jälkeen.
(Kuva: Erkka Pehkonen)

on antaa kalasta erityisen tuore kuva ja sitä kautta edistää tai nopeuttaa myyntiä. Myyjä kysyy kalastajalta, joka on vielä kalojentuontireissullaan, että mistä kyseisen kalastajan pyytämät kalat olivatkaan pyydetty. Myyjä tosin tietää vastauksen, mutta näin ikään kuin ohimennen kiinnitetään asiakkaan huomio kalojen erityiseen tuoreuteen. Kalat tuonut kalastaja on vielä paikalla, joten tuote ei syntyvän mielikuvan mukaan voi olla vanhaa. Kalastajan rooliin kuuluu tilanteessa vain lyhyt kommentti siitä, mistä kalat on pyydetty, harvoin niiden tuoreuden puolesta puhuminen. Joskus tilanne muodostuu kalastajan kannalta hyvin yksipuoliseksi, koska myyjä saattaa vain sanoa asiakkaalle, että kalastaja seisoo vielä tuotteiden vieressä. Tämäkin riittää mielikuvan luomiseen tuoreudesta. Yhteisen esitysryhmän kalastajat ja myyjät muodostavat tietenkin yleisellä tasolla, jos ajatellaan kokonaisuutena heidän tavoitteitaan. Kalastajille tärkeää on omien saaliidensa myynti, joka puolestaan on riippuvainen siitä, miten kalahallin myynti onnistuu.

Kalahalliin kalaa tuo useat kalastajat ja vapaa-ajan kalastajat, mutta vain harva on ammatiltaan pääsääntöisesti kalastaja tai kalastaa aktiivisesti eläkepäivillään. Suurin osa kalahallin vakiokalastajista, jotka tuovat kalaa viikoittain ovat lähellä tai ylittäneet eläkeiän. Usein kalastajien motiivina kalastamiseen on luonnon ja vapauden kokeminen, sekä omasta elämän rytmistä päättäminen. Kalastus on heille elämäntapa, jota ei haluta muuttaa.

E: Ootko miettiny, miten pitkään vielä jatkat kalastusta?

H: No niin kauan jaksaa jalakoo nostoo venneeseen. Eihä sieltä pois pysty olemaan. (K3, 3.)

Kalahalliin kalansa tuovien kalastajien rooli muodostuukin ikään kuin heidän pitkäaikaisen kalahalliin kiinnittymisensä vuoksi. Suhdetta ei haluta rikkoa. Kalastajat kuuluvat kalahalliin ja heidän roolinsa muodostuu sivurooliksi, jonka merkitys on tärkeä, mutta ei varsin näkyvä. Kalastajat ovat tavallaan taustalueen tärkeimmät tietäjät, mutta joiden varsinainen toiminta ei tapahdu lähellään itse kalahallia.

Sivustakatsojat – kuljeskelijat

Kalahalli tarjoaa ihmisille paljon mielenkiintoista katsottavaa. Väite perustuu siihen, että kalahallissa kuljeskelee päivittäin paljon ihmisiä joilla ei ole halua ostaa tarjolla olevia tuotteita. Kuljeskelijat voi jakaa kolmeen ryhmään, joista ensimmäinen on varsinaiset kuljeskelijat, jotka kulkevat kalahallin läpi ja saattavat katsella tuotteita, mutta eivät osta mitään. Lähellä ensimmäistä ryhmää on turistit, jotka muodostavat toisen ryhmän. Kolmas ryhmä on ns. vakiojengi, joka koostuu ihmisistä, jotka kuljeskelevat torin kauppahallin lähistöllä, mutta eivät osta mitään oikeastaan koskaan.

Varsinaisten kuljeskelijoiden tarkoitusperistä on hieman vaikea sanoa mitään, koska heidän julkisivunsa toiminnallinen puoli muodostuu nimenomaan myyjien kontaktin välttelystä. Tyypillistä on, että myyjä menee tekemään aloitteen myyntitoiminnan alkamiselle, mutta kuljeskelija lähtee mitään sanomatta tilanteesta pois. Myyjien mielestä tämän tyyppinen toiminta on erittäin raivostuttavaa ja heidän mielestään tilanne voi aiheuttaa jatkuvasti toistuvana turhautumisen, jolloin varsinaisen asiakkaankin palvelun aloittaminen muuttuu hitaammaksi.

E: No onkos sitten joku piirre joka ärsyttää asiakkaissa?

H: No just ne mitkä nyysää vaan ja mittää ei osta sitten, että se on sitten poissa muilta asiakkailta niitten aika.

E: Ku oot näkymältä kiinnittänyt nuihi ikkunaostoksilla kävijöihin huomiota, niin onko sulla joku mielikuva mitä ne hakkee tai miks ne kiertelee täällä?

H: Ei ku, ei niillä oo mittää tekemistä, ne vaan kahtele. Tappaavat aikaa toisin sanoen. Siinäpä se on niitten elämän tehtävä. (TK2, 1.)

Erilaisia perusteita kuljeskelijoiden tarkoitusperiin voidaan kuitenkin esittää satumanvaraisten keskustelujen ja haastattelujen perusteella. Alkuviikosta kuljeskelijoissa on sellaisia, jotka käyvät katsomassa, mikä kala on sesonkikala ja josta voi alustavasti suunnitella tekevänsä viikonloppuna ruokaa. Toinen ryhmä muodostuu ihmisistä, jotka omien puheidensa mukaan käyvät katsomassa "mi-hinkä kannattaa verkot laitto" eli he käyvät mielenkiinnon vuoksi katsomassa mitä ja miten kannattaa sinä hetkenä kalastaa. Erityisesti keväisin ja kesäisin kotitarvekalastusta harrastavia käy katselemassa saaliita. Kolmanneksi voi sanoa osan katselijoista käyvän itse tarkoituksena kalojenkatselu. Tässä suhteessa varsinaisia kuljeskelijoita tulevat myös turistit, joiden yksi tärkeimmistä kala-

hallissa käyntisyistä on suomalaisten järvien kalojen katselu, jos kyseessä on ulkomaalainen turisti. Myös Länsi- ja Etelä-Suomesta tulevia turisteja kiinnostaa kalahallin tarjoamat tuotteet verrattuna merestä saataviin. Toisaalta kalahallia myydään turisteille perinteisenä paikkana, joka kertoo nykypäivänä jotain Kuopion ja Savon kulttuurihistoriallisesta menneisyydestä. Tämä vaikuttaa varmasti tietynlaisen mielikuvan ja ennakkokäsityksen muodostumiseen, joka vaikuttaa toimintaa kalahallissa. Tavallaan turistien mielenkiinto kalahallissa kohdistuu tilajaottelua käyttäen vielä laajempaan kokonaisuuteen. Tulemalla kalahalliin pyritään saamaan tietoja koko ympäröivästä yhteiskunnasta, jolloin tiedon luonne ei määrity enää pelkästään kalahallin fyysisten tilojen mukaan, vaan kalahalli kokonaisuudessaan on ikään kuin ympäröivän yhteiskunnan tausta-alue, joka kertoo epämuodollisesta käyttäytymisestä ja väitetyistä torin savolaisesta lupsakkuudesta.

Kolmannen ryhmän kuljeskelijoista muodostavat kala- ja kauppahallin sekä torin liepeillä kuljeskelevat ns. vakio- tai gambinajengiläiset. Gambina viittaa miettoon ja halpaan alkoholijuomaan, joka on suosittu kyseisen ryhmän parissa. Ryhmään kuuluu pelkästään miehiä, jotka porukoivat eli viettävät yhdessä jutustellen ja viinaksia maistellen aikaansa torin ja Alkon myymälän liepeillä, aiheuttaen vain harvoin järjestyshäiriöitä (Kopomaa 1997, 108, 153-158). Kalahallin edustan katos tarjoaa mukavan auringon ja sateen suojan. Myyntipöydät, joita ei käytetä, tarjoavat istuimet. Miehet saavat olla rauhassa ja kauppahallin nurkkaus tarjoaa kaupungissa marginaalin tilan, jossa pystyy viettämään aikaa pois virallisen järjestyksenpidon silmän alta. Miehet kuuluvat torin "vakiokalustoon" ja heidän läsnäolonsa on torin ja kauppahallin työntekijöille arkinen ja sinänsä yhdenentekevä asia, eikä esimerkiksi poliiseja tarvita juopuneiden poistamiseen kuin erittäin harvoin ja silloinkin poistettavat ovat varsinaiseen gambinajengiin kuulumattomia. Asiakkaiden suhtautuminen lienee hieman kielteisempää, koska silloin tällöin kuulee heidän moittivan vakiojengiläisiä puliukoiksi eli rappioalkoholisteiksi, vaikka nämä miehet eivät sellaisia todellisuudessa ole. Miehet istuskelevat ja seurailevat myös kalahallin toimintaa ja saavat tarkkaavaisuutensa ansioista tietoa kalojen viennistä varastoon ja eri kalastajien käynneistä. Jengiläiset myös jututtavat myyjiä, sekä esittävät arvioitaan kalastuksesta ja kalaan liittyvistä asioista. He kiertelevät päivittäin kalahallissa ja katselevat myyjien toimintaa ja myytäviä kaloja.

H: - - Osahan - - on jotka tulee tähän niinkun ne [gambinajengiläiset] on niitä päivittäin käyviä, jotka tapaa kaverisa täällä, jotain vanhempia miehiä. Mutta ku minä alotin tässä, minä en tuntenu sitä porukka ollenkaa. Mä menin aina kysymään, no niin mitä saisi olla, että laitettasko jonkunlaista kallaa. No me vaan katellaan. Se rupesi viikon päästä tympäsemmää, se et se joka kerta tuli sama vastaus, että me vaan katellaan. (TK3, 3.)

Joskus miehet saattavat siirrellä laatikoita ja tekevät pieniä palveluksia, mutta lähinnä torimyyjille. Vakiojengin miehillä on paljon tietoa torin ja kauppahallin tapahtumista, koska he saapuvat jokaisena päivänä sunnuntaita lukuunottamatta torille ja istuskelevat siellä iltopäivään asti. Nämä "takapihan" miehet tietävät paljon sellaisia asioita, joita muut ihmiset eivät tiedä. Joskus vakiojengiläiset kertoilevat juoruja ja vanhoja tapahtumia kalahallista. Lopuksi voi todeta, että kalahallia käytetään myös puhtaasti sisäänkäyntinä varsinaiseen kauppahalliin, jolloin ihmisillä ei välttämättä ole lainkaan mielenkiintoa sitä kohtaa, mitä kalahalli tarjoaa tai miten myyjät toimittelevat asioitaan.

Ulkomaalaiset kalahallissa

Ulkomaalaiset, jotka tässä tapauksessa tarkoittavat maahanmuuttajia, pakolaisia tai turvapaikan hakijoita, ovat kalahallissa melko yleisiä asiakkaita. Esittelen tässä kalahallin rooleja käsittelevässä luvussa yleisesti kaiken edellä mainittuun ryhmään liittyvistä asioista, koska tietoa on melko vähän, mutta toisaalta se mielenkiintoisuutensa ja sinänsä halliin kuuluvana asiana vaatii käsittelynsä. Tämän alaluvun tarkoitus ei ole edes pyrkiä mihinkään syvempään kulttuurien välisen kohtaamisen pohdiskeluun tai jonkinlaisiin kulttuuriantropologisten ajatusmallien tai teorioiden testaamiseen tai kehittelyyn. Tarkoitus on esitellä yksi kalahallin todellisuutta rikastuttava variaatio ihmisten kohtaamisesta. Ulkomaalaisten statuksesta ei voi sanoa keräämäni aineiston pohjalta mitään erityisen varmaa, koska tilanteet olivat sinällään nopeita ja toisaalta ne ajoittuivat sellaisiin hetkiin, joissa pidempiaikainen jututtaminen tai keskustelu oli mahdotonta. He ovat siis, kuten edellä mainitsin joko maahanmuuttajia, pakolaisia tai turvapaikan hakijoita. Tässä alaluvussa käytän heistä yhteisesti käsitettä ulkomaalainen, tiedostaen kuitenkin erilaiset vaihtoehdot kunkin yksilön kohdalla. Käsit-

teen ei myöskään ole tarkoitus olla etnosentrinen väheksyvässä tai paheksuvassa mielessä, vaikka sen yhteyteen niputetaan paljon erilaisia asioita, jotka toisessa yhteydessä ansaitsevat varmasti tarkempaa tarkastelua ja määrittelyä osakseen. Käsitteellinen ratkaisu on tehty ainoastaan sujuvuuden vuoksi. Olen rajannut alalukua myös niin, että käsite ulkomaalaiset ei tarkoita tässä ulkomaalaisia turisteja.

Kalahallissa ulkomaalaiset erottaa henkilökohtaisen julkisivunsa vuoksi helposti. Toisenlainen pukeutuminen ja ihon väri, sekä kielen erilaisuus määrittävät ulkoisten seikkojen puolesta ryhmän ulkomaalaisten asiakkaiden ryhmäksi. Ulkomaalaisten asiakkaiden saapuessa kalahalliin myyjät tietävät jo etukäteen, mitä kalaa he ostavat. Ilmeisesti uskonnollisista syistä ja toisaalta sen vuoksi, että heidän alkuperäisillä kotialueillaan esiintyy saman näköisiä kaloja, ostavat Lähi-Idästä kotoisin olevat ulkomaalaiset usein lahnoja tai särkiä. Kauko- ja Kaakkois-Aasiasta kotoisin olevat, jotka ostavat paljon myös haukea ja kuhaa.

Ulkomaalaisten tullessa sisään alkaa myyjien keskuudessa eräänlainen palvelun välttely. Ensisilmäykseltä rasistiselta vaikuttava toiminta ei kuitenkaan sellaista ole. Kysymyksessä on kommunikaation ongelmallisuus, koska kalahallin työntekijöiden keskuudessa ei ole erityisen hyvä kielitaito ja toisaalta ulkomaalaiset eivät pääsääntöisesti puhu kovin hyvää englantia, jonka avulla jonkinasteinen kommunikointi saattaisi onnistua. Toisaalta kyseessä on myös haluttomuus puhua heikolla kielitaidolla, vaikka sillä kaupan teossa useimmiten pärjäisi vallan mainiosti. Myyjät pyrkivät siirtämään palveluvastuun siis toiselle myyjälle. Tyypillinen ilmaisu on, että "mäne sinä puhumaan nuille murteita vuorostas." Murteen puhumisella tarkoitetaan tietenkin eri kieltä.

Myyntitapahtuma etenee tavalliseen tapaansa kalojen esittelystä paketointiin asti. Ainoana poikkeuksena on tinkiminen, jota jotkut ulkomaalaisryhmät harrastavat. Tinkiminen kuuluu joissain eteläisemmissä maissa, joissa on vahva arabialainen kulttuurihistoriallinen perintö, osaksi luonnollista kaupankäyntiä. Se ei ole tarkoitettu halventavaksi, vaan päinvastoin sen merkitys on tinkimisen kautta muodostuva sosiaalinen kanssakäyminen ja sitä kautta arvon anto tapahtumalle. Erityisesti toreilla ja basaareissa tinkiminen on usein sallittua ja jopa toivottavaa. Kalahalli puolestaan asettuu luonnollisesti näiden kategorioiden

liepeille ja rajan veto voi tuntua vaikealta, koska se suomalaistenkin parissa aiheuttaa ongelmia. Myyjien tuskastuminen tinkimiseen ja sen vastustaminen usein toistuvalla lauseella "Suomessa ei tingitä ruokakaupassa" ei välttämättä tunnu tehokkaalta, koska kalahalli ei ulkoisilta puitteiltaan määrity kovinkaan helposti ruokakaupaksi, vaan nimenomaan joksikin katetun torin tai basaarin kaltaiseksi ostospaikaksi. Tinkiminen on myöskin jonkin verran pidempään kestävä tapahtuma ulkomaalaisten asiakkaiden kanssa verrattuna suomalaisiin. Joskus myyjät saattavat palvella "tinkimistapahtuman" välissä muutamia suomalaisia asiakkaita. Toisaalta myyjät useimmiten selittävät hinnan muodostumisen, eli kertovat noin hinnan ostohinnalle ja yrittävät saada ulkomaalaisen asiakkaan ymmärtämään, ettei tuotteita pystytä myymään alle ostohinnan.

Loppujen lopuksi hinnasta päästään useimmiten yhteisymmärrykseen ja kala paketoidaan normaaliin tapaan. Tässä vaiheessa alkaa usein toinen tinkimisen vaihe, jossa aletaan neuvottelemaan jo paketoiden kalan "lopullista" hintaa. Joskus, mutta harvoin käy niin, että vielä tässä vaiheessa hinnasta ei kuitenkaan pystytä sopimaan, jolloin kala joudutaan ottamaan pois paketista ja laittamaan takaisin tiskiini. Tällaiset tilanteet ovat myyjien ja varmasti myös asiakkaan kannalta turhauttavia. Usein kauppa kuitenkin onnistuu. Onnistunut kauppa on myyjälle ikään kuin statusta, sillä usein ulkomaalaiset asiakkaat ostavat juuri sellaisia tuotteita, joista suomalainen asiakas ei enää ole kiinnostunut. Paras esimerkki lienee pienet lahnat, jotka ovat kotimaiseen makuun liian ruotoisia.

Ulkomaalaisten asiakkaiden ja myyjien välisessä kanssakäymisessä korostuu siis tietämättömyys toista kulttuuria kohtaan ja kieliongelmiin johtuva palvelusta pakoileminen. Ulkomaalaiset ovat myös kalahallissa piirre, joka kertoo erilaisten kulttuurien saapumisesta Suomeen ja Kuopioon, jonka seurauksena myyjien arkeen tulee aavistus kansainvälisyyden makua.

6. ARJEN VAKAVAT NÄYTELMÄT

“Koettakaahan esimerkiksi omasta puolestanne vähän tuumia, millainen teidän kylttinne olisi - - Omani minä ainakin tiedän: se olisi kaksoiskasvot, viehättävä Januksen pää, ja sen yläpuolella firman tunnuslause: “Älkää luottako!” Ja nimikortissa Jean-Baptiste Clamence, ilveilijä - - Kerran kun olin taas luotsannut sokean onnellisesti jalkakäytävälle, nostin hänelle hattua erotessamme. Ei tämä tervehdys ollut tietenkään tarkoitettu hänelle, eihän hän sitä nähnyt. Kenelle sitten? Yleisölle. Näytelmän päätyttyä osan esittäjä odottaa kättentaputuksia. Ei hullumpaa, vai mitä?” (Camus 1958, 53.)

Tavanomainen kanssakäyminen rakentuu näyttämökohtauksen tavoin dramaattisesti paisutelluista toiminnoista, vastatoiminnoista ja päätösreplikeistä (Goffman 1971, 83). Arjen analysointi dramaturgisen käsitteistön avulla on ulkonaisen tapahtumien tulkintaa kulttuurisen syvärakenteen ilmentymänä. Näyttämölähestymistavan kiinnostuksen kohteena on erityisesti sosiaalisen kanssakäymisen kautta hahmottuva kulttuurillinen rakenne sekä symbolien kautta hahmottuvat merkitykset. Semioottisesti tarkasteltuna, eli merkkien tulkintana osana kokonaisuutta, on yhtä tärkeää huomata se mitä näkyy kuin se mitä jätetään näyttämättä. (Wuthnow 1987, 13-14.) Se, mitä jätetään näyttämättä, tarkoittaa mielestäni sitä, että toiminnassa ja sitä rytmittävissä suvantokohdissa on sellaisia piirteitä, jotka ovat olemassa, mutta niitä ei ikään kuin osoiteta, vaan ne täytyy lukea lukea “auki”. Kulttuurin piirteet pysyvät näin edelleen julkisina ja luettavissa olevina, mutta jotkut hiljaisina, tarkempaa lukemista vaativina teksteinä. Ihmisten merkitystenantojen ja toimien kautta arjen tapahtumat saavat muotonsa ja merkityksensä. Toiminta ja puhe asioiden yhteydessä kertovat niistä jotain, mutta havainnon ja tulkinnan kautta saatava tieto ja pyrkimys tavoittaa syvämerkitykset ovat vähintään yhtä tärkeitä. Osallistuva havainnointi oli oman työni kannalta ainoa mahdollinen keino saada materiaalia koskien erilaisia käsityksiä ja toimia, koska pelkkien haastatteluiden pohjalta muodostettu kuva olisi ollut ideaali kuvaus ilman reaalista vastinetta. Ihmiset tietävät “oikeat” tai “odotetut” vastaukset toimintaa ja sen perusteluja koskeviin kysymyksiin,

jotka sinällään kyllä kertovat paljon kulttuurista. Vaikka lähtökohtana olisi, ettei odota ihmisten valehtelevan, kertoo paljas arki usein toista heidän teoistaan suhteessa sanoihin. Toisaalta juttutuokioiden ja oikean toiminnan välinen risti-riita antaa hedelmällisiä mahdollisuuksia pohdinnoille kulttuurista ja ihmisestä. Päämääristä ja toimintaan vaikuttavista mielikuvista ja merkityksistä voidaan luoda näin näkökulma tutkimuskohteessa vallitsevaan todellisuuteen.

Tämän luvun tarkoitus on tutkia kalahallin arjen näytelmiä kolmannen luvun metodisen kaavion mukaan (ks. kuvio 1.) kolmella eri tasolla, eli "Miten?" näytelmien näkyvä kulku, "Miksi?" roolit ja sosiaaliset suhteet ja "Mitä tarkoittaa?" tilanteiden tulkinta kulttuurillisista tekijöistä. Koska roolit on määritelty jo edellisessä luvussa, on pääpaino kulttuurillisten tekijöiden tulkinalla. Suljetun sosiaalisen järjestelmän kulttuurillisessa lähestymistavassa ollaan kiinnostuneita moraalisisista arvoista, jotka vaikuttavat toimiin, sekä arvoista, jotka liittyvät tottumuksiin, makuasioihin, kohteliaisuuteen ja niin edelleen (Goffman 1971, 258).

Hyvä ja tuore – määrittely ja värit

Ruuan hankinnassa yhteisön arvot määrittävät sen, mitä pidetään ruokana ja minkä funktion se yhteisössä saa (Räsänen 1980a, 30). Tässä alaluvussa käsitelen kalan tuoreuden määrittelemistä ja arvoja, joita kalaan liittyy ja sitä, miten tärkein tekijä eli tuoreus on merkityksiltään moraalinen valinta- ja selitysperuste kalahallissa asioimiselle.

Hyvän ja tuoreen määrittelyssä ensimmäinen näytös alkaa tietenkin kalan määrittelyllä ylipäätään syömäkelpoiseksi. Kalahallin tapauksessa myynnissä on vain tuotteita, jotka ovat aikojen kuluessa määrittyneet saatavuuden mukaan savolaiseen ruokakulttuuriin kuuluviksi. Tarjonta koostuu siis pääasiassa erilaisista järvikaloista. Tuotteiden syömäkelpoisuus ei sinänsä ole itsestäänselvyys, mutta tämän tutkimuksen tarkoitus ei ole käsitellä vertailevasti eri kulttuurien sisäistämiä käsityksiä syötäviksi kelpaavista kaloista. Lyhyeksi esimerkiksi voidaan kuitenkin antaa kalahallissa käyneiden englantilaisten turistien ihmettely savolaisesta ruokakulttuurista.

Asiakkaat ostelivat jo nyt juhannuskalojaan. Lohta, muikkua, siikaa, kukkoahvenia etc. Myös turisteja kävi ihmettelemässä kaloja sekä meitä. Muuan englantilainen (Lontoosta) pariskunta kävi jututtamassa meitä ja kyselemässä kalojen nimiä. Lahna herätti heissä hyvin suurta ihmetystä (bream). He juttelivat asiasta keskenään ja ilmehtivät siihen malliin, että heillä lahna (bream) on eräänlainen paskakala. Kerroin heille, että se on meillä erittäin perinteinen ruokakala, joka valmistetaan savustettuna tai uunissa. He ihmettelivät ja kiittelivät tiedoista. (KP, 38.)

Tavallisissa tilanteissa, eli kun kyseessä on paikallinen asiakas, ensimmäinen näytös alkaa kalojen tarkastelulla. Kalojen ulkoisista tuoreuteen liitetyistä yleisistä ja lajikohtaisista tuntomerkeistä pyritään saamaan selville tuotteen laatu. Asiakkaat vastasivat haastatteluissa kysymykseen tavoista varmistaa ja tarkistaa kalan tuoreutta kahdella tapaa. Toiset luottivat myyjiin, mutta osa luotti enemmän itseensä. Tärkeimmät tuoreuden kriteerit ovat kidusten punaisuus, sekä kalan värityksen kirkkaus, sekä kalan elossa oleminen. Tärkeä tekijä erityisesti muikun kohdalla on myös sen jäykkyys tai napakkuus, eli ne eivät saa olla pehmeitä.

H: No tuota niin tässä, sen takia mä tulen tänne. Että mä tiedän, että tässä paikassa saa tuoretta kalaa.

E: Onkos teillä sitten, että näkkeekö kalasta sitten muuten onko se tuoretta?

H: No tuota, mä oon kyllä aika huono siinä, mutta täällä nyt näkee täällä kalahallissa, että nyt kun nuo kalat liikku, niin ne on eläviä (naurua). Et ne on niinku tuoreita ja kyllä mun mielestä muikustakiin näkee, että jos on kovin monta päivää vanhaa niinku tuolla markettien hyllyissä voi olla niin. (A8, 1.)

H: On. Siinä on montakii syytä oikein, missä varmistuu. Esimerkiksi jos on tullee, sanotaan silakkaa. Silakka sehän on. Silmän alukset jos on punaset ne on vanhoja. Ja muikun näkkee sitten niin, sen tästä rinnasta pikkusen auki. Se on silloin vanha aina. Sen saa silloin sanna, että kaks päivää jo pyyettynä. Se ei kestä tiskissä niin. Jos on tänä päivänä pyyetty, niin huomenna vielä se on myyntiin kelepota oikein hyvin.

E: Entäs jos jostain ahvenesta tai hauesta tai tämmösestä?

H: No hauki on tietenkä ja samaten ahven niin, jos ne on pidempi aikaa niin, niillä on kidukset on tummat. Ne on silloin veriset jos ne on tuoreet.

E: Joo. Aivan. No ja varmaan sitte itekkii käytätte näitä keinoja sitte, kun tarkastatte sen kalan tuoreuden?

H: Tottakai sitä täytyy käyttää keinojakkii, että. (A1, 2.)

H: No, sillä pitää olla kidukset punaiset, sano isäni aina. Ja näkky-

hän se väristä. jos on tuore kala, se on semmonen tönkkö.

E: Onko vielä muita keinoja?

H: No siis ulkonäköhän se ratkasee paljon. (A9, 1.)

H: No ylleesä sormella koittaen tai silimällä kahtoen, että miltä ne vaikuttaa. Ja kysymällä myöskii. (A3, 1.)

Tuotteen laadun itsenäinen tarkastaminen asiakkaiden keskuudessa on melko yleistä. He koskettelevat kaloja ja vääntävät kiduskannet auki nähdäkseen kidusten punaisuuden. Asiakkaat osallistuvat tuoreuden tarkastamiseen liittyvissä tapahtumissa aktiivisesti kokonaistilanteeseen, eli ottavat esittäjän roolin. Myyjän tehtävänä on pyrkiä luomaan tilanteesta koko ajan mahdollisimman otollinen tuoreuden mielikuvan luomiseen. Kaloja kehutaan "varmasti on tuoretta. Tänä aamuna tullutta." Kaikki kala sanotaan yleensä aamulla tulleeeksi. Eilinenkin muuttuu "tämän aamuiseksi" ja myyjä saattaa kuitata asiakkaan kyselyt kalan pyyntiajasta, että "iha selevästi huomenna pyyvettyä." Letkautukseen liittyy tilanteen ironisointi. Kala on tuoreempaa kuin on mahdollista. Myyjät eivät myöskään yleensä pidä siitä, että asiakkaat tonkivat ja siirtelevät kaloja itsenäisesti. Näissä tapauksissa asiakas tunkeutuu ikäänkuin alueelle, joka ei hänelle kuulu. Alueiden mukaisesti jakautunut tiedollinen puoli joutuu tausta-alueen kannalta uhatuksi, koska toiminta ei ole täysin myyjän kontrollissa. Voi käydä niin, että kalojen joukossa onkin hieman harmahtuneet kidukset omaava yksilö, jolloin asiakas on saanut mielikuvan, jollaista ei ole pyritty luomaan.

H: - - Sen voi sanoa, että mikä on tyypillistä käyttäytymisessä, on se, että sanotaanko, että vähnitäänkii kaks kolmesta kysyy, että onko tämä tuoretta. Että, jos ajatellaan tilannetta marketissa, et siinä marketissa kysy kalasta. Keneltä sinä siellä kysyt, ku se on vaakuumiin pakattu? Et siis se on tyypillinen piirre, et kun se tulee tähän niin kysyy ensimmäisenä, onko tämä varmasti tuoretta ja just se sitten, että ruvetaan sorkkimaan niitä kitusia. Se on minusta se aika, ei nyt voi sanoo että kauheen tyypillinen, mutta on määrättyjä ihmisiä ja ihmisryhmiä - - nimenomaan vanhemmat naiset, jotka - - ottaa niinku muikun käteen ja puristaa, että onko tämä pehmyt. Et siis niille on tämmönen aika tyypillistä käyttäytymistä, että tosiaan tutkitaan. Ja joskus tekis mieli sanoa, että se on elintarvike, ei siihen tarte koskee. (TK, 2.)

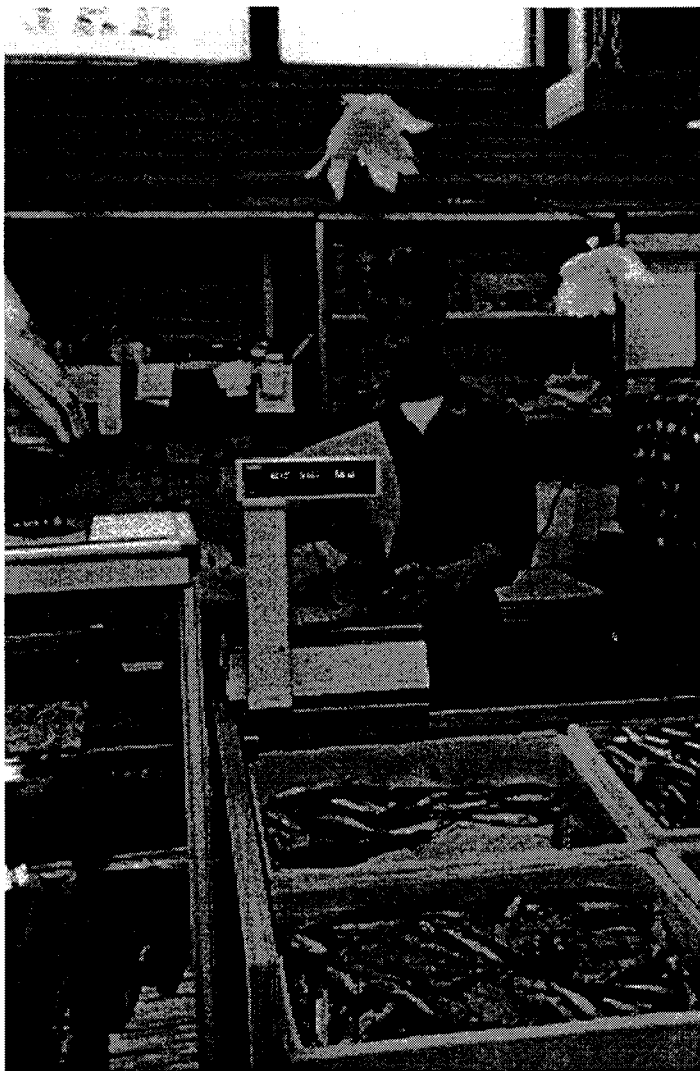
Asiakkaan vaakuttaminen kalan tuoreudesta on ensisijaisen tärkeää. Elävän kalan merkitys on suuri, koska silloin se ei herätä epäilyksiä tuoreuden suhteen. Elävä kala on täydellisesti puolestaan puhuva todiste. Elävien kalojen avulla

luodaan joskus myös tuoreuden illuusiota toisille, jo kuolleille kaloille. Asiakkaan pohtiessa kalan tuoreuteen ja valintaansa liittyviä asioita saattaa myyjä puolustella esimerkiksi hauen tuoreutta osoittamalla pomppivia lahnoja. "On varmasti tuoretta, kato ku tuossa osa vielä ellää." Otollisin tilanne on silloin, kun sattuu olemaan saman lajin edustajia vielä elossa. Silloin mielikuvan synnyttäminen käy kaikkein vähäisimmällä vaivalla. Asioihin kiinnitetään huomiota myyjän toimesta, jolloin pienet yksittäiset asiat dramatisoivat tuoreuteen liittyvän arvojärjestelmän näkyväksi asiakkaalle. Asiakas tekee päätöksensä ja valitsee haluamansa kalan mahdolliseen jatkokäsittelyyn.

Tuoreen kalan hakemiseen liittyy myös asiakkaiden aikaisuus. Elävä kala on osalle ainoa oikea. Elävän kalan myyminen on tosin eläinsuojelulain mukaan kielletty, koska maalla tapahtuva tukehtumiskuolema ei täytä lain vaatimusta nopeasta kuolemasta ja veren laskusta (Kuopion kaupungin Ympäristökeskuksen tarkastuspöytäkirja). Osa asiakkaista moittii elävien kalojen myynnistä, mutta erityisesti vanhalle asiakaskunnalle on tärkeää nähdä kalan elävän. Mielienkiintoinen elävän kalan tuominen myyntiin on sikäli, että kalan lihan maukkaus ja laatu säilyisivät paremmin, jos kaloista päästettäisiin veret heti pyynnin jälkeen. Vanha tapa elävästä kalasta on kuitenkin vielä dominoiva tuoreuden määrittelyssä, joten kalat tuodaan mahdollisimman pian, että edes pyrstö vielä hieman värisisi niitä tiskiä asetellessa. Kalan verestäminen ja siivoaminen, ennen asiakkaan pyyntöä aiheuttaa asiakkaissa joskus epäilyksiä kalan tuoreudesta, koska heidän mielestään on pyritty piilottamaan ulkoisia tuntomerkkejä kalan tuoreudesta. Perkaamiseen liittyy myös epäily muikun tuoreudesta. Erityisesti muikun, mutta myös muidenkin kalojen jäykkyys on yksi tuoreuden kriteeri, mutta kalan siivouksen myötä se "häviää". Käsityksessä aikaisesta kalan ostosta yhdistyy erikoisella tavalla myös käsitys kalojen nopeasta pilaantumisesta, mutta myös toisaalta vanhojen käytäntöjen pohjalta muodostunut tapa. Nopea pilaantuminen on sinänsä itsestään selvä. Jos uskoo, että kala pilaantuu kahdessa tunnissa, vaikka se olisi jäissä, ei aikaisuus kalakaupassa tarvitse tulkintaa. Tuoretta on saatava ja siksi oltava ajoissa liikkeellä. Vanhaan tapaan liittyy puolestaan se, että aikaisemmin kalat kuljetettiin puulaatikoissa, joihin mahtui enemmän kalaa (nykyiset styrokslaatikot täytetään 10 kilolla muikkuja). Osalla kalastajista ja kalojen kuljettajista oli tapana täyttää suuret laatikot liian täyteen eli yli 10 kilon, jos toiseen laatikkoon ei olisi jäänyt kuin "muutama sopankiertä-



Muikut nostetaan metallisella kauhalla astiaan punnitusta varten. (Kuva: Erkkä Pehkonen)



Lopullinen punninta tapahtuu paperin päällä, että tuloksesta saadaan mahdollisimman tarkka. (Kuva: Erkkä Pehkonen)

jä". Eli päällä olevien kalojen liian suuren painon alla pohjimmaisat kalat murskautuivat. Ensimmäiset kalat olivat paremmin säilyneitä ja kovia. Näin ollen aamuvirkut asiakkaat saivat parhaanlaatuiset kalat.

Järvi- ja merikala - hyvät ja huonot

Järvikala on kalahallissa suositumpaa kuin merikala. Toisaalta kalahallissa on myös selkeitä käsityksiä sen suhteen, missä järvessä on parempaa kalaa kuin toisessa. Yleensä nämä selitykset eivät sisällä sen suurempia perusteita. Ne ovat perinnettä, joka määrittää huonoa ja hyvää suhteessa toisiinsa. Käsitykset hyvästä pohjaavat asioihin, jotka eivät aina ole edes perusteltuja. Esimerkiksi kalan jäykkyys on merkki siitä, että se on kuollut jo jonkin aikaa sitten, mutta silti se on elävyyden ohella yksi tuoreuden kriteeri. Arjessa ihmisen toimia määrittää reilu määrä tietoa, jota ei voi omakohtaisesti testata, mutta jota ei voi sanoa suoralta kädeltä vääräksiään (Virtanen1994, 88). Tieto on ajassa ja paikassa muuttuvaa perinnettä ja ihmisellä on tapana toimia parhaan tietonsa mukaan. Esimerkiksi Oulujärven kalaa ei ole aikaisemmin pidetty hyvänä, mutta nykyään se on oikein suosittua. Uskomusten taustalla on joissain tapauksissa aikaisempina vuosikymmeninä tapahtuneet saastepäästöt ja kalakuolemat. Toisaalta paikallistuntemuksen mukanaan tuoma tieto vaikuttaa esimerkiksi tapauksissa, joissa jonkun järven tiedetään olevan matala tai rehevöitynyt. Tällaisten järvien kaloja ei pidetä hyvinä. Hyvät kalajärvet ovat kalahallin asiakkaiden mielestä syviä.

E: Mitenkäs sitten kun jotkut väittää, että eri makusta kallaa on eri järvissä? Onkos siinä mittään perrää?

H: On siinä, kyllä se on. Se vesi nähtävästi tekköo sen. Minä en ennen, se oli joskus [19]60-luvun alussa, minä en oikein tuohon ottanut kantaa sillon, mutta minä mänin käymään isäukon luona Sukevalle ja tuota kävin tuota Kajaanissa ja ostin Oulujärven muikkua. Niin tuota syyväänpäs muikkukeitto, niinkun syötiinkii. Minä sanoin, että nyt pittää sannoo, että kyllä on ihan er näkönen, makunen kala ku Kallavein. Kyllä ol, kyllä pittää [sannoo], että oli niin pahan makunen se muikkukeitto, että. Mutta se on Oulujärvelläkkii, että mistä se on otettu, jos se sieltä kaupungin lähistöltä otettu ja varsinkii, että sieltä tehtaan veit sattuu siihen niin, niin se alempana on kuulemma parempi. Oon minä sennii jäläkeen syöny, mutta en niin pahan makusta Oulujärven muikkua suanu ku sillon. - - Ja samahan se oli tässäkkii, ku sanovat, että Pohjos- Kallaveen muikku on ehottomasti parempaa kun Etelä-Kallaveen. Ja kyllä minä uskon sen. Tuossakii se on kato sillon, nythän tuo on muuttunu paljon,

kun on nuo puhistuslaitokset ja muut, mutta aikoinaan kun ei ollu mitään puhistuslaitoksia, ne mäni kaikki ihan puhistamattomina nuo veet tuonne, niin se muutti varmasti paljon tätä ja Pohjos-Kallaveellähän ei ollu mittään. Virtaukset kävi sieltä tänne päin. (M1, 6.)

On myös järviä, joiden kalat ovat väriltään vaaleampia kuin toisten järvien. Tummempien kalojen suosio on suurempi kuin vaaleiden kalojen. Tämä liittyy käsitykseen kalan vaalenemisesta sen vanhentuessa.

Väriin merkitys kalan ostossa tulee parhaiten verratessa meri- ja järvikaloja. Merikalan halveksiminen ja järvikalan suosiminen määrittävät pitkälti värien kautta. Tämä puolestaan liittyy laajemmin värien merkityksiin tuoreuden ja pilaantuneen tuotteen välillä. Hyvän esimerkin asiasta antaa merilohen myynti. Kesäisin lohien myynti nousee jonkin verran ja kirjolohen ohella norjalainen merilohi on suosittua. Kesäisin tarjolla on joskus myös länsirannikolta pyydettyä vapaana kasvanutta kotimaista merilohia, mutta sitä ihmiset eivät ole halukkaita ostamaan. Merilohi on suurissa verkkoaltaissa kasvatettua "kassilohia", ulkomaa-laista ja merikalaa, joka puhuisi helposti sen epäsuosittavuuden puolesta, kun vertaa muihin kaloihin. Miksi norjalainen merilohi eli "norski" on kuitenkin reilusti suositumpaa kuin kotimainen merilohi? Tämä liittyy nimenomaan tuoreuden määrittelyyn. Järvikalaa pidetään tuoreena, koska se on lähialueelta. Järvikalan tuoreuden määrittelyyn puolestaan liittyy se, että se on tumma väriltään. Merikalaa puolestaan pidetään perinteisesti huonompana, koska se on kaukaa tullutta ja nopeasti pilaantuva raaka-aine. Merikalan väri on myös pääsääntöisesti jonkin verran vaaleampi kuin saman lajin edustajien järvissä. Kalan tuoreus liitetään värien vahvuuteen, esimerkiksi kiduksien täytyy olla kirkkaan punaiset ja kylkien tummat, ilman hyytynyttä limakerrosta. Vaalea väri merkitsee kalassa pilaantumista. Norjalainen lohi on lihaltaan erittäin punaista ja sen tumma selkä säilyttää värinsä nykyaikaisten hyvien kuljetusmenetelmien avulla Suomessakin vielä useita päiviä. Vaikka se on merikalaa, sen ulkoiset piirteet vastaavat järvikalojen ulkonäön kautta muodostuneita käsityksiä tuoreesta kalasta eli vahvoista väreistä. Kotimainen villilohi on puolestaan melko vaalean suomupeitteen omaava, jos vertaa nojanloheen. Ulkoisia seikkoja vielä enemmän tuotteen "vanhaksi" määrittävä tekijä on lihan väri. Kotimaisen lohien ruokavalio koostuu pitkälti silakasta ja sen liha on enemmän keltaista kuin punaista. Lohelle lihan punaisuus merkitsee vielä erityisen paljon, koska lohi on totuttu näkemään pu-

nalihaisena, johtuen kasvatetun lohien hegemoniasta markkinoilla. Kalatiskaista tutuin, kasvatettu kirjolohi saa ravintonsa mukana lihan punaiseen väriin vahvistavasti vaikuttavia ainesosia. Kotimainen vaalea lohi on siis malliesimerkki merikalasta vaaleine lihoineen, joka mielletään auttamattomasti huonommaksi ja pilaantuneemmaksi kuin "järvikalalan statuksen" ulkoisten ominaisuuksien puolesta saanut norjalainen merilohi.

Värien vaikutus näkyy myös muiden tuotteiden myynnissä. Esimerkiksi lohifileitä leikatessa tiskiin ei laiteta niiden kalojen fileitä, joiden liha on jostain syystä vaalea, vaan ne lähetetään savustettavaksi eli saamaan "väriä pintaan". Toisaalta värien vaikutus näkyy jopa savustettujen kalojen myynnissä. Vaaleaa ei osteta mielellään, koska sitä epäillään pilaantuneeksi tai raa`aksi. Värien merkitys nousee niin voimakkaaksi, että joskus myyjien keskuudessa naureskellaan sille, miten hallissa myydään vain väriä. Kalan arvostukseen liittyy myös se, onko se villinä kasvanutta vai kasvatettua. Villinä kasvanutta pidetään jonkin verran parempana. Joillekin kasvatetun kalan ostaminen on vastoin heidän periaatteitaan, mutta näitä henkilöitä on asiakaskunnassa vähän.

Kalan hyväksi tekevä määritelmä liittyy siis paikallisen ympäristön muodostamiin ajatuskategorioihin hyvästä kalasta. Mary Douglasin (2000) mukaan saastaisuuden uhka tulee esille vallitsevien ajatuskategorioiden tullessa uhatuksi. Saastaisuus ja lika ovat kategoriat sekoittavia elementtejä, joissa saastuminen syntyy muodon sitä ympäröivän muodottomuuden vuorovaikutuksesta. Esimerkiksi lika on jokin asia paikassa, jossa sen ei kuuluisi olla (Douglas 2000, 47, 165.) Voidaan ajatella, että kalahallissa ilmenevät tuoreutta koskevat ajatuskategoriat joutuvat uhatuksi silloin, kun siellä on kyseiseen kategoriaan sopimattomia tuotteita. Nämä tuotteet ovat saastuneita eli tässä tapauksessa pilaantuneita tai muuten huonoja kaloja. Kalahallin kala ajatellaan tuoreeksi ja hyväksi nimenomaan läheisyyden illuusion ja peittelemättömältä näyttävän myyntitoiminnan kautta. Kala tulee tosin usein kaukaa ja asiakkailta ei ole mitään tietoa siitä, miten pitkään myyjät ovat kaloja varastossa säilyttäneet tai suunnitelleet muuten omia myyntistrategioitaan. Tuoreus on kuitenkin jotain sellaista, joka määrittää suhdetta huonoon, joka on asiakkaiden puheissa useimmiten marketit. Käsittelem seuraavassa tuoreutta moraalisenä käsitteenä.

Moraalinen tulkinta

Tuoreus on ruokatarvikkeeseen liitetty ennakko-odotus, joka korostuu sellaisissa tuotteissa, joiden pilaantuvuus on helpompaa kuin toisissa. Tuoreus ei kuitenkaan ole vain tuoreutta, vaan se on ostopäätökseen vaikuttava syvälinen merkitys ja toimintaa ohjaava tekijä. Kalahallissa tuoreuden merkitys on erittäin suuri. Sen symbolinen merkitys on ruuan ja sen hankinnan moraalinen valinta-peruste. Haastattelujen yhteydessä yleisimmäksi syyksi kalahallissa asioimiseen liitettiin nimenomaan tuotteiden tuoreus. Vertaus tapahtui useimmiten viime vuosikymmeninä kaupungin laiduille ilmestyneisiin auto- eli suurmarketteihin, joiden kalatuotteiden tuoreudesta useat asiakkaat eivät olleet varmoja. Epäilyksiä herätti se, miten pitkään ne ovat olleet pakattuina ennen myyntiä. Tavallaan he eivät omanneet markettien tausta-alueen tietoa, jota kalahallista voi pyrkiä henkilökohtaisella kontaktilla urkkimaan tai jopa todistaa tuoreuden näkemällä kalastajien saapumisen kalojen kanssa halliin. Tekemissäni kysymyksissä mainitsin suur- tai iso marketti sanan ja osittain voi ajatella, että haastateltavat valitsivat vastauksissaan tietynlaisen vastakkainasettelun kalahallin ja markettien välillä sen vuoksi. Toisaalta tuoreuteen ja palveluun liittyvissä asioissa kalahalli tuli luontaisesti esille ilman minkään vertailukohdan valmistamista esittämistä. Vertailu tuli oikeastaan vasta myöhemmin, kun ensin oli jo selitetty kalahallin merkityksiä.

E: Aivan. Sitten vähän tähän kalahalliin liittyviä kysymyksiä - - Onko jotain semmosta niinku, mikä tekee niinku kalahallista kalahallin? Mitä täällä on tyypillistä?

H: Täällä on aina muihi kauppoihi nähden kalaa esitteillä eri lajeja ja isoja määriä. Se on nyt selvä ero. Ja sit se on, sit ainakii tuntuu siltä, että se on aina tuoretta minkä kalahallista ostaa. (A2, 3.)

Vastaus saattoi olla myös suoraviivainen kannanotto kalahallin ja muiden liikkeiden väliseen eroon.

E: No mikäs merkitys kalahallilla on teille?

H: No hyvinnii suur merkitys. Sua hyvät tuoreet kalat. Ehottomasti. - - jos tuo viimenennii kauppa loppuu niin sitten tästä ei tule ennee mittään. Liikkeissä on sitä sun tätä mitä saa. (A3, 3.)

Erityisen selvästi moraaliseen tulkintaani johtaneet johtolangat tulevat esille,

kun kysyin markettien vaikutuksia ostopäätöksiin.

H: Kyllä se vaikuttaa varmasti semmosii, joilla auto on. Vaikka me kaupungissa sanotaan, että ostetaan luomuu, mutta se hinta kuitenkin merkitsee. Ostetaan halvempaa. Se on ihan niinku ku hammarharjan käytössä valehellaan, että kahen kuukauven välein vaihetaan. Kerran vuodessa kuitenkin sitten tutkimusten mukkaan vaihdetaan sitä harjaa. Ihmiset puhuu toista kun ne tekee. Se on ikävä homma. (A5, 5.)

H: No, tota mun ostopäätöksiin ei vaikuta, koska tuota mä vältän mahdollisimman paljon kaikennäköisiä marketteja, että mä käyn mieluummin pienissä liikkeissä, ja tulen aina kalaostoksille. Mutta olen kyllä vakuuttunut, että monet ihmiset niin, ostaa kalat sitten niin kalat sieltä mistä muutkin tavarat. (A8, 5.)

Kuten ensimmäisestä esimerkistä voi lukea, on luomun (lue kalan osto kalahallista) osto moraalinen asia. Kaksinaismoraaliin viitaten asiakas tuo ilmi käsityksensä tilanteesta, joka vallitsee, mutta ilmeisesti ei hänen mielestään pitäisi valita. Ihmiset eivät kyseisen mielipiteen mukaan kauniista puheista huolimatta käytä rahojaan kestäväkehityksen periaatteita noudattavaan tuotantomuotoon ja niiden tuotteiden ostamiseen. Rivien välistä voi lukea, että kalahallissa käynti taas on asiakkaan mielestä oikein.

E: Aivan. Mitäs mieltä olette sitten tästä kalan merkityksestä nykyajan ruokakulttuurissa?

H: Joo, minusta se on ihan mukava. Meillä on täällä Kuopiossa ja minähän asun muualla paljon, niin vertailun vuoksi, kyllä täällä on hyvin ammattimainen tuo käsittely ja lajit on ihan mukavia tuota. Se on tuo noiden noissa marketeissa [muminaa] Niinkun sanottu, jos vaan on tilaisuus niin tuossa torilta käyn ostamassa, että tääkin vähänen pysyy. Että niillä menekkiä on sitten. Eihän se paljon ole, mutta lisänä rikka rokassa ja hämähäkki taikinassa. (A6, 2.)

Edellisessä tulee ilmi mielenkiintoisella tavalla myös se, että kalahalli koetaan myös jollain tavalla paikaksi, josta ostaminen koetaan kenties kulttuurin tai jonkin muun syyn takia puolustamisen arvoiseksi. Halutaan säilyttää kalahalli toimintoineen. Tämä tekee kalahallin valinnan yhä enemmän moraalisesti värityneeksi toiminnaksi. Kalahallista ostamista määrittää muutkin vahvat toimintaa ohjaavat tekijät, kuin pelkästään se, että siellä myydään sattumoisin kalaa, jota asiakkaan mieli tekee. Kalaahan saisi muualtakin.

si. Pilaantuneessa tuotteessa kalan "oikee" maku on taatusti poissa.

Kalan leikkaaminen ja siivoaminen, sekä kalatietämys ovat ilmeisimmät kompetenssiesitykset, joita myyjät tuovat julki. Useimmat asiakkaatkin kehuvat ja antavat arvoa myyjien näppäryydelle ja tietämykselle. Myyjien reagointi kehuihin on puolestaan omia taitoja väheksyvä. Arvo annetaan välineille, joihin asiakkaidenkin arvostus usein kohdistuu. Myyjät vastailevat olevansa vasta harjoitusvaiheessa tai keltanokkia todellisiin ammattilaisiin nähden, ketä nämä "todelliset" ammattilaiset sitten ovatkaan.

Kalahallissa myymiseen ja leikkaamiseen liittyvät toimenpiteet ovat julkisia. Kalahallissa ei ole työntekoon liittyvää jatkuvaa tausta-aluetta, josta valmiit tuotteet tuodaan nähtäväksi ja myyntiin. Koska tausta-aluetta ei ole saattaa syntyä tilanteita, joissa asiakas alkaa esiintyä ammattitaitoisempana kuin itse myyjä ja saattaa neuvoa tätä toimissaan. (Goffman 1971, 126-128.) Tämä liittyy näkyvien toimien tiedolliseen julkisuuteen, jossa myyjän toimet joutuvat ulkopuolisen kritiikin kohteeksi. Joskus asiakas saattaa ottaa kantaa myös tausta-alueen tiedolliseen puoleen, josta hänellä ei ole tietoa, esimerkiksi tuotteiden tuoreus tai muu laatu. Goffman (1971, 162) käyttää tällaisen roolin omaksuneesta henkilöstä nimitystä isottelija. Kalahallissa isottelijoiden tyypillisimmät moitteet koskevat myyjien leikkaamiseen liittyvää ammattitaitoa tai toisaalta myyjien kala tietämystä. Leikkaamisen yhteydessä ruotoon saattaa heidän mielestään jäädä enemmän lihaa kuin hänellä itsellään tai toiminta on muuten hidasta tai huonoa. Vertaus tapahtuu siis usein itseen, jolloin voi ajatella, että isottelija pyrkii murtamaan myyjien keskinäisen informaatiomuurin, joka suojaa heidän keskenänsä jakamaa tietoa myyntiin ja kalahalliin liittyvissä asioissa. Vertaus itseen on kuin väite, "Minä tiedän paremmin". Myyjien uskottavuus joutuu koetukselle, jota myyjät eivät pidä oikeutettuna. Isottelijan roolin omaksuminen saattaakin olla vain eräänlainen strategia havitella tietoa, joka ei ole tarkoitettu muille. Toisaalta ei ole epäilystäkään etteikö inhimillisellä tyhmyydellä, välinpitämättömyydellä tai ylimielisyydellä olisi osansa arjen isottelijoiden toimissa. Mielenkiintoista on, että isottelijat käyttävät kerta toisensa jälkeen leikkaamispalvelua hyväkseen. Myyjien keskuudessa tämä herättää usein ihmetystä, miksi he eivät leikkaa itse kallojaan, jos sen paremmin taitavat.

Ammattitaito on tärkeä osa myös myyjien keskinäistä kanssakäymistä. Asian tärkeys tuli mielenkiintoisella tavalla esille tilanteessa, jossa kenttätöideni vaiheessa vahingossa kyseenalaistin työkaverini ammattitaitoa. Kyseessä oli muikkujen paketoiminen. Yhteen paperiin pitäisi saada käärittyä mahdollisimman paljon tavaraa. Se on tavallaan osoitus näppäryydestä ja ammattitaidosta, koska alussa pienikin määrä kaloja lipsahtelee ulos paketista ja paperia tarvitaan enemmän kuin harjaantuneelta kalojen käsittelijältä.

- - [työkaverit] väittivät, että yhteen paperiin pystyy käärimään kolme kiloa muikkuja (itselleni jo kaksi kiloa tuottaa erinomaisia vaikeuksia).[työkaverit] alkoivat uhoamaan, että varmasti pystyy laittamaan, kun sanoin etten usko. Tavallaan kyseenalaisti heidän ammattitaitonsa ja tietämyksensä, mikä tuli spontaanisti ilman provosoinnin tarvetta. [työkaveri] otti kipun [muikkujen käsittelyssä käytettävä astia] käteensä ja alkoi lappamaan siihen kolme kiloa muikkuja ja sen jälkeen alkoi näyttämään miten paketin teko onnistuu. Paketti ei onnistunut. Tämän episodin jälkeen en voinut olla naureskelmatta, mikä ilmeisesti epäilyksen ohella aiheutti sen, että [työkaverit] alkoivat yhdessä pilkata minua. Olin ilmeisesti rikkonut jotain näkymätöntä hierarkista järjestystä, joka täytyi palauttaa ennalleen minua alentamalla. [toinen työkaveri] haukkui minua kädeksi [avuttomaksi] ja ei oikein muuta keksinytkään ja [toinen työkaveri] alkoi sanoilla, että minä olen välillä ajatuksissani, "Semmosissa opiskelu aatoksissa". He sanailivat aikansa, vieläkin siitä, että en saa muikkuja pakettiin tarpeeksi yhteen paperiin. Yritin olla noteeraamatta tilannetta, mutta en jaksanut kuunnella vittuilua ja kysyin johtaako tämä mihinkään. Kun he huomasivat että ärsyynnyin, he lopettivat ja kaikki oli taas ennallaan - - (KP, 40.)

Ammattitaito on myyjien keskinäisessä kanssakäymisessä asia, johon ei saa puuttua. Jos epäilee toisen taitoja julkisesti, joutuu itse kurinpitotoimien kohteeksi, koska ryhmän kokonaisvaltainen päämäärä tulee kyseenalaistetuksi. Ammattitaito on tärkein mielikuva, joka halutaan antaa ja siihen liian kyynisesti tai väärin suhtautuva sisäryhmäläinen täytyy ryhmäkurin avulla palauttaa takaisin oikeaan kehykseen. Ryhmän sisäisen koheesion säilyttämiseksi on tärkeää, että sisäinen ja ulospäin suuntautuva viesti ei johda linjarikkoon viestintään, jonka seurauksena luodut mielikuvat sekoittuvat tietoon, joka ei ole tarkoitettu esiin nousevaksi. Toisaalta tilanteessa paljastuu myös yhteinen moraalinen vaatimus toisen kunnioittamiseen sekä se, että minulla, eli väliaikaisella työntekijällä, joka olen hierarkiassa hieman alempana vakinaista, ei ole oikeutta arvostella ylempänä olevaa.

Kalahallin palvelu ja joitain siinä tapahtuneita muutoksia

Tässä alaluvun alaluvussa käyttämäni määritelmät ajasta ovat melko epätarkkoja, mutta niistä voidaan sanoa kuitenkin seuraavaa. Kun puhun ajasta *aikaisemmin*, tarkoitan sillä aikaa ennen 1990-lukua, eli aikajaksoa noin 1950-1990 ja puhuessani *nykyisyydestä*, se tarkoittaa aikaa 1990-luvulla ja sen jälkeen. Kalahalliin liitetty mielikuva palvelusta ei ole kovin vanhaa perua. Vielä 1980-luvulla ei ollut itsestään selvyyttä, että kalat siivottaisiin automaattisesti asiakkaalle mukaan. Oikeastaan kalojen käsittelystä on tullut taidonnäyte ja kalahallille ominainen piirre vasta 1990-luvun aikana. Aikaisemmin kalat siivottiin ainoastaan sitä todella tarvitsevalle. Siivoaminen oli vahvemmin avunantoa kuin puhdasta palvelua. Toisaalta ihmiset eivät aikaisemmin edes pyytäneet tai halunneet kyseistä palvelua.

E: Mitä luulet, että onko, laittoko enne ihmiset perkilliko tietysti kotona sitten? Ne osas heti sen [perkaamisen]?

H: Ite. Ne osas. Tämä nykyajan ihminen on semmonen, että ensikskää se ei ossoo ja toiseksee se ei kehtaa. Ei ne osaa. Tuossa oli yks kalanmyöjä pari vuotta sitten, semmonen parikymppinen tyttö, joka oli, jonka mummo oli ammattikalastaja, niin sano, että en minä ossaa perata muikkuja. Minä sanon, että ei oo mummo osana hoitaa leiviskääsä ihan oikein tuossa. Että pitäshän se kauppiaanosata perata muikkua. Mutta ne osti sen pyöreenä [ainakin vielä 1980-luvulla kun haastateltava oli vielä töissä kalahallissa]. Että se oli joku vanhus, joskus saatto tehdä sen, että se kysy, että ottasitko suolet pois tuosta kalasta. Mutta se oli vaan, että sattuko joka päivällekkääntämmöstä, mutta nykysin ei osta pyöreenä kukkaan. Kyllä se on suomustettava ja suolistettava ja vileerattava ja niille on nyt vaikka sun helevettä tehtävä, että ei minun hermot pitäs sitä. (M1, 3.)

E: Sillon tuota, siivosittekos työ kaloja ihmisten mukkaan?

H: Kyllä kyllä siivottiin. Sillon ol jo semmosta se. Se ol aika vaikeeta. Siinä mielessä, ku ruppee siivomaan, niin kohta tulloo asiakas, niin aina ruppee niitä käsiä pesemään. eikä sillon pietty nuita käsi-
neitä, niinku ne nyt näkky pitävän.

E: Ei pietty kumikäsineitä?

H: Ei, ei pietty. Kyllä, ne käit tahto aivan karkeeks männä, kun se tuo kala kuivattaa. Ja piti hirveesti niitä rasvata.

E: Mikä on sinun mielikuva. Onko se nytten kuitenkin niinku lisääntynyt tuo kalan siivous vai?

H: On se lissäytyny ehken. Kato eihä issoo kalloo harvemmin pyytivät [siivoamaan], että semmoset vanhat ihmiset, joilla ei käit ennee pelannu, että sanovat, että on kipeet, että semmosille siivottiin, mutta vähempi tätä issoo kalloo kaikkee. Muikkua enenmpikkii ja

tietysti ravintoloihin, kun ne kato isoja eriä otti.

E: Teittekö työtä filettä silloin?

H: Ei. Ei tehty, ku lohesta vuan. Lohesta tehtiin, mutta ei muusta kalasta.

E: Että tuommosta ei filetiskiä...?

H: Ei, ei, ei, ei...ollu, ihan ku kala tuommosena [kokonaisena myytiin]. (M2, 3)

Kuten viimeisestä esimerkeistä käy ilmi, ei isoja kaloja ole siivottu aikaisemmin asiakkaille. Pieniä kaloja, jotka tässä tapauksessa tarkoittavat muikkuja, on kyllä siivottu. Kalojen siivoaminen ei ole ollut niin vastenmielistä ihmisille ja ilmeisesti he olivat tottuneet käsittelemään kalaa luontevammin kuin nykyään. Tosin mitään ehdottomia johtopäätöksiä ei tämän aineiston myötä pysty vetämään, koska huomioon täytyy ottaa se, että ennen perkaamis- ja leikkaamispalvelua ei tarjottu. Kalahalli ei profiloitunut palveluun käsittelyn mielessä niin paljon, vaan se oli yksinkertaisesti ainoa paikka torin lisäksi, jossa kalaa myytiin. Tuotteiden käsittelyn lisääntymisessä ja sitä kautta pyrkimyksessä parantaa palvelua, muutos aikaisempaan on esimerkiksi se, että aikaisemmin ainoastaan lohesta on tehty fileitä. Nykyään hauesta, ahvenesta, kuhasta, siiasta, joskus jopa maateesta tehdään fileitä. Asiasta voidaan tehdä ainakin kahdenlaisia johtopäätöksiä. Ensiksikin voi pohtia fileiden kysynnästä johtuen ruokakulttuurin muutosta. Nykyään halutaan helposti valmistettavaa ruokaa, jota file nimenomaan edustaa. Fileitä ei tarvitse kotona käsitellä muuten kuin laittaa pannulle, uuniin tai miten kukin haluaa. Ruoassa korostuu nopeus ja helppous, jotka liitetään kriittisissä tulkinnoissa usein nykypäivän länsimaisen kulttuurin ominaispiirteisiin. Toinen näkökulma antaa viitteen siitä, että ruoan valmistusprosessit ovat muuttuneet. Nykyään ei enää hallita raaka-aineiden käsittelyyn liittyviä tekniikoita. Tähän liittyy myös usein esitetty näkemys siitä, miksi kalahallissa ei käy kuin vanhoja ihmisiä asiakkaina. Asiaan liittyy tietynlainen paheksunta, jossa kalan käsittelyn taidosta ja kalan syömisestä tulee arvostettava asia.

E: No, mitenkäs, ootko kiinnittänyt huomiota, että kun tässä on aika vanhoja tai vanha asiakaskunta, niin onko sit silleen, että nuoria ei tunnu niin paljon tää kalan syönti kiinnostavan?

H: Ilmeisesti se, eivät ossaa laittaa kallaa ruuaksi, siitä se on hyvin pitkälti kiinni. Mieti, ku suu söis, mutta ku käsi on ku nippu kyrpiä saatana. Ei siitä mittään tuu silloin. (TK2, 5.)

Nykyään kalahalli profiloituu toisin. Se on nimenomaan henkilökohtaisen palve-

lun, joka käsittää tietenkin myös kalojen käsittelyn asiakkaan pyynnöstä, paikka. Kilpailun myötä henkilökohtainen palvelu on tuoreuden ohella tärkein pesäeron tekijä kauppojen ja markettien kalatiskauihin. Sosiaalisuus on ollut ja on edelleen kalahallissa jonkinlainen leimaa-antava piirre, joka johtuu nimenomaan henkilökohtaisesta palvelusta. Joillekin vanhoille ihmisille kalahallin henkilökohtaisen palvelun myötä rakentuva sosiaalinen merkitys voi olla suurikin, jos heidän kontaktinsa ulkomaailmaan muodostuu enimmäkseen pankissa ja kaupoissa käynnin pohjalta. Jutustelu asiakkaiden kanssa on usein melko olennainen osa kaikkea toimintaa, mutta kalahallissakin muutos on sellaiseen suuntaan, että sosiaalinen kanssakäyminen jää hallin taloudellisen funktion varjoon.

E: Aivan. No mikäs merkitys teille on tällä kalahallilla?

H: No, en minä tiedä mikä merkitys on. Niinhä ne sanoo jokainen, että niin minä ainakii oon sitä mieltä. Että tämä on ykköspiste. Mihin tulet kun aamulla, kun nouset ylös niin, kierrän jotakii toista katua ja tulen kahtomaan kalahalliin ketä siellä on ja minkälaiset kalat on. Ja tää on semmosta merkitystä. Eikä nuo isot tavaratalot, en minä niihin tuppaudu ollenkaa. Kyllä minä täällä käyn ostoksilla ja täällä palvellaan, tuolla puolen palvellaan niin hyvin, että -- (A1, 5.)

E: Ootkos sitten, mikä on sinun mielestä semmosta tyypillistä kalahallissa asiakkaitten ja myyjien välisessä kanssakäymisessä?

H: Se on se sanan vaihto periaatteessa. Että sitä höpötetään niille mummoille, ku ne mummot tykkää ku niille jauhettaan. Sen takiahan ne tulee tänne. Sitten markettii ne ei niin lähe, kun siellä ei myyjillä oo niin aikaa höpöttää niille. Sen takia ne täällä sitten lonnii, eikä osta mittää. (TK2, 2.)

Palvelun merkitys on kalahallissa siis suuri. Vaikka kalan käsittely taidonnäytteenä on olennainen osa näytelmää, jossa kala siirtyy asiakkaalle, on sen merkitys vähäisempi kuin sosiaalinen merkitys, joka muodostuu ihmisten kanssakäymisen kautta. Julkituotu taidonnäyte kalan käsittelystä merkitsee käytännön tasoa, tilanteen haltuunottoa sekä ammattitaitoon ja uskottavuuteen liittyvien mielikuvien luomista. Varsinainen palvelu tarkoittaa kommunikaatioita kahden ihmisen välillä, jolloin tietoa tuotteesta ja tilanteesta pystyy kontrolloimaan jollain tavalla kummankin osapuolen taholta. Kanssakäymisen seurauksena syntyy mielikuva omista mahdollisuuksista vaikuttaa omaan ostokseensa vahvemmin kuin silloin kun ostaa vakuumiin pakatun valmiin tuotteen, josta ei voi saada mitään ulkopuolista tietoa. Myyntitapahtumassa asiakas näyttölee aktiivisesti itsekin ja luo tilannetta, jossa tuote siirtyy täydellisesti hänen itsensä haltuun.

Tämän vastavuoroisuuden, tilanteessa tiedon hankinnan ja aktiivisuuden seurauksena kokonaisuudessaan, asiakas ikään kuin myy itse itselleen tuotteen jonka haluaa. Hän toteuttaa niitä kaupallisen kentän luomia mahdollisuuksia ja eettisiä, eli julkituotuja moraalisia näkemyksiä, jotka kokee oikeiksi. Tässä tilanteessa asiakas luo kulttuurillista minäänsä eli dramatisoi jälleen kerran yksilötasolla yhteisiä kulttuurillisia piirteitä.

Tinkiminen kalahallissa

Kalahallin esityksissä useimmiten pääosassa ovat myyjät, heidän pyrkiessään dramatisoidusti tuomaan julki ne merkitykset, jotka kalahallin liitetään. Tilanteet muodostuvat usein kuitenkin monimuotoisemmiksi ja arjen näytelmissä aktiiviseksi esittäjäryhmäksi nousevat myös asiakkaat, koska kalahallin näytelmät ovat myyjien ja asiakkaiden vuorovaikutuksesta syntyviä tapahtumia (Goffman 1971, 104-105). Kalahallin arjen näytelmissä tinkiminen on sellainen esitystapahtuma, jossa asiakas ottaa erittäin aktiivisen roolin. Tässä luvussa pohdin tinkimisen syvää merkitystä kalahallissa.

Tinkiminen on näytös, joka liittyy ostotapahtumaan. Yleensä tinkiminen on lyhyt tapahtuma, joka liittyy kalan valitsemis- tai maksutilanteeseen. Yleensä asiakas ihmettelee hinnan korkeutta ja yrittää tarjota maksuksi pienempää summaa kuin myyjä on pyytänyt. Usein vedotaan siihen, että "pittäähän sitä vakiasiakkaalle aina sen verran pyöristee." Vakioasiakkaat ovat tosin yleensä juuri niitä, jotka eivät tuotteista alennusta vaadi. Toinen keino on esimerkiksi se, kun myyjä on laittanut esimerkiksi 1,2 kiloa muikkuja pakettiin, ja asiakas on ennen sitä jo tilanteen hyväksynyt, alkaa maanittelu, että "Eikö se niin vähäne mäne ihan kilon hintaan?" Joskus tinkiminen on puolestaan hyvin äänetöntä. Esimerkiksi silloin kun asiakas alkaa etsimään rahapussistaan tarkoituksellisesti erittäin pitkään rahoja ja laskee ne myyjän käteen yksitellen ja samalla jokaisen kolikon jälkeen katselee myyjän eleitä ikään kuin tarkastaakseen, antaako myyjä jo periksi ja tuotteen pilkkahintaan. Asiakas siis yrittää luoda tilanteen, jossa myyjä hermostuu ja lähtee pois jo saamiensa rahojen kanssa. Yleensä tinkiminen on kuitenkin sanoihin perustuvaa toisen taivuttelua. Asiakkaan ja myyjän roolit ovat tilanteessa hieman eriarvoisissa tilanteissa, koska myyjän täytyy yrittää pitää

hyvän palvelun mielikuvaa yllä, kun taas asiakas voi asiakkuuteensa vedoten toimia hieman vapaammin, jopa myyjää ärsyttäen. Tinkimisessä myyjien kyvykyys asiakaspalvelijana punnitaan, koska liian ilmeinen suuttuminen rikkoisi mielikuvan hyvästä palvelusta ja johtaisi linjarikkoon viestintään, jonka seurauksena tilanne muuttuisi molemminpuolisesti ahdistavaksi ja turhauttavaksi.

Tinkiminen on siinä mielessä mielenkiintoinen asia, että se ei haastattelujen perusteella kuulu kalahalliin kuin yhden informantin mielestä, tosin hänestäkin vain leikkimielellä. Myöskään Oulussa tinkiminen ei kuulu asiakkaiden mielestä kauppahalliin (Kurttila & Pennanen 1992, 61). Oulun tilannetta on tässä tutkimuksessa vaikea verrata Kuopion kauppahalliin, mutta luulisin, että taustalla on ainakin osittain samoja tekijöitä, kuin seuravaksi esittämässäni näkökulmassa tinkimisestä. Kolmesta työkaverista taas kaksi koki tinkimisen yhdeksi ärsyttävimmistä piirteistä. Tinkimisen luonnetta kuvastaa mielestäni seuraava haastattelun pätkä, jossa tule esille jo tärkeä kahtiajako, jonka kautta lähdän analysoimaan tinkimistä.

E: No, mitäs mieltä sinä oot tinkimisestä?

H: No sitä niin vähän esiintyy, että ei se tuota, se on ihan hauskaa tuota, että joku joskus tinkii. Se on aika kilttiä, on se. Kyllähän sellasta hintavastarintaa esiintyy, että hinnoistahan urputetaan suhteellisen paljon. Niinko, se on kanssa yks niistä jotka joskus vähän ärsyttää, mutta tietystihän voi olla jonkun mielestä hinnat mitä ne on. Mutta minä tiijän mitä niitten pitäis olla. Ja asiakas vertaa sitä niinku ruokakaupan roiskeista lukee alimman hinnan ja vertaa sitten meillä, jossa varmaan on se toinen ääripää jo. Sitten voi sanoa, että OHO, ja sitten se niinku ärsyttää. - - Jos myyään niinku suht niinku semmosilla hinnoilla, mitkä ei ole halapoja ja sitten hyvää, niin varmaan ne hyväksytään. Mut jos nuilla hinnoilla myytäs huonoo, niin siitä kyllä sitten varmaan tulis palautetta ja kovasti. Semmonen se on ja kyllä siitä urputetaan ja jonkun verran käännytään takasinkii, annetaan ymmärtää, että johtuu hinnasta, mutta se voi johtua jostain muustakii. (TK 1, 4-5.)

Tinkiminen laajasti ymmärrettynä on siis hinnan pudotukseen ostotapahtumassa tähtäävää toimintaa. Toimintatavat vaihtelevat yksilön mieltymysten ja tarkeitusperien mukaan. Tarkemmin tinkimistä tarkasteltaessa voi huomata, että siinä on kaksi erilaisen merkityksen saavaa juonetta. Toinen merkitys on kilpailu toista vastaan, eli myyjä vastaa asiakas. Tämä kilpailu on leikkiä. Toinenkin on kilpailua, mutta siinä säännöt ovat erilaiset, koska siinä kohtaavat kala-

hallin kielipelin ulkoiset tekijät suhteessa sen sisäiseen arvomaailmaan.

Tinkiminen leikkinä

Kulttuurin määrittelemistä leikkiaineeksesta muodostuvaksi on aikoinaan yrittänyt Johan Huizinga (1967 [1938]) teoksessaan *Leikkivä ihminen*. Huizingan (1967, 242) mukaan kulttuuria leikitään keskinäisessä yhteisymmärryksessä sääntöjen mukaisesti.

Leikki on vapaaehtoista toimintaa ja askarointia, joka suoritetaan määrätyissä ajan ja paikan rajoissa vapaaehtoisesti hyväksytyjen, mutta ehdottomasti sitovien sääntöjen mukaan; se on oma tarkoituksensa, ja sitä seuraa jännityksen ja ilon tunne sekä tietoisuus jostakin, mikä on "toista" kuin "tavallinen elämä". (Huizinga 1967, 39.)

Huizingan varsin laajaan pohdintaan leikin merkityksestä ja olemuksesta kulttuurissa, on kiinnittänyt huomionsa myös Roger Caillois (1961) teoksessaan *Man, Play and Games*. Caillois (1961) määrittelee Huizingaa tarkemmin leikkien muotoja. Caillois jakaa leikit neljään kategoriaan *agôn*, *alea*, *mimicry* ja *ilinux*. *Agôn* leikit tai pelit ovat luonteeltaan aktiivisia paremmuus kilpailuja, jossa leikin innostavuus perustuu haluun saada valtaa kyseisellä osa-alueella näyttämällä paremmuutensa suhteessa toisiin esimerkiksi urheilu on helppo esimerkki tämän kategorian leikeistä. *Alea* on puolestaan onnenpeli, jossa on eliminoitu epätasa-arvoisuuteen liittyvät tekijät niin, että leikkijät ovat pelkästään onnen varassa esimerkiksi suomalaisillekin rakas lotto on hyvä esimerkki tästä muodosta. *Mimicry* taas käsittää näytelmällisiä ominaisuuksia käsittävät leikit, joissa matkimalla jotakin pyritään luomaan illuusio toisena olemisesta. Erilaiset naamioleikit lienevät yksinkertaisin esimerkki *mimicry* leikeistä. Viimeisenä leikin muotona on *ilinux*, joka tarkoittaa erilaisin keinoin, yleensä fyysisesti äärimmäisiltä näyttävillä keinoilla, huimapäisyyttä tai todellisuuden toisia tasoja tavoittelevaa leikkiä. *Ilinux* leikissä korostuu yksilön huimapäisyyden julkituonti, joten nykypäivänä suosittu extreme lajit ovat hyvä esimerkki niistä. (Caillois 1961, 15-26.)

Miksi tinkiminen on sitten leikkiä? Caillois (1961, 64) väittää, että todellisuus ja leikki eivät ole verrattavissa, vaikka ne muistuttaisivat toisiaan. Taustalla on

ajatus leikin puhtaasta olemuksesta pyyteettömänä ja vapaaehtoisena luovana toimintana, jossa sääntöjen keskinäinen kunnioitus on ehdoton. Toisin kuin se näyttää useimmiten kriittisesti ihmisen toimiin suhtautuvan silmissä olevan "reaalimaailmassa". Itse ajattelen leikin enemmän Huizingalaisittain laajempänä kokonaisuudessaan kulttuurissa vaikuttavana asiana, mutta kuitenkin niin, että varsinainen asioiden leikkiluonne on usein luettavissa nimenomaan toiminnan muodoista, mutta asian merkitys on jotain muuta kuin leikki. Ainakin silloin kun sääntöjen rikkominen on jatkuvaa tai niiden määrittelyminen vaikeaa. Tulevassa käyn läpi tinkimisen leikkiluonnetta.

Tinkiminen on muodoltaan selvästi leikin omaista toimintaa. Siinä myyjän ja asiakkaan välinen suullinen kamppailu on esitys, jossa kumpikin pyrkii olemaan vahvemmassa suhteessa toiseen. Tinkiminen voisi olla eräänlainen agôn peli. Puhdas tinkiminen vetoaa ainoastaan sanallisen ja taivuttelun keinoihin tai nokkeluuteen. Tämä nokkeluus määrittyy kalahallin sisäisten sääntöjen mukaan, jossa peruste tinkimiselle on spontaani tapahtuma ilman kalahallin tiedollisen ja moraalisen säännöstön rikkomista. Tällainen tapahtuma tapahtuu hymyssä suin ja viitaten edellä olleeseen tekstin pätkään, "se on ihan hauskaa" kaikkien tinkimiseen osallistuvien mielestä. Puhtaan tinkimisen luonteeseen kuuluu siis jonkinlainen vapaaehtoisuus ja tilanteen mielekkyyden ylläpitäminen. Toisaalta tinkiminen ei ole nykyään Suomessa kovinkaan yleistä. Toisin sanoen tinkiminen on jotain sellaista, ettei se kuulu arjen elämään tavallisesti. Huizingan määrittelystä poiketen mielestäni on tärkeää huomata, että kysymyksessä on nimenomaan arkeen kuuluva asia, mutta se ei esiinny jokaisessa tilanteessa. Tavallaan leikki onkin arkisimman asian toteutumista totunnaisesta hieman poikkeavalla tavalla esimerkiksi lapsen syöttäminen lautaselta, jolla on sarjakuvahahmo voi muuttaa arkisen syömisestä jännittäväksi löytämisleikiksi. Vertauksen voisi tehdä myös normaaliin ruokatavaroiden ostamiseen, jossa kauppoissa ei pääsääntöisesti ole tinkimisen varaa, eikä ihmistä, jonka kanssa hinnasta ylipäättään voisi tinkiä. Tinkiminen tuottaa myös ilon tunteita ja jännitystä siinä mielessä, että tinkimisen seurauksena on mahdollista saada ostamastaan tuotteesta pieni alennus, eli voittaa rahallisesti, joka on kuitenkin vain osoitus kyvystä suostutella. Iloa voi tuottaa myös toisen ihmisen kanssa kommunikointi. Tinkiminen onkin nimenomaan kahden ihmisen välinen kisailutilanne, jossa leikkillisesti yritetään vakuuttaa toinen mielestään sopivan hinnan kannalle. Voittaja

on se, jonka määräämää hintaa lähemmäs jäädään. Tinkimisen leikkiluonteeseen kuuluu myös Cailloisin käyttämä käsite *ludus*, eli leikki sisältää yksilön potentiaalin joidenkin voimien tai lakien (esim. tuulen tai painovoiman) hallintaan ja sen tuomaan mielihyvään (Caillois 1961, 30-33). Tinkimisessä "hallittava" voima on markkinavoimat, eli tinkimisen kautta asiakas voi kuvitella pystyvänsä vaikuttamaan nykypäivänä "kasvottomiksi" kuvattuihin markkinavoimiin, jotka konkretisoituvat tinkimisessä. Yleensä, vertaus taas tavalliseen kauppaan, vaikuttamisen mahdollisuus puuttuu. Tinkiminen ylittää siis kalahallin rajat, mutta itse tapahtuma ei ylitä kalahallin ajatuskategorioiden rajoja, jotka määrittävät moraalialia ja arvoja.

Edellä esitetyn tulkinnan mukaista tinkimistä on harvoin. Tinkimistä ei nimittäin mielletä ainakaan enää nykyisin leikkimieleiseksi. Tinkiminen on Soinisen (1991, 20-21) mukaan perinteisesti kuulunut Kuopion torielämään ja on ollut yleistä, että tuotteita on maisteltu, haisteltu ja vertailtu keskenään, myös hintavertailut halvempiin paikkoihin ovat olleet yleisiä, esimerkiksi 1960-luvulla on ollut tapana verrata torin hintoja Helsingin halvempiin hintoihin. Aikaisemmin kauppiat eivät ole välittäneet tinkimisestä ja kaupankäynti on sujunut "lupsakassa huumorihengessä". Nykyään tinkimisen merkitys on muuttunut. Tinkiminen on hintavastarintaa eli hinnan alentamiseen tähtäävä toiminta ei liity pelkästään leikkiin, joka perustuu kalahallissa vallitsevaan moraaliseen ohjeistoon. Tämä tulee hyvin esille haastatteluissa, joissa asiakkaat eivät myönnä tinkivänsä tai pidä tinkimistä muutenkaan kalahalliin sopivana. Tinkiminen käsitetään nimenomaan hintavastarinnaksi, vaikka siitä puhutaan tinkimisenä. Hintavastarinta puolestaan rikkoisi niitä julkituotuja arvoja vastaan, jotka määrittävät asiakkaan kalahallissa asiointia sekä toisaalta asiakkaan ideaalin roolin esittämistä vastaan. Yleensä hintavastarintaa harrastava tekee vertauksensa hinnoissa joihinkin lähellä oleviin marketteihin. Marketteihin vetoaminen on kalahallissa vallitsevan säännösten puitteissa säännöt rikkovaa. Ensinnäkin marketit ovat todellinen uhka kalahallille, toisekseen marketit olivat ainakin haastattelujen perusteella vastapuoli kalahallille, jossa tuotteiden tuoreus saa moraalisen arvon. Marketit taas miellettiin epämääräisten kalatuotteiden myyjinä. Jos tinkimisen ja hintavastarinnan analysointia leikkinä jatketaan, voidaan todeta, että hintavastarinta on oikeastaan turmeltunutta leikkiä. Turmeltunut agôn leikki alkaa heti siellä missä ei ole tuomaria tai määrätty sääntöjä. Se etsii reiän moraalissa,

sosiaalisessa ja laillisessa systeemissä, jossa rajat ja käytännöt ovat verrattavissa toisiinsa (Caillois 1961, 46). Tinkiminen on ainakin nykyään useimmiten puhtaasti turmeltunutta leikkiä. Caillois kirjoittaa sääntöjen tai tuomarin puuttumisesta, mutta asian voi tulkita myös välinpitämättömyydeksi niitä kohtaan, koska sääntöjen rikkomisesta kalahallin tapauksessa ei ole uhkaa saada erityistä sanktiota. Suurin rangaistus voi olla tyly kohtelu myyjän osalta. Myyjät eivät voi hintavastarintaa sietää, koska hintavastarintaan liittyvät perustelut eivät kuulu kalahallin arvoihin. Tuotteen hinnan merkitys ei kalahallissa vallitsevan ajattelun mukaan pitäisi merkitä niin paljon, koska ajatuksellisesti kalahalli edustaa vastapainoa marketeille ja niiden liike ideoille. Toisaalta kumpaakin pohjimmiltaan yhdistävänä tekijänä, sekä kalahallia, että marketteja ajaa eteenpäin rahallisen voiton tavoittelu. Hintavastarinnassa on kysymyksessä sekä toiminnallinen, että kalahallin ajatuskategoriat eli toiminnan säännöt ylittävä turmeltunut leikki. Tilannetta ei helpota se, että kalahallin työntekijät mielellään allekirjoittavat kalahallia koskevat käsitykset toisenlaisesta, eli hyvän kalan myyntipaikasta verrattuna tavallisiin kauppoihin, mutta perustelevat turhautumistaan hintavastarintaan "Suomessa ei oo tapana tinkiä (lue, harjoittaa hintavastarintaa) ruokakaupassa." Saattaa tosin olla niin, että kalahalli mielletään asiakkaiden keskuudessa torikaupaksi, jossa tinkiminen on perinteisesti ollut hyväksytympää.

Kulttuuria voidaan ajatella kyllä leikittäväksi yhteisymmärryksessä ja yhteisten sääntöjen puitteissa (ks. Huizinga 1967, 242). Ne säännöt, joihin leikki pohjaa on puolestaan mielenkiintoinen kulttuurin tutkimuksen kannalta. Kalahallissa tinkimisen voi lyhyesti sanoa perustuvan niiden arvojen toteuttamiseen, jotka kalahallissa ja sen toimissa ovat läsnä. Hintavastarinta puolestaan rikkoo arvojärjestelmän tai ainakin kyseenalaistaa sen. Siinä koko kalahalli joutuu ikäänkuin kannanoton kohteeksi, jossa sen koko toiminta kyseenalaistetaan. Myyjät mieltävät usein asian vielä niin, että asiakkaat maksavat nimenomaan tuoreudesta (moraalinen perustelu) sekä palvelusta (kalahallin ominainen piirre verrattuna marketteihin). Puhuttaessa tinkimisestä, tarkoittaa se nykypäivänä nimenomaan hintavastarintaa ja sen vuoksi tinkimisellä on erittäin negatiivinen merkitys. Toisaalta tinkimiseen liittyy mielenkiintoisella tavalla myös perinne. Mieleen tulee, onko tinkimisestä perinteisestikään tykätty varsinaisesti, vai onko sitä silloinkin pidetty vain pelkkänä kiusana (toisin esim. Soininen 1991, 20-21).

Olisiko silloinkin hintavastarinta ollut kuvaavampi termi, mutta kaupankäynnin uhka liian kaukana esimerkiksi Helsingissä? Näihin kysymyksiin ei tässä tutkimuksessa ole edes tarkoitus yrittää antaa vastausta, koska mielenkiinto on keskittynyt nykyaikaan.

Salainen näytelmä myyjien kesken

Hierarkkinen ja moraalinen näytelmä

Näytelmät ja esitykset, joita kalahallissa näytellään eivät ole aina suunnattu varsinaiselle lihalliselle yleisölle. Yleisönä toimii silloin moraalit ja ne normit, joiden puitteissa kalahallin keskinäinen toiminta ja hierarkiat määrittyvät. Esityksissä dramatisoituu moraalin mukaisien ennako-odotusten kirjo. (Goffman 1971, 93-94.) Esitykset muodostuvat pienistä arjen yksittäisistä rutiineista, joiden kautta järjestystä luodaan tehtävien ja ihmisten välille. Näiden käyttäytymistä yhdenmukaistavien normien taustalla ovat yhteisesti jaetut normit, joista osa on julki-lausuttuja ja osa ei (Koivisto 1998 [1956], 79). Käytäntöjen alkuperää ei ole tässä tarkoitus etsiä, vaan keskittyä kenttätöiden eri vaiheissa vallinneeseen tilaan, joka kertoo jatkuvuudesta. Jatkuvuuden paljastaa se, että työntekijät olivat vaihtuneet viimeisimmässä kenttätöiden tekovaiheessa, mutta tässä moraalina käytäntöinä käsittelemäni asiat eivät. Yksilön oman roolin ja rutiinien muodostuminen omassa esitysryhmässään tapahtuu työhön tullessa, jolloin hänelle kerrotaan tehtävät ja jolloin hän ottaa (tai saa) paikan yhteisössä.

Moraalin määrittelyn löyhästi tietystä perspektiivistä tulkituksi toiminnaksi, joka näyttää tulkintaperspektiivistä oikeanlaisen toiminnan kriteerit täyttävältä. Toisin sanoen moraalit on perusteltua toimintaa, jossa tulkinta on toiminnan ja puheen tasolla moraalin julkilausuma. Edelliseen liittyy implisiittinen ajatus siitä, että moraalit on aina läsnä, vaikka se ei yksilötasolla ajatuksissa jatkuvasti läsnä olisikaan. Moraalilla tarkoitetaan siis niitä arvoja normeja, jotka ohjaavat toimiamme. Antropologian pluralistisen ajatteluperinteen mukaisesti tässä ei ole tarkoitus pohtia mikä on väärin tai oikein universaalit, vaan tuoda nimenomaan esille erilaisten ajattelumallien tai kielipelien sisällä toimivat käsitykset ja todellisuusväitteet.

Oikea tulkinta liittyy oikeanlaiseen tilannearvioon. Kun kysymys ei ole enää yksilöstä vaan ryhmästä, muuttuu yksilöiden tekemien tilanteenarvioiden luonne helposti yksilinjaiseksi ryhmätulkinnaksi, joka lisää varmuutta tilanteissa, sekä lujittaa ryhmän jäsenten lojaalisuutta toisiaan kohtaan (Goffman 1971, 97-98). Tarkemmin määriteltynä ryhmätulkinta tarkoittaa yhteisesti hyväksytyä rooliin liittyvää tulkintaa, jossa yksilön henkilökohtaisella, roolin ulkopuolisella tulkinnalla ei ole niin suurta sijaa, jos hän haluaa olla täysipainoinen ryhmän jäsen. Ryhmätulkinta on tärkeä ryhmän kannalta myös siksi, että erimielisyys julkisesti esiin tuotuna rikkoo kokonaisvaikutelman, jonka ryhmä haluaa itsestään antaa. Myyjien väliset salaiset moraaliset näytelmät ovat muodoltaan usein julkisia, mutta idealtaan salaisia, jossa näytelmän idea tarkoittaa julkilausumattomia tarkoituksiperiä.

Kalahallin rutiinit ja toimet määrittävät myös myyjien esitysryhmän välisen hierarkian. Hierarkian määrittymisessä vaikuttavat työn mukavuus ja raskaus. Toisaalta hierarkia muotoutuu myös ryhmän sisäisen moraalin myötä, eli se saa muotonsa hierarkiaan liittyvän moraalisen vaatimuksen sekä siihen liittyvien käsityksien ja niiden kautta määrittyvän toiminnan mukaan. Moraali ja hierarkia ovat kalahallissa kaksisuuntaisia suhteessa toisiinsa. Ne ylläpitävät ja legitimoivat toisensa. Käytännön tasolla on usein vaikea sanoa, kumpi olisi määräävämpi tekijä moraali vai hierarkia. Yksinkertaistaen tilannetta voisi selkeyttää niin, että silloin kun kyseiselle toiminnalle ei ole mitään perustelua, mutta se tehdään tietyn "marssijärjestyksen" mukaan, on kyseessä hierarkian mukaan määrittyvä toiminta. Toisaalta voi sanoa, että koko hierarkia on moraalinen järjestelmä ja tässä suhteessa kaikki rutiineihin liittyvä toiminta olisi moraalista toimintaa. Ero on kuitenkin siinä, että hierarkkinen ajattelu on olemassa silloin, kun ryhmän piirissä hyväksytyyn ajattelun mukaista toimintaa vastaan rikotaan, mutta sitä ei sanktioida, vaan otetaan arkiseksi käytännöksi. Esimerkkinä kalahallista voidaan sanoa yksinkertaisen, mutta kenties epämieluisan asian *tekemättä jättäminen*. Kiireisen myynnin aikana saattaa kaikki huomata, että kalafileitä puuttuu tiskistä, mutta ainoa vapaana oleva työntekijä ei niitä hae, vaan odottaa, että joku toinen, hierarkiassa alempana oleva, vapautuu ja hakee ne hänen puolestaan. Tilanne määrittyy selkeästi hierarkian mukaan, sillä myynti ja siihen liittyvät toimet ovat yhteisenä päämääränä, mutta päämäärän tavoittelu ei edellytä

epämieluiseseen työntekoon, jos sen voi tehdä joku alempana hierarkiassa oleva. Idealtaan työn tekemättä jättäminen on siis hierarkkisen rakenteen mukainen, mutta sen ei ole tarkoitus antaa yleisölle kuvaa laiskuudesta, vaan tilanne on ulkopuolisille huomaamaton.

Töiden ja tehtävien arvon ja merkityksen pystyy huomaamaan, kun on tehnyt töitä tarpeeksi pitkään. Työn arvon määrittäminen johtuu monista eri tekijöistä, mutta tärkein tekijä kalahallissa on työn mukavuus. Työn mukavuus määrittyy tilannekohtaisesti aina sen mukaan mikä on toinen vaihtoehto. Työntekijän kyvyt ja mieltymykset vaikuttavat myös siihen, mikä työ muodostuu tilanteessa miellyttävämmäksi. Pääsääntöisesti kalahallin töistä epämieluisimpina pidetään kantamista sekä siivoamista, mutta myös kalankäsittelyyn liittyvissä tehtävissä on varsin selkeä hierarkia. Kalan käsittelyyn liittyvissä toimissa kalan leikkaaminen eli fileoiminen on korkeammalla kuin esimerkiksi kalan suomustaminen ja suolistaminen eli perkaaminen. Mielenkiintoisella tavalla tämäkin liittyy työn puhtauteen. Kalan perkaamisessa suomut lentelevät ja suolet joutuu repimään käsin pois kalan sisältä. Leikkaamisessa taas sisälmykset jäävät pääsääntöisesti kiinni päähän ja selkäruotoon, jolloin niihin ei tarvitse käytännössä koskea lainkaan. Suomut taas jäävät nahkaan, koska yleensä asiakkaat haluavat nahattomia fileitä. Toisaalta leikkaaminen on myös nopeampi työ kuin perkaaminen, vaikka perkaamisessa apuna onkin suomustuskone.

Muutamien esimerkkien kautta pääsemme käsiksi kalahallin töiden kautta muodostuvaan hierarkiaan ja moraliin. Kalahallissa on vähän työntekijöitä ja sen vuoksi kaikki työt kuuluvat kaikille tilanteen mukaan. Vaikka periaatteessa kaikkien kuuluisi tehdä kaikkea, on tehtävien jakautumisen osalta havaittavissa yksilöiden välisiä eroja, sekä joskus jopa kamppailua. Esimerkiksi kalahallin arjen olennainen osa on kalatiskin runsaudesta huolehtiminen. Alakerrassa sijaitsevasta varastosta kannetaan ylös tiskiä lisää jäitä sekä kaloja tilanteen mukaan. Kantaminen kuuluu yleensä nuorimmalle tai vähimmän aikaa töissä olleelle työntekijälle. Automaattista tämä toiminta ei kuitenkaan ole, sillä joskus tilanne tiskin luona saattaa olla niin kiireinen, että joku toinen katsoo helpommaksi työksi kantaa muutaman laatikon ja levähtää samalla asiakaspalvelusta. Kantaminen perustellaan usein kahdella eri tavalla. Ensimmäisenä vedotaan toisen nuoruuteen tai vahvuuteen, jossa vahvuus on oikeastaan vain leikinlaskua, tai

toisena kiireeseen. Ensimmäisenä vedotaan omaan kiireeseen, jos halutaan toisen kantavan tai sitten toisen kiireeseen, jos halutaan päästä itse kantamaan. Kiire ei kuitenkaan ole yleensä syy mihinkään, vaan syynä on oman tahdon toteuttaminen. Kiire on vain yhteisesti mielletty hyvä syy. Kolmantena harvemmin esiintyvänä perusteluna on vuoroperustelu. Vuoroperustelu on vetoamista siihen kuka on viimeksi tehnyt kyseisen tehtävän. Vuorojärjestystä ei periaatteessa ole olemassa, koska pienessä yrityksessä korostuu tilanteen mukainen toiminta. Jonkinlainen käsitys tehtävien tekemisestä vuorottain on olemassa ja vuorot säilyvät työntekijöiden mielissä pitkiäkin aikoja. Vuoroihin liittyy myös palkitseminen. Joku voi palkita toista tekemällä hieman epämieluisamman tehtävän vuorostaan. Hyvä mieli tehtävien hetkittäisestä jakautumisesta legitimoii järjestelmää, moraalisia perusteita sekä hierarkiaa.

Kantamiseen liittyvissä töissä moraalinen perustelu saattaisi liittyä toisen parempiin fyysisiin mahdollisuuksiin suoriutua tehtävästä. Usein varsinaista eroa fyysisten asioiden suhteen ei ole. Joten kristillisen moraalin mukainen perustelu heikomman puolesta toimimisesta jää kuolleeksi kirjaimiksi useimmissa tapauksissa. Toisaalta se toimii joskus yhä jonkinlaisena selityserustana, mutta sen merkitys on muuttunut kuolleeksi. Tarkoitetaan tällä sitä, että toiminta perustellaan edellä mainitulla tavalla, koska se on yleensä tiedossa oleva ajatusmalli, mutta sillä ei tarkoiteta muuta kuin työn osoittamista hierarkian mukaisesti jollekin toiselle (vrt. Pehkonen 2001, 23). Nuorimman laittaminen epämieluisimpaan tehtävään on sinänsä mielenkiintoinen, koska se on monessa työpaikassa ikää kuin initiaatoriitti, jossa uuden työntekijän kyvykkyys tai joustavuus punnitaan. Samaan ajatteluun liittyy mielestäni uusien työntekijöiden kiusoittelu. Työtehtävien jakautumiseen liittyy siis kaksi tekijää hierarkia ja moraalit. Hierarkiaan vaikuttavat myös moraaliset käsitykset eri osapuolien tekemisistä, kuten se, että nuorin on tietynlaisessa alemmassa asemassa vanhempaan nähden. Moraalinen työn määräytyminen jollekin on kalahallin ajattelumallin mukaisen perustelun kautta tapahtuvaa, kun taas perustelematon työn määräytyminen jollekin on selvemmin kalahallin hierarkkisen järjestyksen mukainen. Kiinnostava piirre tässä on myös se, että hierarkkinen toiminta muuttuu ajan kuluessa rutiiniksi, jonka voi katsoa kuuluvan moraaliseen perusteluun kuuluvaksi. Kaiken edellä mainitun voi niputtaa yhteen lauseeseen; kalahallissa hierarkia perustuu arvostuksen mukaan tehtävistä töistä.

Tekemättömyyden arvo

Työn tekemiseen liittyvä arvo on voimakas länsimaisissa yhteiskunnissa. Klassisessa protestanttisen työn etiikan määrittelyssään Max Weber (1980 [1904-1905]) esitti työn etiikan muodostuneen käsityksestä, jossa ihmisen taivaallinen arvo näkyi reaalielämässä työn ja kohtuullisuuden toteuttamisena. Työ merkitys velvollisuutena nousi ihmisen hyvyyttä ja arvoa määrittäväksi tekijäksi. Näin ollen työn tekemisestä tulee arvo, jonka kieltäminen on epämoraalista ja paheksuttavaa. Vaikka määrittely on vanhahtavalta kuulostava ja pohjautuu pääsääntöisesti kalvinistisen ajattelun tulkintaan, on sillä jonkinlaista pohjaa sille ajattelulle, jota nähdään nykyäänkin työhön liittyvissä arvoissa.

Haastattelututkimuksissa suomalaiset työttömät ovat perustelleet tekemättömyyttään erilaisilla tekemisillä kuten halon hakkaamisella tai kouluun pyrkimisellä. Harvat myöntävät vain oleilevansa. (Keinänen 1998, 54.) Asia liittyy työn teon ymmärtämiseen palkkatyönä ja työpaikan arvoon monella eri tasolla ihmisten elämässä. Työtä voi lähestyä myös toisin eli ymmärrettynä se laajasti itsensä toteuttamisen muotona (Niiniluoto 1994, 254-255). Mikrotason tutkimus työn arvosta ja työn tekemisestä arjen kulussa antaa mielenkiintoisen näkökulman suhteessa (ehkä) vallitsevaan käsitykseen työstä arvona.

Kalahallissa hierarkian ilmeneminen liittyy työn helppouteen ja sitä kautta töiden jakautumiseen työntekijöille. Työ ei oikeastaan ole sinänsä arvo, vaan päinvastoin tekemättömyys. Tämä liittyy hetkellisiin tilannearvioihin, joissa työntekijät määrittävät suhdettaan toisiin työntekijöihin, eli siihen kuka tekee jonkun hierarkiassa alhaiseksi katsotun työn ja kuka pystyy olemaan tekemättä tuota kyseistä työtä. Helppouden ja tekemättömyyden tavoittelu nousee yhdeksi tärkeimmäksi yksilöä suhteessa toisiin määrittäväksi tekijäksi. Työllä sinällään on arvo, mutta se tarkoittaa samaa kuin työpaikka, mutta työpaikalla työ ymmärretään läsnäoloksi. Arkipäiväinen ilmaisu "olla töissä" saakin merkityksen, joka tarkoittaa töiden "kimpussa" olemisen sijaan oleilemista ilman työn tekoa. Tämä ei puolestaan tarkoita sitä, että asioita ei hoideta, vaan se tarkoittaa sitä, että töiden tekeminen määräytyy keskinäisen tilanteenarvion jatkuvan määrittelyn kautta. Tekemättömyys on statusta, jonka saavuttaa se, joka pystyy legitimoimaan tekemättömyytensä jollain tasolla toimivien perusteiden kautta.

Muutammat esimerkit helpottavat asian ymmärtämistä. Edellä tässä alaluvussa on mainittu joitain perustelukuvioita, jotka määrittävät työtä. Tekemättömyys määrittyy työn jakautumisen kanssa samoilla argumenteilla, eli hierarkisessa tilannemäärittelyssä epämieluisan työn tekee se, joka on hierarkiassa alempana. Varsinaisen tekemättömyyden eli taukojen pitäminen kertoo asiasta enemmän. Esimerkiksi tupakkatauot ovat legitimoitua tekemättömyyttä. Tupakka toimii jotenkin hyväksyttävänä selitysperstana olla tekemättä työtä. Tosin tupakkatauko täytyy erikseen legitimoida erilaisilla syillä, esimerkiksi sillä, ettei ole käynyt tupakalla pitkään aikaan tai sillä, että on tehnyt töitä niin paljon, että ansaitsee tupakan eli tauon. Taukoa pitää perustella siis työllä, joka ei ole arvo sinänsä vaan se on sillä kertaa tauosta osattomiksi jääneiden muodollisen moraalisen paheksunnan merkityksetön sisältö. Tekemättömyyden perustelun ja paheksunnan ohut merkitys liikkuvat siis saman logiikan puitteissa. Tekemättömyyden perustelun tarkoitus on viedä pohja pois arvostelulta, oikeuttamalla se asialla johon arvostelu pureutuu. Tilanne on normaali arjen puheessa. Täytyy puhua samasta asiasta, vaikka se ei mitään tarkoittaisikaan. Mielenkiintoista on myös se, että kaikki selitysperstat eivät toimi samalla tavalla. Tehdessäni kenttätöitä pyrin pitämään "tikkarin imeskelytauvoja" ilman perusteita, koska en polta tupakkaa. Tällainen todellisuuden häirintä herätti hämmennystä, epäluuloa ja lopulta naurua, mutta "koe" osoitti sen, että toiminta vaatii perustelut ja totunnaiset keinot toteuttaa tauko. Tekemättömyys tulee esille myös tilanteissa, joissa työ ei ole sellainen, että se vaatisi välitöntä tekemistä. Tehtävän voidaan antaa odottaa niin pitkään, että se on pakko tehdä, jolloin tilanteessa tulee esille jälleen kerran tilannearvio ryhmän kesken, "Kenelle työ kuuluu?". Tavoitteena on olla tekemättä mitään.

Miksi tekemättömyys on oikeastaan arvo? Kalahallin tapauksessa tekemättömyys liittyy siihen, että se kytkeytyy hierarkiaa määrittävään työn jakautumiseen. Toisaalta voi myös miettiä, liittyykö asiaan ympäröivän kulttuurin kiireeseen reagointi. Kiireen ja työn teon yli arvostamisen kautta muodostunut vapaaajan ostaminen ja työn teon tekeminen vapaa-ajan vuoksi (ks. myös Niiniluoto 1994, 251-253). Ne voivat olla arvoja, jotka toimivat eri tavoin monella eri tasolla, jolloin kulttuurillinen piirre dramatisoituu tilannetulkintaisena erilaisissa yhteyksissä. Tekemättömyys on päämäärä, joka voidaan saavuttaa jo päämäärään

pyrkivän toiminnan eli työn yhteydessä. Tekemättömyyden antamaa statusta ihminen voi pyrkiä saavuttamaan arjen kulussa. Samalla, kun statusta saadaan, ne ihmiset, jotka eivät kykene sitä saavuttamaan, reagoivat tilanteeseen negatiivisesti. Tekemättömyys jakautuu, mutta sen antama status muuttuu antistatukseksi niiden silmissä, joiden tehtäväksi muuttuu toisten tekemättömyys. Lyhyesti sanottuna, voidaan tekemättömyyden arvon ja sitä kautta muodostuvien rakenteiden luonteesta sanoa, että ne ovat yksilö - ryhmä ristiriitaisia, joissa ryhmä asettaa arvon, mutta jonka saavuttaminen aiheuttaa yksilötasolla tai osaryhmän keskuudessa ryhmän yhtenäisyyttä hajauttavaa toimintaa. Työkaverin tekemättömyyttä saatetaan arvostella pahana asiana ja näissä arvosteluissa työnteko näyttäisi saavan moraalisen arvostelun muodon, mutta joka on moraalista tyhjennetty. Kyseessä on tekemättömyyden arvon ja siitä seuraavan statuksen murtaminen hetkellisesti. Toisessa tilanteessa sama arvostelija nauttii tekemättömyydestä ilman moraalisen muotoon puettuja väitteitä. Yhden status synnyttää toisten antistatuksen, jolloin kaikkien jakama pyrkimys eli arvo on toteutunut ryhmän kannalta vaillinaisesti ja ei ole tyydyttävä. Tämä puolestaan aiheuttaa tasa-arvoisissa työyhteisöissä jatkuvan tilannearvion määrittämisen toisten ja oman statuksen välillä.

Työn ja työpaikan moraalisia perusteita pystytään käsittelemään myös monilla muilla tavoilla. Koivisto (1998 [1956]) käsittelee moraalialueen työpaikan eri osapuolien päämäärien suhteen kannalta. Moraali määrittyy tällöin työntekijöiden toimien yhdentymisenä työnantajien päämääriin tai työntekijöiden sisäisen ryhmän yhtenäistä toimintaa yhteisten päämäärien hyväksi, vaikka se ei tällöin ole työnantajien päämäärien mukaista. Omassa työssäni tarkoitus oli käsitellä moraalialueen enemmän mikrotason ilmentymänä, osana arjen rutiineja, jossa ei ole läsnä tulkintahorisonttien mukaista määrittelyä huonosta ja hyvästä moraalista. Tarkoitukseni on ollut osoittaa, että kalahallissa on hierarkkista ja moraalista todellisuuden jäsentämistä, jonka pystyy selittämään tulkinnallisesti. Näitä rakenteita ei ole, kuten muitakaan kulttuurillisia rakenteita, näkyvissä muuten kuin arjen virrassa kulkevana dramatisoituneina hetkinä. Työssäni en ole paneutunut myöskään työnantajan ja työntekijän väliseen suhteeseen. Siitä todettakoon lopuksi, että Koiviston mukaisen määrittelyn mukaan päämäärät yhdentyvät, jolloin moraalialue olisi hyvää. Toisaalta suhde ei ole niin yksinkertainen, koska myynnin onnistumisen ja päämäärien yhdentymiseen vaaditaan kahden eri osapuolen

len tasapainoista palkitsemisjärjestelmää. Tarkoitan tällä sitä, että kalahallin työ ei ole sinänsä kutsumusammatti, jos kutsumusammatti määritellään työksi, jota halutaan tehdä ilman siitä saatavaa varmaa tuloa. Kaiken lisäksi on otettava inhimillistä toimintaa pohdittaessa huomioon se, että säröt inhimillisissä, sosiaalisissa suhteissa voivat muuttaa tulkintaperspektiivejä ajoittain ristiriitaisiksi.

7. HUUMORI KALAHALLISSA

“Torilla kerran oli yks karjalaispappa myömässä matikoita. Yks Hippi, noita Laatokan kalastajia. Sillä ol karvahattu piässä, se oli helemikuuta. Ja tulloo siihen sitten semmonen iso mies, semmonen herrasmies keppi käissä, ja Hippi sano että, “Ka osta, osta herra matikkoo, elävee matikkoo.” Ukko kahteloo niitä, “No eihän noihen häntä heilu.” Hippi kahtoo, se ol paljon isompi se asiakas, Hippi kahtoo sitä ukkoo sieltä karvareuhkan alta ja sannoo, “Ka ei se siunkaa häntäs aina heilu.” (M1, 14.)

Kuopion torista ja kalahallista kuulee usein puhuttavan jonkinlaisena “lupsakka-na” paikkana, jossa tarinointi ja huumorin viljely kuuluvat olennaisena osana kanssakäymiseen. Tässä luvussa pohdin, mitä ovat lupsakkuus ja huumori kalahallissa, ja mitä se kertoo yleisemmin kalahallin kulttuurista ja suhteesta ympäröivään kulttuuriin. Torin huumorin erityislaatuisuutta virallisen kulttuurin vastakulttuurina on käsitellyt Mihail Bahtin (1995) teoksessaan *Francois Rabelais -keskiajan ja renessanssin nauru*. Torin epävirallinen ilmapiiri on ollut riemuitsevaa virallisen kulttuurin ylösalaisin kääntämistä, jossa koko materiaalisen elämän ja monimuotoisen ihmisen taival saa liioittelussaan groteskin ja äärimmäisen huumorin muodon. Elämän runsaus ja kuoleman lopullisuus yhdistyvät moniääniseksi rajallisen todellisuuden, venytetyn elämän, loputtoman uudelleen syntymän ja mahdollisuuksien rajattomuuden havainnoksi ja pilkaksi. Huumori ei silti esiinny yksipuolistavana sormella osittavana vahingollisena nauruna vaan pahan osana elämään itseensä sulauttavana tekijänä. Sormella osoittaja tikahtuu naurussaan myös itsensä näkemiseen. Huumori on siis Bahtinilaisittain jottain muodon ja muodollisuuden liioittelemista groteskiksi, karnevalistisen humoristiseksi tulkinnaksi maailmasta, jonka kuvakielessä materiaallinen ja henkinen todellisuus sekoittuvat toisiaan kohottaviksi ja madaltaviksi voimiksi, sekä huumoriksi, jossa uudet ja vanhat merkitykset syntyvät ja lakkaavat olemasta, kuten ihminen syntyy ja lakkaa olemasta. Bahtinin ajatus karnevalistisesta huumorista on mielenkiintoinen, mutta kokonaisvaltaisuudessaan vaikeasti ymmärrettävissä esimerkiksi kalahallin huumorin syvintä olemusta kuvaavaksi vuonna 2001. Bahtinin tulkintaan huumorista liittyy vahvasti hänen oman aikansa poliittinen

tilanne entisessä Neuvostoliitossa, jossa huumori toimi virallisen kommunistisen totuuden kyseenalaistajana. Todellisuuden luokkajakoiseen ristiriitaan, taisteluun tai kyseenalaistamiseen, ei kalahallin kohdalla ole tässä tutkimuksessa tarkoitus paneutua. On kuitenkin myönnettävä, että jähmeän arjen kritiikki ja virallisen kyseenalaistaminen ylösalaisin kääntyneissä suhteissa tulevat näkyviin myös kalahallin huumorissa. Huumorin myötä roolirakenne (tai tiukasti Bah-tinilaisittain tulkiten luokkarakenne) kyseenalaistuu, mutta tulee myös negatiivisten kautta entistä selvemmin näkyväksi. Jos otamme karnevalistisen, hyväntahtoisen naurun kalahallin huumorin vertailukohtaksi, voi sanoa, että kalahallin hyväntahtoinen nauru kätkee itseensä sapekkaamman ja kyräilevämmän asenteen koko ympäröivää todellisuutta kohtaan, eikä aina edes pyri nousemaan sormella osoittavan roolista itselleen nauravaksi. Poikkeuksia kuitenkin on kuten tulemme tulevista alaluvuista huomaamaan.

Huumoria käsiteltäessä näyttämölähestymistavan mukaan (ks. kuvio 1), voidaan tehdä käsitteellinen ero komiikan ja huumorin välille. Tämä tarkoittaa sitä, että komiikka muodostaa "Miten?" -tason eli havaittavan muodon ja ulkokohtaisen ominaisuuden, jonka suhde kulttuurillisiin konventioihin muodostaa tulkinnallisen humoristisuuden eri tilanteissa. Huumori puolestaan on "Mitä tarkoittaa?" tason, eli kulttuurin syvärakennetta, jota määrittää tarkasteltavana olevan kohteen sisäinen logiikkaa, mutta mikä tässäkin tapauksessa kertoo myös suhteista tutkimuskohteen ulkopuolelle. Huumorin voisi näin ajatella olevan jotain mitä K.S. Laurila (1918, 285) määrittää estetiikan pohdinnoissaan seuraavasti, "huumori ei ole nimittäin sisimmältä olemukseltaan mikään esineitten ulkokohmainen ominaisuus, niin kuin koomillisuus aina on, vaan huumori on vain eräs määrätynlainen mieliala ja tunnesävy ihmisessä, määrätynlainen katsomis- ja suhtautumistapa elämään ja ilmiöihin ja nimenomaan koomillisiin ilmiöihin". Laurilan "määrätynlainen katsomis- ja suhtautumistapa" voidaan tulkita kulttuurin kautta humoristiseksi määrittyväksi tavaksi käsitellä asioita, jotka manifestoituvat ja määrittyvät sosiaalisessa tilanteessa esimerkiksi yksilöiden välisessä kanssakäymisessä (ks. myös Douglas 1979, 93). Katsomis- ja suhtautumistapojen selvittely kertoo nimenomaan tutkittavan kohteen arvoista ja mahdollisesti myös moraalisisista käsityksistä. Aspekti huumoriin on siis refleksologinen, eli huumorin representaatioista voidaan analysoimalla tuoda esiin tekijöitä, jotka erityislaatuksella tavalla ilmaisevat kulttuurien arvo- ja normijärjestelmiä, ihmis-

ten asenne- ja reagointivalmiuksia sekä yhteisöjen sosiaalisia ja hierarkkisia järjestelmiä (Knuutila 1992, 107-108). Huumori kertoo näin ymmärrettynä kulttuurista ja sosiaalisesta syvärakenteesta. Mary Douglas onkin määritellyt huumorin hauskuuden johtuvaksi nimenomaan siitä, että se paljastaa ja saa hetimitäin ymmärtämään sosiaalisen rakenteen, johon vitsit ja huumori ovat symbolisessa yhteydessä (1979, 100-101).

Pilailunäytelmät toisista myyjien keskuudessa

Kalahallin arjessa asiakkaiden käynti jaksottuu päivän mittaan niin, että myyjille jää hiljaisempina aikoina mahdollisuus jutustella ja laskea leikkiä keskenään. Leikinlasku kuuluu tausta-alueen toimintoihin, jota ei ole tarkoitettu kuin myyjien keskinäiseksi huviksi. Kalahallissa (ks. liite 4 ja liite 5) tausta-alueita ovat alakeran varasto ja ulkokatos, mutta myös itse kalahalli muuttuu tausta-alueeksi silloin, kun asiakkaita ei ole läsnä.

Goffman puhuu "puheista poissaolevista", jolla hän tarkoittaa kahta erilaista keinoa, joilla esimerkiksi myyjät tuovat ilmi suhteensa poissaoleviin asiakkaisiin tai toisiin työntekijöihin. Ensiksikin on ivamukaelma, jossa myyjät näyttelevät asiakkaan ja myyjän välistä kanssakäymistä muuttaen sen satiirisiseksi näytelmäksi, jossa asiakasta tai kanssakäymisen konventioita halvennetaan. Toinen tapa puhua poissaolevista on nimittely, jossa edelleen jatketaan asiakkaan tai työkaverin halventamista erilaisten pilkallisten nimitysten keksimisellä. Puheet poissaolevista Goffman tulkitsee ryhmän yhteishengen ylläpitäjinä ja myyjien mahdollisuutena kapinoida roolikonventioita vastaan. (Goffman 1971, 186-192.) Kalahallissa voi havaita samanlaisia tausta-alueen näytelmiä ja ivailua, jotka Goffman esittää. Näiden näytelmien taustalla on paitsi aimo annos huumoria, mutta myös tilannetajua ja kritiikkiä vallitsevia konventioita kohtaan. Huumoria, koomista ja naurua onkin usein luonnehdittu tavaksi, jolla vaikeat, suuret tai vaaralliset asiat käsitellään ja niiden mittasuhteet saadaan muuttumaan tulkintaperspektiivistä suotuisammaksi (Knuutila 1992, 92). Tämä tarkoittaa oikeastaan sitä, että huumori asettaa häiritseväksi koetun konvention tai asiantilan uudenlaisen näkökulman puitteisiin, jolloin huumorin kohde muuttuu turvallisemmin haltuun otetuksi ja antaa haltuun ottajalle mahdollisuuden varioida

kulttuurin antamien puitteiden mukaista todellisuutta. Tähän olennaisesti liittyy myös huumorin muoto, joka liittyy arkisen, mekaanisen toiminnan humoristiseen tarkasteluun myyjien keskuudessa. Huumorin keinoin arjen rakenne paljastetaan ja sen avulla rikotaan ja tuodaan julkilausutuksi arjen itseään toistava liike. Ranskalaisen filosofin Henri Bergsonin mukaan komiikassa on kysymys nimenomaan elämään (ehkä myös arkeen) asettuneesta mekaanisuudesta ja sen matkimisesta (Bergson 1994 [1900], 30-31). Voidaan ajatella, että arjen muoto on ottanut vallan sen ideasta, minkä seurauksena arjesta on tullut myytin kaltaisesti toteavaa ja mekaanista, ei selittävää, ja jossa huumori toimii arkisena demystifioivana lukutapana ja muodon idean paljastajana. Kalahallin myyjät asettuvat siis toisilleen arjen mekaanisuuden näyttelijöiksi, jolloin kaikki jakavat yhteisen ilon arjen rakenteen paljastumisesta.

Vakioasiakkaista on tullut meille työntekijöille tietynlainen hupi. Arvailemme minkälaisia ostoksia usein kalahallissa käyvät ihmiset tekevät. Tänäpäin asiakkaana kävi "siian ostaja", joka ostaa aina kolme tai neljä pienempää siikaa ja haluaa, että niiltä katkaistaan päät eikä muuta. Toinen, kaksi tai kolme kertaa viikossa asiakkaana käyvä mummeli, ostaa aina kaksi alle kiloista haukea perattuna "peratkee ja ottakee piät poikkeens. Kissoille ei kelepoo muu." Fraasi on lähestulkoon sanalleen samanlainen joka kerta. Me hauskuutteleme arvailemalla asiakkaan ostosta jo ennen heidän sisääntuloaan ja vihjailemme keskenämme myyntitapahtuman aikana asiakkaan tyyppillisiä ostomanööverejä, tietysti niin, että asiakas ei itse nää ja kuule niitä. Huumori tältä kannalta on hyvin hienovaraista. (KP, 49.)

Kalahallissa myyjien keskinäiset näytelmät ovat usein melko moralistisia, mikä tarkoittaa tapahtumien tulkintaa kalahallin sisäisen moraalien ja käsitysten kautta. Niissä kiinnitetään huomiota asiakkaiden tinkimiseen ja tuotteiden laadusta välittämiseen, mutta myös oman palveluattituden kyseenalaistamiseen. Esimerkiksi tinkimistapahtumia näytellään keskenään ja ääntä muutetaan mahdollisimman oudoksi ja huvittavaksi. Asiakkaan arvoa alennetaan tinkimisen vuoksi ja usein tinkimisen matkimisen jälkeen siirrytään vakavaan keskusteluun samasta aiheesta. Huumorista vakavuuteen liukuminen on erittäin tyyppillistä sekä vakavuuden mielialasta siirrytään yhtä sujuvasti ärsyyntyneeseen ja turhautuneeseen mielialaan. Samalla tavalla kuin tinkimiseen tuotteiden laatuun ja nimenomaan tuoreuteen liittyvissä kysymyksissä myyjillä on tapana vitsailla keskenään. Koska tuoreus on erittäin tärkeä kalahallin toiminnan määrittäjä, liittyy siihen myös paljon huumoria, joka paljastaa sen tärkeyden. Esimerkiksi voidaan

mainita ainaiset tuoreuteen liittyvät kysymykset, joihin myyjät joutuvat vastaamaan aina tuotteita ylistäen. Myyjien keskinäisessä kanssakäymisessä tuoreudesta tehdään puolestaan usein pilaa ja annetaan usein toisten myyjien ymmärtää, että on saanut myytyä pilaantuneen kalan asiakkaalle. Todellisuudessa pilaantuneita kaloja harvemmin kukaan ainakaan tahallaan myy, mutta asian ydin piilee siinä, että koko tuoreuden ja asiakkaan palvelun määrittämä todellisuus murtuu hetkeksi ja jutun kertoja saa osakseen tietynlaista statusta arjen rakenteen paljastajana ja rikkojana. Myyjille tuoreuteen liittyvä huumori on tietenkin useimmiten keskinäistä, koska heidän välillään on jaettu tieto taustalueen tapahtumista ja tiedoista, mikä ei aiheuta linjarikkoa viestintää väärinymmärryksen tai epäonnistuneen viestinnän vuoksi. Myyjät jakavat siis yhteisen näkemyksen ja tiedon heidän arkeaan määrittävistä moraalisisista ja rooliin liittyvistä velvoitteista, joita vastaan he hetkittäin pystyvät kapinoimaan huumorin avulla.

Huumori liittyy myös olennaisena osana työn määrittelemiseen. Kuten kuudennessa luvussa pohdin työn tekemiseen liittyviä arvoja ja rakenteita, tulevat nämä samat rakenteet esille myös huumorin kautta. Työ on jotain sellaista, joka määrittää kalahallin hierarkiaa ja mitä vähemmän töitä tekee, sitä korkeammalla hierarkiassa myyjä pystyy olemaan ainakin hetkittäin. Työhön liittyvä huumori on nimenomaan tämän rakenteen julkituoja, jossa risteilee tieto työn pakollisuudesta, yleisestä arvosta, mutta myös kalahallin omasta työhön liittyvästä arvojärjestelmästä. Esimerkiksi tauot ja työajat ovat hyvin merkitseviä huumorille, joka työhön liittyy. Tauot ja työaikoihin liittyvä huumori ovat yksinkertaistaen tärkeitä sen vuoksi, että niiden huumoriin kätkeytyy työn arvostuksia käsittelevää huumoria.

Tupakkataukojen merkityksen sosiaalisena tilanteena huomaa "ulkopuolisena" tarkkailijana parhaiten (itse en polta). Tupakalle mennään yhdessä ja yksi jää aina tiskin taakse vartioimaan, jos asiakas sattuu tulemaan. Sisään jääneelle naureskellaan ovelta "on se mukava kahtoo ku joku tekköö töitä." Tupakointiin liittyy myös vuorottelu "minä voin vuorostaa räpsäytye kaupat" ja tupakalla palkitaan itsensä kiireisen hetken jälkeen. (KP, 83.)

Työni loppui jälleen kerran kahdelta ja [työkaverit] jäivät vielä leikkaamaan kaloja ja palvelemaan asiakkaita. Tietynlainen huumori liittyy myös aikaisin lähtöön ja tuloon. Ne eivät ole erityisen hoh-

dokkaita asioita, mutta niistä lasketaan *leikkiä* niin kuin halli olisi elämän riippakivi ja paikka jossa koko käytettävissä oleva aika elämän aikana olisi käytettävä pakon edestä. Työ on kuitenkin toisissa yhteyksissä melkein hauskaa ja tavallaan aina viittaukset ovat näkökulmia työaikavuorojen ja tuntien [tarkoittaa työtuntien määrään viikossa] (epä)loogisuuteen. (KP, 50.)

Asiakkaat saattavat olla myös läsnä tilanteissa, joissa ilmenee myyjien keskinäinen huumori ja suhde asiakkaisiin. Palvelun ja sen rajoittaminen kuuluvat eräänlaiseen sosiaalisen rakenteen paljastamiseen liittyvään huumoriin, jossa asiakkaan annetaan odottaa tarkoituksella palvelemista.

Vuorottelu liittyy myös tilanteisiin, joissa on pitkään ollut hiljaista. Yleensä jutustelun päätteeksi katsellaan kumpi menee palvelemaan ja keskenään naureskellaan, että "katelkuusa rauhassa." Tilanne on mielenkiintoinen sikäli, että siihen liittyy se huumori, joka on katselijoiden ja vaativien asiakkaiden palvelussa läsnä. Tavallaan myyjät pääsevät kostamaan ja rankaisemaan asiakkaita hidastelullaan. Tosin osoite on ylipäänsä väärä [eli tavallinen asiakas joutuu "koston" kohteeksi]. Mielihyvän määrä ratkaisee kuitenkin asian ja toisaalta työn välttely. (KP, 83.)

Asiakkaan odotuttaminen ilmaisee myyjän ja asiakkaan välisen suhteen ja suhteen kääntämisen päälaelleen. Myyjän palvelualltius on käännetty nurin ikään kuin asiakkaan palvelun janoksi, jossa myyjä on vahvemmassa suhteessa asiakkaaseen. Myyjä pystyy omalla toiminnallaan säätämään tilannetta ja hallitsemaan palvelun viivyttämällä asiakasta. Totunnaisesti myyjän käyttäytyminen on korostuneen palvelualltista ja arjen mielikuvien tasolla sellainen tilannearvio halutaan luoda, mutta viivyttelyssä piilee valmiin asetelman kyseenalaistaminen ja sosiaalisen todellisuuden ja konventioiden romuttaminen. Toisaalta viivyttelyssä piilee myös asiakkaan ja katselijoiden sekoittuminen. Tämä tarkoittaa sitä, että kalojen katselijoiden "turhaan palvelu" kostaatuu potentiaalisten asiakkaiden kustannuksella leikittelynä. Asiakkaan olemukseen kuuluu myyjien kannalta aina mahdollisuus pelkkään katseluun ja myyntitilanteeseen tarjoutuminen ja siitä kieltäytyminen aiheuttaa myyjissä kiukkua ja turhautuneisuutta. Näin ollen myyjien ainainen palvelualltius saa katselijoiden kohdalla turhan toiminnan leiman, johon kalahallin huumori usein liittyy. Huumori ei tässäkään tapauksessa johda useinkaan remakkaan nauruun, vaan on ilkkurista hymyilyä tilanteen kustannuksella.

Palveluallttius ja huumori voivat johtaa myös linjarikkoon viestintään, mikä tulee ilmi seuraavassa esimerkissä.

Eräs asiakas suuttui minulle tänään. Hän pyysi kaikkein pienimmät ahvenet valmiiksi peratuista ahvenista (kaikki olivat niistä erityisen pieniä valmiiksikin). Rupesin normaalisti lajittelemaan kaloja, mutta ilmeisesti se kävi asiakkaan mielestä liian hitaasti ja hän alkoi tiuskimaan, että asiakkaan toive täytyy toteuttaa. En tahallani viivytellyt ja sanoin, että tämä lajittelu on meille jokapäiväistä hömmaa, koska mummot haluavat usein valita tarkkaan kalansa mitä ottavat. Mies jatkoi valittamista. Laitoin kalat pakettiin ja pyysin hinnan (10.50 mk), jolloin mies suuttui ja antoi 11 mk ja sanoi, että pidä loput vaivan palkkaa. En tiedä onko huomion arvoista se, että mies ei ollut murteesta päätellen savolainen tai kuopiolainen ainakaan syntyjään. Mietin oliko kalojen todellinen valitseminen hänen mielestään liioittelun omainen teko, koska hallin tavat eivät välttämättä olleet hänelle tuttuja vai oliko hänellä mahdollisesti muuten erityisen huono päivä. (KP, 50.)

Tilanteen mieshenkilö ei ollut tottunut "ylitsevuotavaan" palveluallttiuteen ja tulkitse tilanteen itsensä halventamiseksi. Tilanteessa olisi voinut olla hyvinkin huumoria mukana, jossa asiakkaan kaikki toiveet pyritään toteuttamaan erityisen tarkasti ja liioitellun täydellisesti. Sellainen huumori on melko yleistä, että "muutaman sären ostajaa" palvellaan kuin parhainta asiakasta, jonka ostopanoksesta on kiinni koko kalahallin tulevaisuus. Tilanne on myyjille tarkoitettu salainen näytelmä, jossa asiakas ei välttämättä itse edes havaitse olevansa alentamisen ja pilkkanteon kohteena. Näissä kalahallin myyjien huumorin ilmauksissa Bahtinin (1995) esittelemä karnevalistinen ylhäisen ja alhaisen ambivalenssi yhdistyy konkreettiseksi pilanteon muodoksi ja sisällöksi.

"Sota" ulkomyyjiä vastaan

Kalahallin järjestystä kuvaa hyvin kalahallin myyjien suhde ulkomyyjiin ja sen humoristinen aspekti. Ulkomyyjät ovat kalastajia, jotka myyvät itse pyytämiään kaloja. Kalan ulkomyyntiä torilla on ollut aikaisemmin kuin kalahallia edes oli olemassa. Kauppahallin sivustalla ollutta kalanmyyjien aluetta on sanottu "Saastamoisen matalikoksi" torin laidalla olleen Saastamoinen liikeyrityksen pääkonttorin mukaan. "Matalikko" puolestaan viittaa siihen, että ulkomyyjiltä on aina saanut kalaa, eli se on ollut ns. kalarikas matalikko. Kenttätöitteni aikaan ulkomyyjinä oli kahden troolikalastusaluksen kalastajia ja heidän sukulaisiaan,

jotka auttoivat myymisessä. Troolaajien ylivoima verkkokalastajia kohtaan saaliiden suuruudessa on epäilty olevan yhtenä syynä siihen, että aikaisempina vuosikymmeninä vilkkaana toiminut ulkomyynti on kutistunut kahden pääasiallisen ja yhden harvemmin käyvän myyjän kilpailuun. Muita syitä ovat esimerkiksi kalan myynnin tuleminen kauppoihin, kalastuksen kannattamattomuus elinkeinona ja merkityksettömyys lisäansion hankintakeinona viljelemisen ohella. Viimeisimpien tietojen mukaan Saastamoisen matalikko on kuivunut. Ulkomyynti on viranomaisten taholta kielletty elintarvikkeiden myyntiin perustuvien säännösten nojalla. Virallisesti ulkomyynti loppui vuoden 2002 alussa.

Hallimyyjien ja ulkomyyjien suhde on perinteisestikin ollut melko tärkeä myynnin ja toiminnan normittaja, jossa suhde on ikään kuin luonut rajoja kummankin puolen tapaan käsittää toimintansa. Entisen kalahallikauppiaan puheenvuorot ulko- ja sisämyyjien suhteesta antavat kuvauksena pohjaa myös kenttätöittäni aikana vallitsevaan tilanteeseen.

E: Oliko tässä niinku hallimyyjien ja ulkomyyjien kanssa sitten semmosta niinku kilpailua tai muuta kärhämää tai?

H: No pientä kärhämää silloin tällön, oli joillakin. Ei minulla ollu koskaan kenenkään kanssa mittään. Sanovat ennenvanhaan minulle, että sinä oot vähän samanlainen ku lehmän (mulukkuva?), vaan et kehtoo riijellä kenenkään kanssa. No en minä riitelekkää, kun ei se hyövytä mittää. Mutta olhan siellä joitakii, joitten kanssa oli ja oli tuota. Meillekkii sanovat, että ku alako tulemaan näitä kylmäpöytä juttuja - -. Niin sanovat terveyskaitsijat, että jäitäkään [ei ole ulkomyyjillä, jonka seurauksena ulkomyyntin voisi saada loppumaan]. Minä sanoin, että siihen myö ei lähetä, että siinä se vasta mekkala syntyy. Että hyö myöp siellä ja iät ja ajat ovat myöneet, niin myö ollaan sovussa, niin on paljon mukavampi. Ja hintojen suhteen, siellä on aina kalliimpi hinta kun tiällä, yleensä noin niinku keskimäärin ottaen. Kun tiällä myyvät muikut 30 [mk/kilo] niin siellä saattaavat myyvä 50 [mk/kilo]. Että se on suhteessa kalliimpim se hinta. On ollu aina. Ja nyt en tiiä, mutta ei tuolla nyt oo ku kaks myyjee. (M1, 12.)

E: Pitikö ne sitten siellä ulkona jotenkii näitä sisämyyjä jotenkii heraskaisena tai?

H: No siellä nyt oli semmonen juttu. Kerto asiakkaat, eihän myö meijän aikaan sanottu, mutta hyvin usseesti siellä, että tuota, myö myyvvään heijän tähteitä. Ilmeisesti, että heitä jäipi tänä päivänä kaloja, niin myö myyvvään sitten huomenna heijän tähteitä sitte. No kesällä se ei sitten käyny varsinkaan millään tavalla päisä, kun ei kylmälaitteita ollu mittään. Niin se nyt ei ollu [totta]. Tietysti ei ne

kaikki ollu semmosia, mutta ol joitakii siellä sitten jotka tällä tavalla mainostivat, että heillä on paremp kala. Parempihan meillä ol kesällä varsinkii, ku heillä ol auringon paisteessa hyö seiso [ulkona] ja myö oltiin [sisällä], vaikka meillä ei ollu kylmeee pöytee, niin onhan tämä nyt huomattavasti viileempi. Ei aurinko paista kaloihin, eikä muuta mutta, eihä myö siitä, mitäs myö siitä. Jätettiin ommaan arvoosa se ja asiakkaihen harkinnan mukkaantehköötpä niiku tykkee. (M1, 12-13.)

Entisen hallikaupiaan puheet voisivat kosketella nykypäivää kahta asiaa lukuun ottamatta. Ensinnäkään kalahallin myyjillä ei ole varmoja todisteita siitä, että ulkomyyjät olisivat panetelleet sisällä myytäviä tuotteita, vaikka kalahallissa sellaisia epäilyjä ajoittain esiintyi. Toiseksi ulkomyyntin lopettaminen ei kalahallin myyjien mielestä ollut enää säilyttämisen arvoinen asia, vaan se piti oikeudenmukaisuuden (oikeudenmukaisuus kalahallin myyjien mielestä) nimissä lopettaa. Oikeudenmukaisuus tarkoittaa oikeastaan niitä määräyksiä, jotka hallimyyjien täytyi toiminnassaan toteuttaa, mutta joista ulkomyyjät eivät välittäneet, esimerkkinä kalojen säilytyslämpötilat ja asianmukaisesti järjestetty kalojen käsittely.

Edellä esitetty pitkä johdattelu vie huumoriin, joka liittyy ulkomyyjien ja kalahallin myyjien väliseen suhteeseen. Ulkomyyjien ehkä sisämyyntiä perinteisemmät menetelmät olivat yksi vitsailun kohde. Esimerkiksi mateen kutuaikoina ulkomyyjillä oli tapana pitää tynnyrissä eläviä matikoita. Tynnyristä siirrettiin sitten eläviä matikoita myyntilaatikoihin ja myytiin niitä "juuri rannasta tulleet". Sisällä tämä toiminta herätti omalta osaltaan närää, mutta suuttumus käännettiin huumoriksi ja sille naureskeltiin pahansuovasti jopa kesällä, jolloin mateet menettävät myynnillisesti merkityksensä. Toinen huumorin piirre liittyy pilallunäytelmiin, joissa sisämyyjä matkii ulkomyyjien myyntitapaa. Ulkona myyjät vielä mainostivat tuotteitaan huutamalla ja maanittelemalla asiakkaita luokseen esittelemällä tuoreita kalojaan ja ylistämällä niitä ohikulkeville. Kalahallin sisällä huutamista matkittiin muuntamalla ääntä hullunkuriseksi ja liioittelemalla ulkomyyjien maneereita. Esityksien tarkoitus oli pönkittää sisämyyjien käsitystä itsestään ylempanä kilpakumppaneihin nähden. Ulkomyyjistä puhuttiin "helevetin (tai joku muu kirosana) huutajina". Huutamista pidettiin erittäin huonona ja asiakkaita karkottavana tekijänä, sekä jonkinlaisena kehittymättömyyttä osoittavana tekijänä myyntimenetelmissä. Kehittyneet myyntimenetelmät miellettiin kalahallin sisällä tapahtuviksi menetelmiksi, jossa huudolla ei ole enää sijaa, vaan myyntitilanne

lähestyy modernien kauppojen hiljaista ja katselevaa, asiakkaan itsensä ohjaamaa myyntitapahtumaa. Kalahallissa myyjän rooli tosin vielä korostuu, kuten edellisissä luvuissa on todettu.

Huumori ulkomyyjistä ei sisällä paljoakaan positiivista naurua, vaan on nimenomaan sormella osoittelevaa ylemmyyden naurua toisia kohtaan. Syynä voi olla taloudellisista syistä johtuva kilpailun aiheuttama epäluulo, mutta toisaalta myös oman suhteen ympäröivään kulttuuriin määrittelemisen. Kalahalli jää modernin steriilin kauppamuodon ja perinteisen torikaupan väliin, jossa kumpaankin halutaan ottaa välimatkaa perustelemalla etäisyyttä joko modernin tai perinteisen piirteisiin vetoamalla. Huumori on tässä tapauksessa epämääräisen tilan aiheuttamaa ajatusrakenteiden törmäämistä, jonka seurauksena huumori, olkoonkin ilkeämielistä, tekee kalahallin sisäisen kulttuurin rakenteita näkyväksi myyjille, jotka pyrkivät määrittämään ympäristönsä itselleen ymmärrettäväksi. Huumori toimii tässä paitsi ivaavana myös ivaajia itseään osoittavana sormena, joka piirtää rajoja ympäröivään todellisuuteen. Toisaalta tämä huumori kertoo myös "lupsakan torihengen" toisenlaisesta, raadollisesta ja kilpailevasta luonteesta.

Ilmapiirin symbolit

Edellä esitetystä voi saada kuvan ainoastaan kriittisestä tai satiirisesta huumorista kalahallin huumorin muotoina. Näin ei ole kuitenkaan laita jokaisessa tilanteessa. Myyjien huumoriin ja lempinimien antoon liittyy myös mielenkiintoinen piirre, joka ilmentää myyjien mielialoja jotka konkretisoidaan jutustelemalla toisista.

Lisänimien antaminen on osa myyjien keskinäistä kanssakäymistä, jossa pois-
saolevilla on keskeinen rooli. Ensiksi lisänimet elävöittävät esityksiä ja identifioivat esitettävät kohteet tarkemmin kielellisesti kuin pelkkä matkiminen. Toisaalta lisänimet vähentävät myös virallisuutta kalastajien, myyjien ja asiakkaiden välillä, vaikka niitä ei käytetäkään esitettävän kohteen läsnäollessa. Usein liikanimet perustuvat toistuviin piirteisiin nimityksen saajan toiminnassa. Esimerkkinä liikanimistä voidaan sanoa "Köllykkäahven" Veikko¹, "Kitimummo" ja "Kalastaja"

¹ Lempinimien yhteydessä olevat etunimet eli Veikko ja Kaarlo ovat keksittyjä nimiä intimitet-
tisuojan varmistamiseksi.

Kaarlo. Köllykkäahven lisänimi viittaa kalastajan tuomiin ahveniin, joita hän itse kutsuu kyseisellä nimellä. Kitimummo on puolestaan yksi vaativimmista ja röyhkeimmistä asiakkaista, joka "kitisee" eli valittaa melkein jokaisesta asiasta ja etuilee jonossa. Lisänimet ovat siis kuvaavia kuten edellisessä tapauksessa, jossa huumori on hyvin pitkälle hauskan kuuloisessa ja kuvaavassa sanassa. Jälkimmäisessä tapauksessa huumori personoituu yhteen asiakkaaseen, jonka toiminta kärjistää kalahallin arjen toistuvuuden piirteet itseensä. Kitimummo on myös haukkumasana, joka asettaa myyjien kielen käytön kautta häiritsevän asiakkaan tavallista asiakasta alemmalle tasolla. Kyseessä on siis alentava nimitely, jonka avulla suhteet luodaan myyjien keskinäisessä kanssakäymisessä heidän kannaltaan mieluisampaan järjestykseen. Asiakaspalvelutilanteessa voimakkaat tunteenpurkaukset eivät ole mahdollisia, vaikka suuttumus johtuisi asiakkaan tahdittomuudesta. Kalastaja Kaarlon kohdalla lisänimi viittaa ainoastaan hänen ammattiinsa.

Lisänimien käytön ja lisänimen omaavista henkilöistä puhumisella on myös merkitys koko kalahallissa vallitsevan ilmapiirin kannalta. Lisänimien kautta personoituneet ihmiset toimivat eräänlaisina ilmapiirin symboleina, jolloin heihin liitetyt ominaisuudet nousevat yleisemmälle tasolle. Tämä tarkoittaa käytännössä sitä, että esimerkiksi Kalastaja Kaarlo, jolta kesäisin käydään hakemassa muikkuja, muuttuu myyjien keskinäisessä kielenkäytössä koko kalahallin ilmapiiriä kuvaavaksi toimijaksi. Jos aamu on oikein onnistunut ja sää on hyvä, kertoillaan Kaarlostä hauskoja tarinoita ja matkitaan hänen rauhallista ja tyytyväistä käyttäytymistään. Huonona päivänä, mikä tarkoittaa yleensä huonoa säätä ja kalojen vähäisyyttä tiskissä, on juttujen ja huumorin kohteena kitimummo ja hänen erityispiirteensä. Asia ei käytännössä ole tietenkään näin yksinkertainen, mutta sen ajatus on tämä. Yksittäisiin ihmisiin konkretisoidut piirteet ja niihin liittyvä toisto ja huumori nousevat yleisen tason toiminnan stereotyypeiksi ja määrittävät puheessa kalahallissa vallitsevaa ilmapiiriä. Huumori toimii siis eräänlaisena keinona puhua yleisellä tasolla kalahallissa olevista asioista, mutta tapa puhua on sidottu kalahallin omaan kielenkäyttöön siinä mielessä, että symbolit joilla asioista puhutaan saavat merkityksensä vasta näiden ihmisten toiminnan suhteesta kalahallin arvo- ja arkirakenteeseen. Yksittäisistä henkilöistä tulee siis yleisen symboleja ja huumori heistä on huumoria yleisellä tasolla, jolloin yksilöön kohdistuvalta pilkalta näyttävä toiminta onkin persoonatto-

maan yleiseen tilaan kohdistuvaa huumoria ja asioiden tilaan kohdistuvaa kritiikkiä tai myötämielisyyttä. Kalahallin myyjien keskinäisen huumorin merkittävämpänä piirteenä voidaan yleisesti pitää yksittäisistä tilanteista nousevaa kokonaisuuden kyseenalaistamista tai tukemista.

Lupsakkuus

Kalahallissa asiakkaiden keskinäinen huumori on myös yleistä. Asiakkaiden kanssakäymisessä voi havaita Bahtininkin (1995, 17) käsittelemän torin tuttavallisen ilmapiirin. Kuopiossa tuttavallisesta ilmapiiristä torilla puhutaan usein jonkinlaisena "lupsakkana" ilmapiirinä. Ehkä vielä nykyäänkin toriin liitettävä mielikuva lupsakkuudesta johtaa juurensa ajoilta, jolloin tori ja markkinat olivat ihmisten sosiaalisessa elämässä merkittävämpiä tekijöitä. Usein vuotuisiin taitekohtiin työn ja levon välillä osuvat markkinat ovat sisältäneet vapaalle vaihtamisen elementtejä, jolloin epävirallinen ja hauskanpito ovat olleet korostetusti esillä. Markkinoilla arjen kulun rakenne on murrettu hetkellisesti hauskan pidon keinoin. Toisaalta tori on ollut muutenkin keskeinen koko kansan kohtaamispaikka asioiden hoidon ja kanssakäymisen muodoissa. Torilla on puhuttu sitä kieltä mitä tavalliset ihmiset puhuvat ja kanssakäyminen on ollut tavallista, epävirallista ja arkista kanssakäymistä. Lupsakkuuden voi ajatella siis olevan jotain epävirallisuuden ja hauskuuden mielikuvan sävyttämän paikan jokseenkin tavallista kanssakäymistä, joka on aikojen saatossa idealisoitunut ajatukseksi hyväntahtoisen humoristista kanssakäymisestä. Mielestäni lupsakkuus on nykyään nimenomaan kanssakäymistä, jolla tarkoitetaan ihmisten välistä kontaktia ja puhetta. Tarkoitin tällä sitä, että lupsakkuus ei välttämättä ole humoristista kanssakäymistä vaan kanssakäymistä, jossa asiakkaat ja myyjät, sekä asiakkaat keskenään ovat kontaktissa epävirallisesti. Esimerkiksi asiakkaan ja myyjän välinen kanssakäyminen ei ole enää nykyään itsestään selvyyttä kaikissa kaupoissa. Tori olisi siellä käytettävän henkilökohtaiseen palveluun keskittyvän myyntitapansa vuoksi automaattisesti lupsakka paikka, jos lupsakkuus ajatellaan esittämäni tulkinnan mukaan lähinnä kanssakäymisenä, johon on idealisoitunut käsitys hyväntuulisesta "torin hengestä". Toisaalta asiakkaiden keskinäisenkään kanssakäyminen ei tavanomaisessa kaupassa ole samanlaista kuin kalahallissa. Esimerkiksi on vaikea kuvitella arkinen tilanne, jossa marketin her-

nekeittohyllyn edessä kaksi toisilleen tuntematonta ihmistä kohtaavat ja toinen esitelmöi toiselle hernekeittopurkkinsa valintaa ylistämällä valitsemansa hernekeiton valmistajaa.

Lupsakkuuteen koko toria ja kalahallia käsittävänä määritelmänä täytyy tehdä myös rajauksia, koska se on torin ilmapiirin idealisoimista. Hyväntuulinen kanssakäyminen ja suhtautuminen toisiin ihmisiin saattaa olla mahdollista asiakkaiden keskinäisessä kanssakäymisessä tai asiakkaan ja myyjän välisessä kanssakäymisessä (parhaimmillaan). Torilla vallitsee muuten inhimillinen ilmapiiri kateuksineen ja eripuraisuuksineen. Lupsakkuuden ja hyvän torihengen korostaminen tori-ihmisten keskuudessa on kuitenkin torin ainutlaatuisuutta korostava ja mainosarvoltaan sen verran tärkeä asia, että ajatuksena sitä halutaan helliä Kuopion toria ja savolaisuutta määrittävänä piirteenä. Koska lupsakkuuden ajatus on niin tärkeä, näkyy se myös ihmisten tavassa toimia torilla ja kalahallissa. Vaikka lupsakkuus olisi ainoastaan ideaali kanssakäymisen muoto, vaikuttaa se kuitenkin niin, että esimerkiksi kalahallissa ajatellaan voitavan käyttäytyä hieman vapaammin kuin monissa muissa kauppapaikoissa. Lupsakkuutta voidaan ajatella siis olevan olemassa, mutta se määrittyy lähinnä vain yleisestä hieman poikkeavana tapana toimia.

Lupsakkuus kalahallissa eli kanssakäyminen ihmisten välillä sisältää myös humoristisen piirteensä. Asiakkaiden väliltä on poissa virallisen kanssakäymisen piirteet, kuten seuraavasta esimerkistä voimme havaita.

- - Muutama mielenkiintoinen tapaus sattui kuitenkin. Eräs vanhahko nainen ja mies (tuntemattomia toisilleen) sattui muikkutiskille ja ei ollut hirveä ryysis juuri silloin. He alkoivat jutustelemaan ja naureskelemaan keskenään, menin siihen kuuntelemaan ja kyselemään josko laitettaisiin muikkuja pakettiin. Nainen kokeili muikkua ja Sami nosti muikun pyrstöstä pystyyn, näyttääkseen, että muikku on kovaa eli tuoretta. Nainen alkoi naureskelemaan, "Taitaa sitä näin juhannuksena kaikki olla vähän tönkkönä. Muikut ja poijilla... Tiijäthän sitä sinäkii kun nuorena oltiin. Ei sitä ennee." (mies ja nainen nauravat) "Niin, niin. Se on vuan silleesä, että kun tavara vanhenoo, se vuan löystyy. Taetaa olla luonnon laki." (kaikki naurahcelevat, erityisesti oivalluksen tehnyt mies). Lopuksi mies vielä intotui lauleskelemaan naiselle jotain laulua. Mies ei ollut humalassa ja oli n70-80 vuotta, joten täytyy oman kulttuurimme tuntemuksen nojalla sanoa, että olisikohan muissa kaupoissa näin tapahtunut? Toisaalta mieleen tulee taas kalan vertaaminen miehen sukuelimeen. - - (KP, 39-40.)

Edellisen kaltainen tilanne ei ole harvinainen, mutta ei jokapäiväinenkään. Toisilleen tuntemattomat ihmiset vitsailevat keskenään. Vitsit sisältävät seksuaalisia vihjailuja, mikä sinänsä on varsin yleistä kalahallissa (ks. kielenkäytöstä torilla, Bahtin 17-18). Epävirallinen ja tuttavallinen ilmapiiri vallitsee kaikkien osapuolien kesken. Idealtaan tämänkaltainen kanssakäyminen on sitä, mitä yleisesti tarkoitetaan lupsakkuudella Kuopion torilla ja kalahallissa. Ihmisten väliset rajoitteet ja jäykkyys ovat ainakin hetkellisesti poissa ja jutusteluun pystyy antautumaan tuntemattomankin ihmisen kanssa. Keskustelu ei sisällä äkkiseltään vakavia aiheita tai niistä puhutaan huumorilla höystettynä.

Asiakkaiden välisessä kanssakäymisessä on kuitenkin myös toisenlaisen vivahteen sisältävää käytöstä. Tämä liittyy paitsi keskinäiseen jutusteluun, jossa kumpikin tietävät kalahalliin liittyvän kulttuurin, mutta myös sen suhteen yleisempään viitekehukseen. Yleisemmällä viitekehyksellä tarkoitan kalahallin arvojen törmäystä tai erilaisuutta toisiin tapoihin jäsentää asiat.

- - Oikeastaan tänään ei ollut kovin kummoinen päivä, mikä saattaa olla käsitykseni lähestulkoon jokaisesta päivästä. Tavanomaisuudellaan viehätystä herätti yksi tokaisu, joka liittyy kaloihin. Eräs mies tuli toisen miehen kanssa halliin ja he ihastelivat kaloja. Toinen mies luetteli kaloja ja merilohen kohdalla sanoi toiselle miehelle ja iski meille silmää, että "katothan kun on poijat suaneet hyvän kokkoisen sären verkolla." Tämä on tavallaan erään toisen asiakasryhmän parodiointia, nimittäin nuorten ihmisten, joista moni ei todellakaan tunne kaloja. Tietysti asiaan liittyy myös hyvän tuulinen lörpöttely ja toisen pilkkaaminen ja tavallaan myös itsen alentaminen. Samaan asiaan voisi liittää erään toden ilmiön, jossa nuorista ihmisistä osa tulee kalatiskille katselemaan kaloja ja saattaa kysellä "Onks tää niinku joku lahna tai jotai?" tai kaverien kanssa tulleet saattavat naureskella toisilleen miten huonosti he tuntevat kalat. Tämän seikan räikeä ilmentyminen nuorten keskuudessa on kaupunkilaisuuden ja luonnonläheisyyden kieltämistä omasta itsestään, jolloin kalojen tietämättömyys muuttuu arvokkaaksi ja kalan tunteminen maalaiseksi ja rahvaanomaiseksi. On hienoa, kun ei tunne kaloja ja osoittaa näin olevansa sellainen joka ei käsiään likaa - - (KP, 52.)

Matti Kuusi kirjoittaa savolaisesta huumorista, että "sen vihjailevassa sananviljelyssä on mitä hienointa naivistista sananviljelyä, itseironiaa, jopa absurdisimiin vivahtavaa älyn iloittelua." Huumori muuttuu hänen mielestään tällaisessa ilmapiirissä kritiikiksi ja parodiaksi yhteiskunnallisia "fraasiasenteita" kohtaan. (Kuusi

1965, 177.) Edellä esitetystä esimerkistä löytyy Kuusen esittämiä huumorin piirteitä. Lohen muuttaminen puheessa särjeksi on absurdia, mutta myös omaa tietämystä parodisoivaa leikkittelyä, jossa asetetaan samalla kuulijan tietämys kyseenalaiseksi esittämällä niin kummallinen todellisuusväite, että kuulijan on pakko siihen jollain tapaa reagoida. Toisaalta tilanne saa humoristisen värityksensä myös siihen sisältyvästä viittauksesta yleiseen tietämykseen kaloista, jota ainakin vanhojen- ja vakioasiakkaiden keskuudessa pidetään tärkeänä. Kalatietämyksellä ja siitä leikkiä laskemalla saatetaan myös leikillisesti halventaa toista asiakasta ja mieluiten sellaista, joka ei välttämättä ole aivan jokapäiväinen kävijä kalahallissa.

Turistien [tässä tapauksessa kotimaisten] hienovarainen pilkkaaminen tai heidän ihmettelynsä kääntäminen huumoriksi, jota eivät tietenkään ulkomaalaiset tajua, mutta kotimaiset kylläkin, on mielestäni saanut selvät tapansa ja merkkinsä. Ensinnäkin toiset vanhemmat savolaiset asiakkaat matkivat heidän fraasejaan ja toisaalta myös kääntävät nurinkurisen suureksi heidän tietämättömyytensä kalojen suhteen. Tänäpäin hyvä esimerkki oli se, kun eräs vanhahko savolainen asiakas rupesi seisoksimaan kahden nuoren miehen viereen, jotka ihmettelivät kaloja ja sanoi "kahtokee tuota, se on Kallaveen muikku." (mies osoittaa suuria kuhia). Miehet [turistit] katsovat miestä kummeksuen ja lähtevät pois. (KP, 53-54.)

Esimerkin mukaisessa tilanteessa järjettömältä vaikuttava väite hämmensi tai aiheutti ärtymystä vieraissa miehissä, jotka eivät ehkä välittäneet tuntemattoman miehen sekaantumisesta heidän omaan toimintaansa. Ilmeisesti osapuolien käsitykset huumorista eivät yhdentyneet. Tilanteen pystyy tulkitsemaan alentamiseksi nimenomaan tilannekohtaisuuden ja sen suhteen yleiseen kalahallissa vallitsevaan toimintarakenteeseen nähden, mutta se sisältää myös puhdasta sanakomiikkaa. Savolaisessa huumorissa onkin nähty olennaisena piirteenä se, mitä ja miten sanotaan jokin asia tietyssä tilanteessa (esim. Knuutila 1994, 91).

“Asiakas on aina oikeassa“

Kalahallin huumorin myyjien ja asiakkaiden välillä voi tiivistää edellä olevaan otsikkoon, “Asiakas on aina oikeassa“. Tilanteeseen liittyy tiedollisen ja toiminnallisen puolen ristiriita sekä keskinäisten suhteiden parodia joko kaikille julki-

tuotuna näytöksenä tai sitten keskinäisenä huumorina. Arjen toistuvissa keskustelun aiheissa kertaantuvat luonnollisesti kaloihin liittyvät aiheet kuten tuoreus, pyyntipaikat ja omat kalastuskokemukset ja toiminnassa tuoreuden vakuuttelu ja asiakkaan hyvä palvelu. Näiden toimintojen kautta muodostuvien sosiaalisten suhteiden ja arvojen ympärille muodostuu myös arjen huumori. Tärkeä tekijä on julki- ja tausta-alueeseen liittyvällä tiedolla, koska tilanteet muodostuvat humoristisiksi usein nimenomaan asiakkaan tiedon puutteesta tai asiakkaan "liiasta" tiedosta. Erityisesti myyjien ja kalastajien ja vanhojen myyjien kesken huumori liittyy asiakkaiden erilaisiin väitteisiin kaloista. Esimerkkinä huumorista eräs vanha kalastaja kertoi tapauksen, jossa asiakas oli tullut ostamaan lahnaa, mutta tarjolla ei ollut ollut tarpeeksi suurta. Asiakas oli väittänyt kiven kovaan, että pienessä lahnassa on enemmän ruotoja kuin isossa lahnassa. Kalastaja oli yrittänyt selvittää, että ruotoja on aivan yhtä paljon, mutta isossa lahnassa ne ovat vain suurempia. Asiakas oli pysynyt kannassaan ja jättänyt ostamatta lahnan. Kaskussa tiivistyy mielestäni kärjistetyn hyvin kalahallin myyjien huumorin ydin, "Asiakas on aina oikeassa". Samalla siihen sisältyy myös näkemys siitä, ettei yleisesti hyväksytty ajatusmalli ole todellisuudessa välttämättä oikea ja mahdollistaa välttämättömyytenä pidetyn tilanteen kustannuksella vitsailemisen (Douglas 1979, 96). Asiakkaan kannalta katsottuna huumori taas muodostuu hyvin pitkälle sen pohjalle, mitä hän tietää tausta-alueeseen liittyvistä asioista, huumori ikään kuin paljastaa ja tuo esiin jotain sellaista näkymätöntä, joka ei arjen tasolla näy. Lyhyenä esimerkkinä tilanne, jossa asiakas tulee ostamaan muikkuja ja vastaa tuoreuskyselyynsä itse myyjien joskus käyttämällä ilmaisulla, että "joo, selevästi huomenna pyyvettyjä." Toisin sanoen asiakas on sisäistänyt kalahallin kulttuurin ja samalla tietää kalan tuoreuteen liittyvän merkityksen ja myyjien keskinäisen tiedon kalan todellisesta tuoreudesta. Asiakas pystyy hetkittäin parodioimaan myyjiä ja kalahallia tietämyksensä puitteissa.

Toisaalta tuoreuteen ja palveluun liittyvässä huumorissa koko huumorin olemus perustuu siihen, että on "tieto siitä, miten asiat ovat ja siitä, miten niiden pitäisi olla", kuten Knuutila (1992, 275) tiivistää ajatuksiaan kansan huumorin mielestä. Asian voi ymmärtää kalahallin näkökulmasta esimerkiksi niin, että tuoreuteen liittyvissä kysymyksissä myyjän tieto, toiminta ja ideaalitalanne aiheuttavat ristiriidan, jossa tieto ja ideaalitalanne eivät kohtaa, mutta toiminta ja ideaali kohtaavat. Tarkoiton tällä sitä, että myyjä ylistää asiakkaalle kalan tuoreutta aivan kuin

se oli juuri järvestä nostettu, vaikka kala olisi todellisuudessa tullut jo edellisenä päivänä. Arkinen toiminta muuttuu dilemmaksi, jota ei pysty ratkaisemaan tai ei ole haluta ratkaista. Ristiriita arjen ja ideaalin välillä vaikuttaa ylitsepääsemättömältä. Huumori muodostuu näiden arvojännitteiden välille, jolloin se toimii välineenä ratkaista tämä ristiriita tai puhua siitä. Huumori ikään kuin lieventää tilanteen hyväksyttävyyttä ja toisaalta tuo julki sen mikä tiedetään, mutta josta ei yleisesti puhuta. Huumori on siis asenne tilanteeseen, joka määräytyy kulttuurin sisäisen logiikan ja arvojen mukaan.

Mitä alapään huumori kertoo kalasta

Kalahallin huumorin ilmauksissa käytetään paljon suoria tai vihjailevia viittauksia sukupuolielimiin ja yleensä miesten sukupuolielimiin. Sukupuolielimet kalahallin huumorissa on symboli, joka on liittyy monella tasolla kalahallin kulttuuriin. Tulkintani lähtee liikkeelle sosiaalisten tilanteiden ja arvorakenteiden pohjalta, jotka kalahallista voi abstarhoida. Vaikka sukupuolielimet symbolisena asiana antaisivat varmasti mahdollisuuden mielenkiintoisiin tulkintoihin esimerkiksi psykoanalyttisen tai feminsitisen tulkintakehyksen puitteissa, sivuutan ne mahdollisuuksina mahdollisuuksien joukossa.

Helpoiten tulkittavissa ovat ehkä tilanteet, joissa asiakkaan ja myyjän välinen suhde ilmenee esimerkiksi myyjän ja asiakkaan välisenä keskusteluna tuoreudesta. Seuraavan esimerkin mukainen tilanne on harvinainen nykypäivänä, mutta sen tapaisia kaskuja kertoillaan vanhojen asiakkaiden ja myyjien keskuudessa jonkinlaisina humoristisina tilannekuvauksina sekä nykypäivänkin arvoja ja sosiaalisia suhteita määrittävinä kertomuksina.

H: - - Tuossa - - minun vierellä möi Kankkusen Hilima vainaa, vanha mummo, siinä tyttäresä kanssa möi kaloja. Niin toi tuota kalamies syyskuussa järveltä [muikkuja], noin tunti sitten otettu järvestä ne muikut. Ne oli tietysti pehmosia, eihä se jäykkänä kala tule järvestä. Siihen tuli semmonen hieno rouva ja kahtel ja jopa työnti sormesakkii siihen, ja rupes, että nämähä on pehmeitä, että ovat vanhoja nämä muikut. Kankkusen Hilima kahteli sitä rouvaa silimiin ja sano, että "luuletko sinä juutas, että se mikkää mulukku oo, että se sinun käissä kovottuu." Silllon lähti se rouvakii liikkeelle. Se jäi kauppa kyllä tekemättä, mutta ol Hilima sen sorttinen, että raaski sanna, katos kun ei tämä rouva tuntenukkaa [kaloja], hyvin yksinkertaisesti. Sehän kestää usiamman tunnin, ennen kun se jäykistyy,

kaikki kalat. (M1, 3-4)

Entisen kauppiaan kertoma kasku kuvastaa hyvin myyjän ja asiakkaan tietojen välistä ristiriitaa, mutta myös toisaalta niitä keinoja joilla tietämättömydestä voi rangaista. Asiakkaathan yrittävät saada mahdollisimman paljon tietoa tausta-alueen asioista, joihin kuuluu myös tieto kalojen todellisesta luonteesta. Vertaamalla kalaa "mulukkuun" myyjä ensinnäkin rikkoo konvention asiakkaan ja myyjän välisestä suhteesta muuttamalla kielenkäytön äärimmäisen epäviralliseksi. Vihjaamalla naisen olevan "mulukun" kovettaja, myyjä kääntää kalahallin julki- ja tausta-alueeseen liittyvän tiedon naisen intiimin elämän analogiaksi. Naisen tietämättömyys kaloista saa näin ollen massiivisen liioitellut piirteet, koska hän ei analogian mukaan tiedä omasta intiimistä elämästäänkään mitään. "Mulukku" edustaa tietämättömyyttä koko luonnon kiertokulusta ja siitä, miten asiat yleisemmin toimivat. Asiakas ottaa siis käteensä koko tietämättömyyden ja on näin ollen koko tietämättömyyden jännitteisiin perustuvan myyjä-asiakassuhteen ruumiillistuma. "Mulukku" on vahva symboli asian ilmaisemiseen, koska se sisältää muiden merkitysten ohella myös kirosan merkityksen.

Sukupuolielimiin liittyvässä huumorissa on edellistä esimerkkiä monisyisempikin merkitys. Sukupuolielimiin liittyvässä huumorissa lukee koko kalahallin näyttämön käsikirjoituksen juoni ja ydin. Lähden esimerkin kautta purkamaan väitettä.

Seksuaalisuuteen viittaavissa kalastusjutuissa tuli taas tänään oiva esimerkki. - - [köllykkä ahven Veikko] toi tänään n. 5 kiloa verkko-muikkua ja alkoi puhumaan, että kalat ovat vielä ihan movia etc.. Vieressä seisoskellut mies (kuuluu Gambina-jengiin), alkoi puhumaan, että "muikku ensin kovenoo ja sitten tuas pehmenöö". Reino siihen, että "Se kovenoo ensi pehmeestä, sitten tuas pehmenöö, ennenku kovenoo oikeen kovaks. Se on se kala semmöstä, niin. Vuan voip sitä muustai puhua samalla tappoo..." (kummatkin miehet naureskelevat ja Reino syyttää toista miestä juuri sen toisen asian pohtijaksi). Toisaalta puheessa on läsnä myös viittaus koko ihmisen kiertokulkuun, samoin kuin yleensä elämän ja kuoleman kysymykseen siitä miten lihallinen ruumis käyttäytyy kuoleman jälkeen. (KP, 83.)

Kalan ja sukupuolielimen analogia kertoo ensiksi humoristisesti ulkoisen kovenemisen ja tuoreuden välisen suhteen. Toiseksi tilanteessa on kahden ihmisen välinen leikillinen alentaminen, jossa toinen syyttää toista hävyttömyksien ajattelemisesta. Sukupuolielimiin liittyvät analogiat kertovat kuitenkin myös

kiertokulusta, joka on ihmisen elämää samoin kuin luonnon kiertokulussa. Kuoleman eri vaiheet tulevat esille jäykkyyden analogiassa ja siinä, miten kuollut ruumis käyttäytyy. Sukupuolielimeen viittaaminen hälventää välin ihmisen ja luonnon väliltä, jolloin kaloista ja sukupuolielimistä puhuminen kertoo myös ihmisenä olemisesta. Kalahallissa kalat muistuttavat luonnon läheisyydestä ja luonnon kiertokulusta eli perustavanlaatuisesta kokemuksesta ruumiillisena olentona ja niistä tarpeista jotka tähän liittyvät. Kala kulkee ravintoketjussa ihmisten ruokapöytään ravinnoksi, kala jäykistyy kuin penis sekä sen koko ruumis löystyy vanhana. Luonnon läheisyyden merkitys korostuu huumorin eri merkityksistä, koska tuoreus liitetään nimenomaan luonnon läheisyyden mielikuvaan. Juuri järvestä tuodut kalat ovat tuoreita ja läheltä tulleita. Kuten aiemmin on jo todettu tuoreuden moraalisen merkityksestä toisessa yhteydessä, liittyy tuoreus myös moraalisen arvona käsitykseen luonnosta itseisarvona. Tuoreus on siis myös luonnon kielellinen symboli.

Kalan vertaaminen sukupuolielimiin liittyy siis vahvasti koko kalahallin toimintaa ja kulttuuria määrittävien rakenteiden olemukseen. Luonnon ja tuoreuden sekä niihin liittyvät moraaliset aspektit tulevat selvästi esille alentamisten, jutustelun ja muun huumorin yhteydessä.

8. POHDINTAA KUOLLEIDEN KALOJEN AKVAARIOSTA

“Tässä kirjassa on monenlaisia kertomuksia. - - ja joita lukiessani olen itse hieman hämmentynyt ja ihmettelen, olenko todella kirjoittanut ne vai kenties kuullut ne jossakin.” (Hemingway 1999, 7-8.)

Ollessani ensimmäisen kerran kalahallissa kenttätöissä, keksin tutkimukselle nimen *Kuolleiden kalojen akvaario*. Se on kummitellut ajatuksissani siitä lähtien ja olen palannut ajatukseeni yhä uudelleen ja uudelleen. Näin lopussa on syytä hieman selvittää ajatusta nimestä, kun kalahallin arkea on jo tulkittu paperille. Ajatus nimestä syntyi tavallisena päivänä joskus ennen joulua. Ihmiset kävelivät katselemassa kaloja ilman suurempia ostohaluja ja jokunen turisti oli eksynyt itäisestä naapurista ottamaan valokuvia tiskin melko vaatimattomasta tarjonnasta. Me myyjät vastailimme asiakkaiden kysymyksiin kaloista ja niiden tuoreudesta normaaliin arkiseen tapaan. Nostelimme kuolleita kaloja ja kääntelimme niiden kiduskansia auki, että ihmiset näkisivät tuoreuden merkit. Seisokelimme tiskin takana yhteisessä univormussamme, eli limaisissa ja verisissä kumiesiliinoissa. Ihmisiä käveli ja kyseli. Me olimme kuin matkaoppaita. Osoitimme tietomme kaloista ja esitimme omaa rooliamme mahdollisimman uskottavasti. Olimme näytillä kuin kalat akvaarioissa, me myyjät ja kalat. Meidän kalamme vain eivät tehneet enää temppuja. Siitä nimi Kuolleiden kalojen akvaario, eli se on omalla painollaan, melkein paikallaan kulkevan kalahallin ja sen arjen metafora.

Mikä ja mitä on kalahalli? Sen arjen kuvailemisen ja tulkitsemisen myötä on syntynyt tämä tutkielma, joka on itsessään kalahalli. Kalahalliin liittyy erilaisia merkityksiä, jotka olen pyrkinyt tässä tutkimuksessa tuomaan esiin tulkinnan kautta.

Kalaruuan merkitys on muuttunut entistä enemmän täysipainoisen aterian merkitykseen, vaikka vanhempien asiakkaiden puheista voi joskus huomata vielä kalan merkityksen lähinnä särpimenä. Toisaalta kalahallista katsottuna voi huomata mielenkiintoisen luonnon vaikutuksen ja ihmisen vaikutuksen välisen

sopusoinnun. Kalaa käytetään silloin kun sitä on saatavilla, mutta toisaalta luonnonkiertokulusta huolimatta kalaa suositaan silloin kun on ihmisen tarve, vaikka luonnon kiertokulun mukainen resurssi ei silloin välttämättä ole parhaimmillaan. Nykyaikaisen kuljetustekniikan ansiosta kalaa pystytään kuljettamaan sisämaahan rannikolta myyntiin, vaikka merikala ei olekaan niin suosittua kuin järvikala. Toisaalta kalan saantiin vaikuttaa nykyään myös suhteellisen tehokas kalanviljely toiminta, joka tarjoaa mm. lohta ja siikaa ihmisten ruokapöytiin varsinaisista sesongeista riippumatta, sekä erilaiset muut kalastusvesien hyvinvointiin ja kalakantojen lisäämiseen vaikuttavat tekijät, kuten lainsäädännön määrittämät alamitat kaloille tai kalojen istutustoiminta. Kalan tuonti esimerkiksi Norjasta kertoo myös siitä, miten paikallinen muuttuu osaksi "postlokaalin" ihmisen globaalia yhtenäiskulttuuria (ks. Sarmela 1988).

Tämän tutkimuksen puitteissa voi myös todeta, että kalahallin kulttuuri ei muodosta omaa itsenäistä kulttuuriaan. Väittäisin, että kalahalli sisältää kyllä ominaistakeisia variaatioita suhteessa ympäröivään kaupankäyntikulttuuriin sekä tarjoaa toisaalta hyvän tarkkailupaikan muuhun ympäröivään kulttuuriin, jos ajatellaan esimerkiksi karnevalistista huumoria kalahallia ympäröivän kulttuurin käytäntöjen kyseenalaistamisena tai konventioiden julkittuina. Kalahallia voi mielestäni ajatella yhtenä kielipelinä, jonka logiikka ja säännöt muodostavat omat muotonsa ja sääntönsä. Kalahallin kielipeli on kuitenkin osa laajempaa kokonaisuutta. Kalahallin kielipeli ei tarjoa sisäisesti vastausta kaikkeen itsessään olevaan, mutta antaa mahdollisuuden tutkia erilaisia suhteita joista merkitykset muodostuvat käytännössä ilmenevien viittaussuhteiden kautta. Tämä laajempi kielipeli on se maailmankuva, joka on kulttuurillisena todellisuutena määrittämässä inhimillistä toimintaamme ja ymmärrystämme todellisuudesta ja ympäröivästä maailmasta. Jos kalahallia ajatellaan tekstinä, muodostaa se yksittäisen tekstin, jonka lukeminen vaatii avautuakseen laajemman kontekstin ja joukon rinnakkaistekstejä. Oikeastaan edellä mainitut oletukset ovat implisiittisesti Goffmannin näyttämölähestymistavassa, jos sitä sovelletaan kalahallin kaltaiseen rajattuun tilaan. Suurin syy edellä mainittuun on se, että lähestymistavan yksi tärkeimmistä käsitteistä on tilannearvio. Tilannearviohan syntyy aikaisempien kokemusten kautta, jotka helpottavat toimimaan erilaisissa, mutta samankaltaisissa tilanteissa. Näiden samankaltaisten tilanteiden olemassa olo ja niiden kautta kalahallin kielipelin ymmärtämisen mahdollisuus tai helppous puhu-

vat kalahallin toiminnan olevan lähinnä variaatio jostain suuremmasta kokonaisuudesta. Linjarikkoa viestintää, eli tilannearvion epäonnistumista puolin tai toisin, voidaan pitää taas osoituksena siitä, että kalahallin kulttuuri muodostaa omaperäisen variaation myyntikulttuurin piirissä. Tämän tutkimuksen tuloksien pohjalta voidaan sanoa, että yhtenäinen kulttuurikaan ei ole yhtenäinen vaan sen sisään ikäänkuin muodostuu pienempiä osa-alueita, joita en kuitenkaan haluaisi sanoa osa- tai alakulttuureiksi, koska nämä osa-alueet eivät muodostu minkään tietyn ryhmän luomasta kulttuurista, joka poikkeaa valtakulttuurista. Kalahalli on siis vahva variaatio ympäröivään kulttuuriin, se on yksi hajallaan olevista kielipeleistä, joita määrittää yhden suuremman kielipelin suuntaa antava logiikka ja erilaisten merkitysyhteyksien säikeet. Jos asiaa ajattelee näyttämölähestymistavan käsittein, voi sanoa, että kalahalli muodostaa yksittäisen tausta-alueen koko kulttuurille, joka pitää sisällään tietoa koko kulttuurista. Torejahan on yleisesti pidetty läpileikkauksina ympäröivästä yhteiskunnasta (Kopomaa 1997, 70-71). Toriin kalahalli kuuluu, ainakin Kuopiossa.

Kalahalli jää vielä tämän tutkimuksen jälkeen osittain kysymysmerkiksi. Pohdintaa kalahallin ominaisuudesta näyttelytilana voisi syventää. Miksi ihmiset tulevat katsomaan kuolleita kaloja? Miksi kotimaisia ja ulkomaisia turisteja kiinnostaa kalahalli niin kovasti? Miksi isovanhemmat tuovat lapsensa kalahalliin katselemaan? Myöskin kalahallin systemaattisempi tarkastelu osana suurempaa kokonaisuutta lisäisi tietoa kalahallista ja sen arjesta. Ari Lappalaisen väitöskirjassa Höytiäisen suurjärvestä ja sen kalastuskulttuurin muutoksesta tulee esille kalaveden arvoituksellisuus ja sen selittämiseen liittyvistä, usein irratiinaalisista, selitysmalleista muodostuva tietovarasto (1998, 175-176). Kalahallin arjen tutkimusta voisi syventää esimerkiksi huomion kiinnittämisellä kalahallissa ilmeneviin selitysmalleihin, jotka liittyvät tilanteisiin jolloin ei ole kalaa tarjolla. Onko selitysmalleilla yhtäläisyyksiä, vai muodostuuko kalahallissa aivan omanlaisensa selitysmallit kalaan liittyvissä arvoituksissa? Arjen ymmärrykseen valaisevaa tietoa saattaisi antaa myös näkökulma, jossa laajennettaisiin tarkastelua käsittämään syvällisemmin koko prosessin järvestä ruokapöytään. Prosessin etenemisessä voisi tarkastella eri vaiheiden suhteita ja käsityksiä sekä yhteiseksi muodostuvan käsitysjärjestelmän suhdetta jokaisessa vaiheessa esimerkiksi kalastajien ja kalahallilaisten itsenäisesti muodostamiin käsityksiin asioiden luonteesta. Mielenkiintoista voisi olla myös yleisesti vertailla kalan-

myyntiin liittyviä käsityksiä ainakin Suomen tasolla, mutta näkökulmaa voisi laajentaa koskemaan myös muita maita. Vertailu toisi todennäköisesti mielenkiintoista tietoa esimerkiksi hyväksi ruokakalaksi miellettyjen kalojen erilaisuudesta eri kulttuureissa, erilaisia tapoja määrittää hyvän tuntomerkit jne. Toisaalta kalan myyntiin ja siihen liittyvän kulttuurin voisi laajentaa koskemaan yleisesti ottaen elintarvikkeiden myyntiin ja siihen liittyviin käsityksiin nykypäivänä ja miten ja millaisiksi toisissa konteksteissa eri merkitykset muodostuvat.

Lopuksi on syytä palata luvun alussa olevaan Hemingway sitaattiin. Se on alkupuheessa hänen novellikokoelmassaan, mutta miksi se on viimeisessä luvussa omassa työssäni. Ensiksikin siinä voidaan ajatella olevan sen tiedon ja tulkinnan idea, jota antropologinen työ arkipäiväisyydessään on. Se viittaa ympäröivän todellisuuden tinkimättömään tarkkailuun ja eläytymiseen, jossa oman tiedon ja tutkittavan kohteen tiedon horisontit parhaimmillaan yhtyvät hermeneuttisen perinteen ajattelua mukaillen. Se viittaa myös siihen, miten tulkinnan esittäminen voi olla onnistunut ja sen olemassa olo muuttuu osaksi tietoisuutta. Arki suodattuu sanoina näkökulmasta, joka ei hetkellisen tulkinnan seurauksena näytä oikealta, mutta kertoo siitä enemmän kuin valokuvan tarkka todellisuuden kopioiminen. Viimeksi mainitussa eli tarkassa kopioimisessa ei voi joka tapauksessa onnistua. Sitaatti viittaa myös epävarmuuteen, jos se irrotetaan tarkoittamaan antropologin mahdollisuuksia valtavan informaation keskellä. Asiat niin kentällä kuin opinahjossa vyöryvät yli, joista osa pystytään liittämään tiettyyn ympäristöön, mutta osa jää kellumaan oman oivalluksen ja lukemisen välimaastoon, ei kenenkään alueelle. Tiedon voi sanoa olevan viitteissä, mutta tulkinta on muualla. Kalahallin tulkintaani ajatellen, en epäile, etteikö toisenlainen tulkinta olisi ollut mahdollinen toisella henkilöllä, mutta väitän myös, etteivät tulkinnat pysty arkeen vahvasti kiinnittyneellä ihmisellä poikkeamaan kalanhajun, veren ja puheen tuolle puolen. Toisaalta jo Flaubert kirjoitti kirjassaan *Valmiiden ajatusten sanakirja* "Väärinkäsitys - kaikkien näytelmien perusta" (Flaubert 1997 [1911], 164).

LÄHTEET

Painamattomat lähteet

Kenttäpäiväkirja työjaksolta kalahallissa 13.12. - 30.12.2000.

Kenttäpäiväkirja haastattelujen ja työjakson ajalta 21.5. - 28.7.2001.

Kenttäpäiväkirjat ovat tekijän hallussa.

Haastattelut

Työkaverit:

(TK) Mies, ikä 24 vuotta, lukio ja kalatalouden perustutkinto, Kuopio.

(TK) Mies, ikä 45 vuotta, teknillinen koulutus, Kuopio.

(TK) Mies, ikä 33 vuotta, peruskoulu, Kuopio.

Kalahallin entiset työntekijät:

(M1) Mies, ikä 73 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(M2) Nainen, ikä 67 vuotta, eläkeläinen, Paukarlahti.

Kalastajat:

(K1) Mies, ikä 55 vuotta, ammattikalastaja, Kuopio, kalastuspaikka: Etelä-Kallavesi.

(K2) Mies, ikä 65 vuotta, eläkeläinen, Kuopio, Kalastuspaikka: Kallavesi (Vuorisalo).

(K3) Mies, ikä 65 vuotta, eläkeläinen, Paukarlahti, Kalastuspaikka: Kallavesi (Koirusvesi).

(K4) Mies, ikä 36 vuotta, ammattikalastaja, Kuopio, Kalastuspaikka: Etelä-Kallavesi (Ollinselkä).

Asiakkaat:

(A1) Mies, ikä 70 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A2) Mies, ikä 54 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A3) Nainen, ikä 78 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A4) Nainen, ikä 73 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A5) Nainen, ikä 63 vuotta, eläkeläinen, Siilinjärvi.

(A6) Mies, ikä 65 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A7) Nainen, ikä 79 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A8) Nainen, ikä 57 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A9) Nainen, ikä 51 vuotta, myyjä, Kuopio.

(A10) Mies, ikä 74 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

(A11) Nainen, ikä 68 vuotta, eläkeläinen, Kuopio.

Haastattelunauhut ja litteraatiot ovat tekijän hallussa.

Muut painamattomat lähteet:

Tarkastuspöytäkirja. Kuopion kaupungin ympäristökeskuksen ympäristöterveystoimiston kalahallin ja kalan ulkomyyntipisteiden tarkastus 17.5.2001 klo 8-9 aamulla. Tarkastuspöytäkirja tehty 23.5.2001.

Jalkanen, Marita 1996. Kirpputori erilaisten hierarkioiden näyttämönä. Pro gradu. Jyväskylän yliopisto, etnologian laitos.

Internet lähteet:

Savolainen, Minna: www.Kuopio.fi/Kuopiolainen/kesa99/kauppa.htm. 24.1.2001 klo 9.24.

Painetut lähteet

Bahtin, Mihail 1995. Francois Rabelais - keskiajan ja renesanssin nauru. Helsinki: Kustannus oy Taifuuni.

Banton, Michael 1973. Urbanization and Role Analysis. Teoksessa Aidan Southall (toim.) Urban Anthropology - Cross-Cultural Studies of Urbanization. New York: Oxford University Press.

Barthes, Roland 1981. Elements of semiology. 7. Painos. New York: Hill and Wang.

Barthes, Roland 1993. Tekstin hurma. Tampere: Vastapaino.

- Barthes, Roland 1994.** Mytologioita. Tampere: Gaudeamus.
- Bergson, Henri 1994 [1900].** Nauru - Tutkimus komiikan merkityksestä. Helsinki: Loki-Kirjat Oy.
- Caillois, Roger 1961.** Man, Play, and Games. New York: The Free Press of Glencoe, Inc.
- Camus, Albert 1958.** Putoaminen. 3. painos. Helsinki: Otava.
- Crapanzano, Vincent 1992.** Hermes` Dilemma and Hamlet`s Desire: on the epistemology of interpretation. Cambridge: Harvard University Press.
- Douglas, Mary 1979.** Implicit meanings - Essays in Anthropology. Lontoo: Routledge & Kegan Paul.
- Douglas, Mary 2000 [1966].** Puhtaus ja vaara - ritualistisen rajanvedon analyysi. Tampere: Vastapaino.
- Eco, Umberto 1988.** On Truth. A Fiction. Teoksessa Umberto Eco, Marco Santambrogio, Patrizia Violi (toim.) Meaning and Mental Representations. Bloomington: Indiana University Press.
- Flaubert, Gustave 1997 [1911].** Valmiiden ajatusten sanakirja. Helsinki: Loki-Kirjat.
- Geertz, Clifford 1973.** The Interpretation of Cultures. New York: Basic Books.
- Geertz, Clifford 1988.** Works and Lives – The Anthropologist as Author. Cambridge: Polity Press.
- Geertz, Clifford 2000 [1983].** Local Knowledge - Further Essays in Interpretive Anthropology. 3. painos. United States of America: Basic Books.
- Giddens, Anthony 1984.** Yhteiskuntateorian keskeisiä ongelmia - Toiminnan, rakenteen ja ristiriidan käsitteet yhteiskunta-analyysissä. Helsinki: Otava.
- Goffman, Erving 1971.** Arkielämän roolit. Helsinki: WSOY.
- Grönfors, Martti 1985.** Kvalitatiiviset kenttätömenetelmät. Toinen painos. Helsinki: WSOY.
- Haavio-Mannila, Elina & Snicker, Raija 1980.** Päivätanssit. Helsinki: WSOY.
- Heinonen, Jouko 1984.** Rovaniemen markkinat. Hämeenlinna: Karisto.
- Hemingway, Ernest 1999.** Ensimmäiset 49 kertomusta. 3. painos. Helsinki: Tammi.
- Huizinga, Johan 1967 [1938].** Leikkivä ihminen - Yritys kulttuurin leikkiaineeksen määrittelyä. Helsinki: WSOY.
- Ingold, Tim 1976.** The Skolt Lapps Today. Cambridge: Cambridge University Press.

- Jaakkola, Kaisu 1977.** Muuttuva joulu - Kansatieteellinen tutkimus. Kansatieteellinen arkisto 28. Helsinki: Suomen muinaismuistoyhdistys.
- Keinänen, Päivi 1998.** Työn luokitus työnä. Teoksessa Seppo Paananen, Anneli Juntto, Hannele Sauli (toim.) Faktajuttu - Tilastollisen sosiaalitutkimuksen käytännöt. Tampere: Vastapaino.
- Knuuttila, Seppo 1992.** Kansanhuumorin mieli - Kaskut maailmankuvan aineksena. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 554. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Knuuttila, Seppo 1994.** Tyhmän kansan teoria – Näkökulmia menneestä tulevaan. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Tietolipas 129. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Koivisto, Mauno 1998 [1956].** Sosiaaliset suhteet Turun satamassa. 2. painos. Helsinki: Teema viestintä.
- Kopomaa, Timo 1997.** Tori - marginaali - haastava kaupunki – Tilatapauksia julkisten ulkotilojen käytöstä ja reunimmaisista käytännöistä. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Toimituksia 670. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Kurttila, Terhi & Pennanen, Jukka 1992.** Muuttuva tori ja ihminen. Oulun yliopiston kirjallisuuden ja kulttuuriantropologian laitoksen julkaisuja. B. Oulu.
- Kuusi, Matti 1965.** Pohjoiset reservit - Epätieteellisiä puheenvuoroja. Helsinki: Kirjayhtymä.
- Lappalainen, Ari 1998.** Kalastuskulttuuri muuttuvassa yhteiskunnassa - Etnologinen analyysi kalastuskulttuurin muuttumisesta Pohjois-Karjalan Höytiäisellä 1890-luvulta 1990-luvulle. Kalastusmuseoyhdistys r.y:n julkaisuja 13. Helsinki: Kalastusmuseoyhdistys r.y.
- Lett, James 1987.** The Human Enterprise - A Critical Introduction To Anthropological Theory. Boulder: Westview Press.
- Niiniluoto, Ilkka 1994.** Järki, arvot ja välineet - kulttuurifilosofisia esseitä. Helsinki: Otava.
- Nummela, Ilkka 1989.** Kuopion historia III. Kuopio: Kustannuskiila.
- Pehkonen, Erkka 2001.** Suomuteatteri - Antropologinen tutkimus kalahallin arjesta. Villa Rana 1/2001 s.7-25. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, etnologian laitos.

- Räsänen, Matti 1980a.** Ruoka ja juoma sosiokulttuurisena kuvastimena - Ruokakulttuurin tutkimuksen ongelmia, metodeja ja kehityksen suuntaviivoja. Jyväskylän yliopiston etnologian laitoksen tutkimuksia 11. Jyväskylä: Jyväskylän yliopiston etnologian laitos.
- Räsänen, Matti 1980b.** Savokarjalainen ateria. Helsinki: Otava.
- Räsänen, Matti 1991.** Kuopion markkinat. Teoksessa Pirjo Jantunen (toim.) Kuopion tori. 2. korjattu painos. Kuopio: Kuopion Isänmallinen Seura.
- Salama, Hannu 1985.** Kosti Herhiläisen perunkirjoitus. Teoksessa Finlandia-sarja. 2. painos. Helsinki: Otava.
- Sarmela, Matti 1988.** Paikalliskulttuurin rakennemuutos - Raportti Pohjois-Thaimaan riisikylästä. 2. lyhennetty painos. Suomalaisen Kirjallisuuden Seuran Tietolipas 109. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Soininen, Maija-Liisa 1991.** Kuopion torikauppaa 1900-luvun alussa. Teoksessa Pirjo Jantunen (toim.) Kuopion tori. 2. korjattu painos. Kuopio: Kuopion Isänmaallinen Seura.
- Tuomi-Nikula, Outi 1982.** Keskipohjalaisen kalastajan vuosi - Keski-Pohjanmaan suomenkielisen rannikon ammattimaisen kalastuksen ja hylkeenpyynnin muuttuminen 1800- ja 1900-luvulla. Kansatieteellinen arkisto 32. Helsinki: Suomen Muinaismuistoyhdistys.
- Vattimo, Gianni 1999.** Tulkinnan etiikka. Helsinki: Tutkijaliitto.
- Weber, Max 1980 [1904-1905].** Protestanttinen etiikka ja kapitalismin henki. Helsinki: WSOY.
- Virtanen, Leea 1994.** Arjen uskomukset. Helsinki: WSOY.
- Wittgenstein, Ludwig 1999 [1969].** Varmuudesta. 2. Painos. Helsinki: WSOY.
- Vonnegut, Kurt 1998.** Ajanjärjestys. Helsinki: Tammi.
- Wuthnow, Robert 1989.** Meaning and Moral Order - Explorations in Cultural Analysis. Berkeley: University of California Press.

LIITE 1 Kysymyslista asiakkaiden haastatteluissa

- nimi, ikä, ammatti, missä asut
- Käytkö usein kalahallissa
- Miksi käyt kalahallissa?
- Mitä tuotteita ostat? Miksi juuri niitä/sitä? Mikä olisi parasta kalaa ja mikä ruokakala ei teidän mielestänne ole mistään kotoisin?
- Onko teillä jotain vinkkiä, miten voi varmistaa kalan tuoreuden? Käytättekö itse näitä keinoja kalaa ostaessanne?
- Miten vuodenaika tai sää vaikuttaa siihen mitä kalaa ostate?
- Oletteko varma, että saatte aina sitä tuotetta mitä haluatte? (Mitkä tekijät vaikuttavat epävarmuuteen?) esim. sää, vuodenaika...
- Kun ostat kalaa, haluatko, että sitä käsitellään jo hallissa jollain tapaa? Miksi?

- Kuuluuko kala usein ruokapöytänne antimisiin?
- Millä tavoin valmistatte kalan ruuaksi?
- Kuuluuko kala arjen ohella myös joihinkin juhliin (esim. joulu, juhannus, pääsiäinen...)? Mihin juhliin? Millä tavoin valmistettuna?
- Mitä mieltä olette kalan merkityksestä nykypäivän ruokakulttuurissa? Onko trendikästä? Käytetäänkö liian vähän?

- Miltä teistä tuntuu, kun asioitte kalahallissa? (Tuntuuko luonnon läheisyys?)
- Käyttekö koskaan vain katselemassa kaloja, vaikka ette ostaisi mitään? Miksi?
- Mikä merkitys kalahallilla on teille?
- Mitä arvelette kalahallin merkitsevän muille kuopiolaisille tai ihmisille ylipäänsä?
- Mikä teistä on tyypillistä kalahallissa (esim. hajut, ihmiset, puheenparret...)?
- Muistatteko jotain juttua, kaskua tai tarinaa kalahallista (ei tarvitse olla pitkä, jos ei tule mieleen mitään erityistä)?
- Kuuluuko tinkiminen kalahalliin? Miten kannattaa tinkiä? Onko tinkiminen vähentynyt ajan myötä?
- Onko tuotteet mielestänne säilyneet samanlaisina vai onko joitain tuotteita hävinnyt tai uusia tullut tilalle? Kaipaatteko joitain tuotteita tai olisitteko kiinnostunut joistain uusista tuotteista?

Miten luulette kalahallin kaltaisten ostopaikkojen säilyttävän asemansa yhteiskunnassa? Miten luulette suurten markettien vaikuttavan teidän tai muiden ihmisten valintaan nimenomaan kalaan ostoon liittyvissä päätöksissä?

LIITE 2 Kysymyslista kalastajien haastatteluissa

- nimi, ikä, (ammatti, jos kalastaa sivutoimena), kotipaikka
- Miten päädyit kalastajaksi? Miten pitkään olet ollut kalastajana?
- Minkälainen on kalastajan arkipäivä? (esim. "aikataulu"...)
- Millä menetelmillä ja mitä pääsääntöisesti kalastat? Miten vuodenaika vaikuttaa kalastusmenetelmän valintaan?
- Miten luonto vaikuttaa siihen mitä kalastetaan?
- Missä päin kalastelet? Vaihtelevatko pyyntipaikat?
- Miten luonto vaikuttaa kalastajan arkeen?
- Miten olette varautuneet luonnon oikkuihin?

- Mikä on kalahallin merkitys kalastajalle?
- Kuinka usein tuot kalaa halliin?
- Mitä tapahtuisi, jos kalahallin toiminta loppuisi?
- Olisiko jotain juttua tai kaskua kalahallista?

- Aiotko jatkaa vielä pitkään kalastushommissa?
- Mitä arvelet nykyisten ja tulevien kalastajien ryhtymisestä kalastajiksi?
- Mitkä ovat mielestäsi suurimmat uhkat kalastustoiminnalle?
- Onko kalastus voimissaan?
- Miten kalastustoiminta on muuttunut oman kalastustoimintasi aikana?
- Onko oma kalastustoimintasi muuttunut vuosien myötä?
- Minkälaisia muutoksia olet huomannut kalahallissa vuosien myötä tapahtuneen?

- Mitkä ovat kalastajan ammatin hyvät ja huonot puolet?
- Onko luonto ystävällinen vai vihollinen?

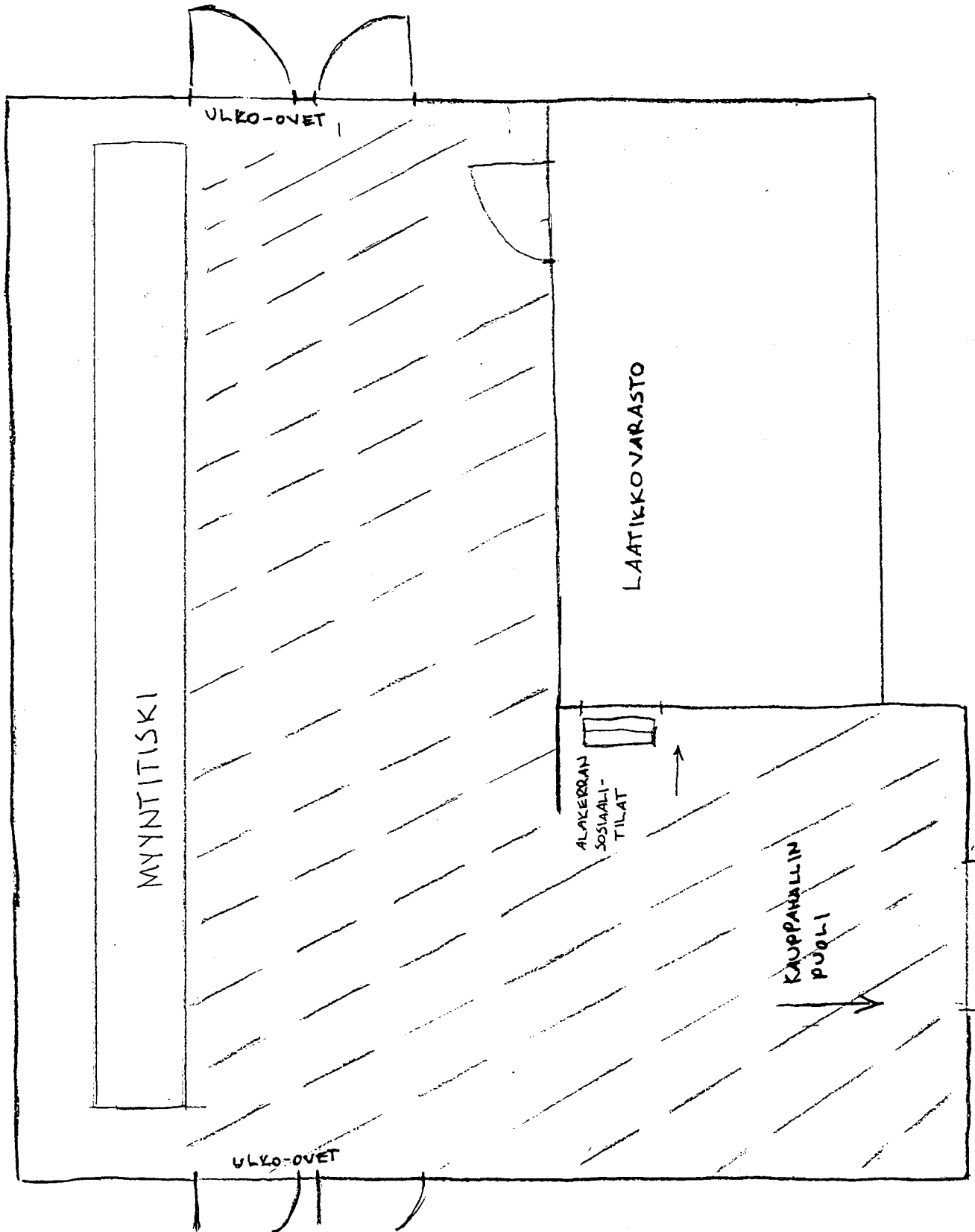
LIITE 3 Kysymyslista työkavereiden haastatteluissa

- nimi, ikä, koulutus
- Miten päädyit alalle ja kauanko olet työskennellyt kalahallissa?
- Kertoisitko minkälainen tavallinen työpäiväsi on?

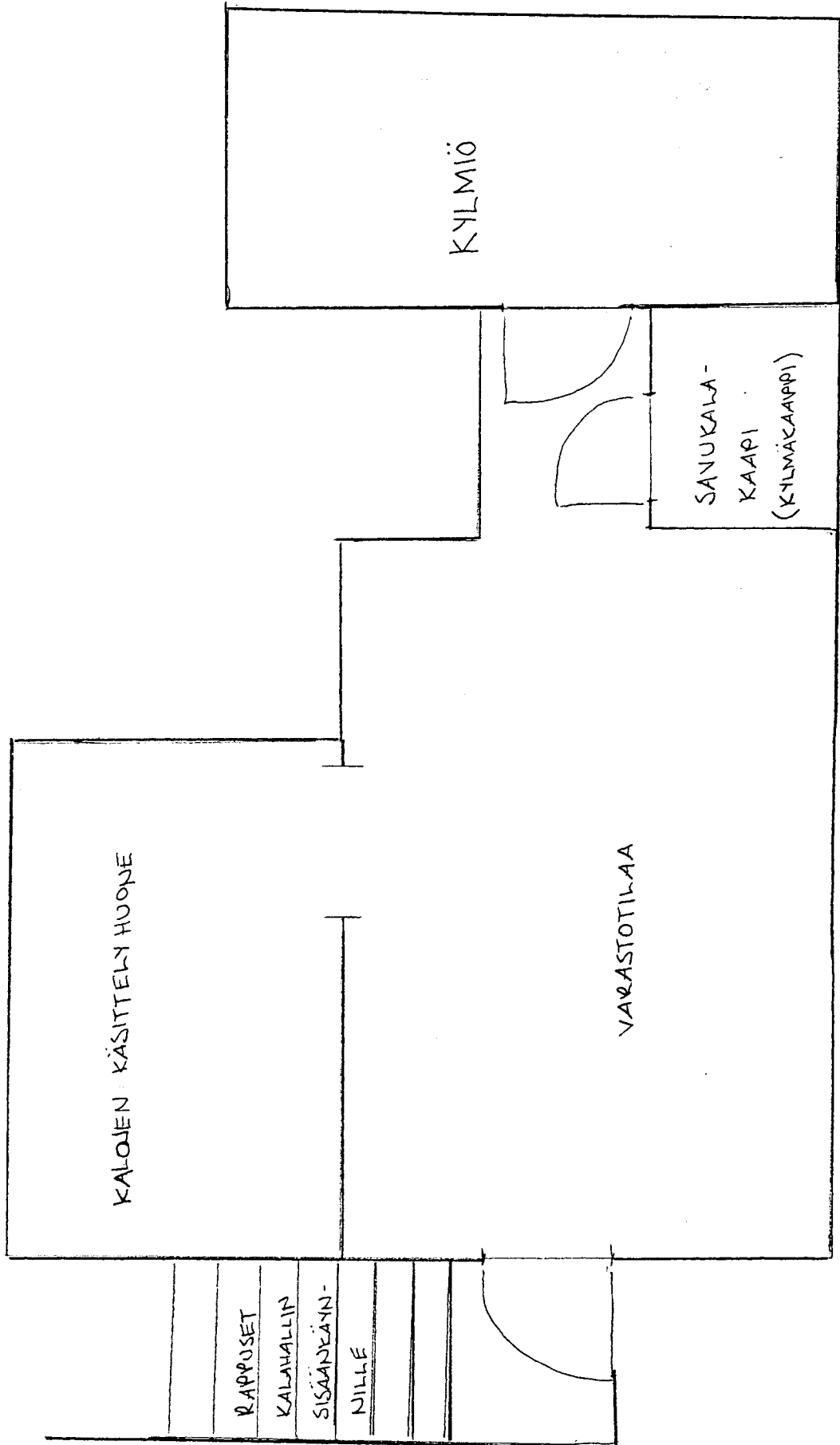
- Minkälaisia asiakkaita kalahallissa käy? (esim. ikäjakaumaa...)
- Onko asiakkaissa jokin, mikä ärsyttää?
- Mikä on sinusta tyypillistä kalahallin asiakkaissa?
- Oletko kiinnittänyt huomiota "ikkunaostoksilla" kävijöihin? Mikä mielikuva sinulla on siitä, mitä he hakevat tai miksi kiertelevät?
- Onko olemassa jokin asia, joka on sinusta tyypillistä asiakkaiden ja myyjien välisessä kanssakäymisessä?
- Oletko huomannut eroa sen suhteen, mitä vanhempien ja nuorempien asiakkaiden kaloille pitää tehdä?
- Mitä mieltä olet tinkimisestä? Onko se oikein? Miksi?

- Miten näet, että kalahalli sijoittuu ihmisen ja luonnon välissä?
- Miten luonto vaikuttaa sinusta kalahallin toimintaan?
- Kertoisitko miten eri vuodenaajat vaikuttavat kalahalliin? Mikä on tyypillistä eri vuodenajoille?
- Miten säät vaikuttavat kalahallin toimintaan? (esim. "matikkamyräkki", kylmä sää...)
- Mitä mieltä olet kalahallin sijoittumisesta yhteiskuntaan?
- Minkälaiset kalahallin kaltaisella toiminnalla on jatkua?
- Mitä muutoksia kalahallissa on tapahtunut aikana, kun olet siellä työskennellyt?
- Mitä merkityksiä luulet, että kalahallilla on?
- Miten eri juhlat vaikuttavat kalahalliin?
- Mitkä tuotteet ovat suosituimpia eri aikoina tai ylipäätään?
- Syötkö itse kalaa?

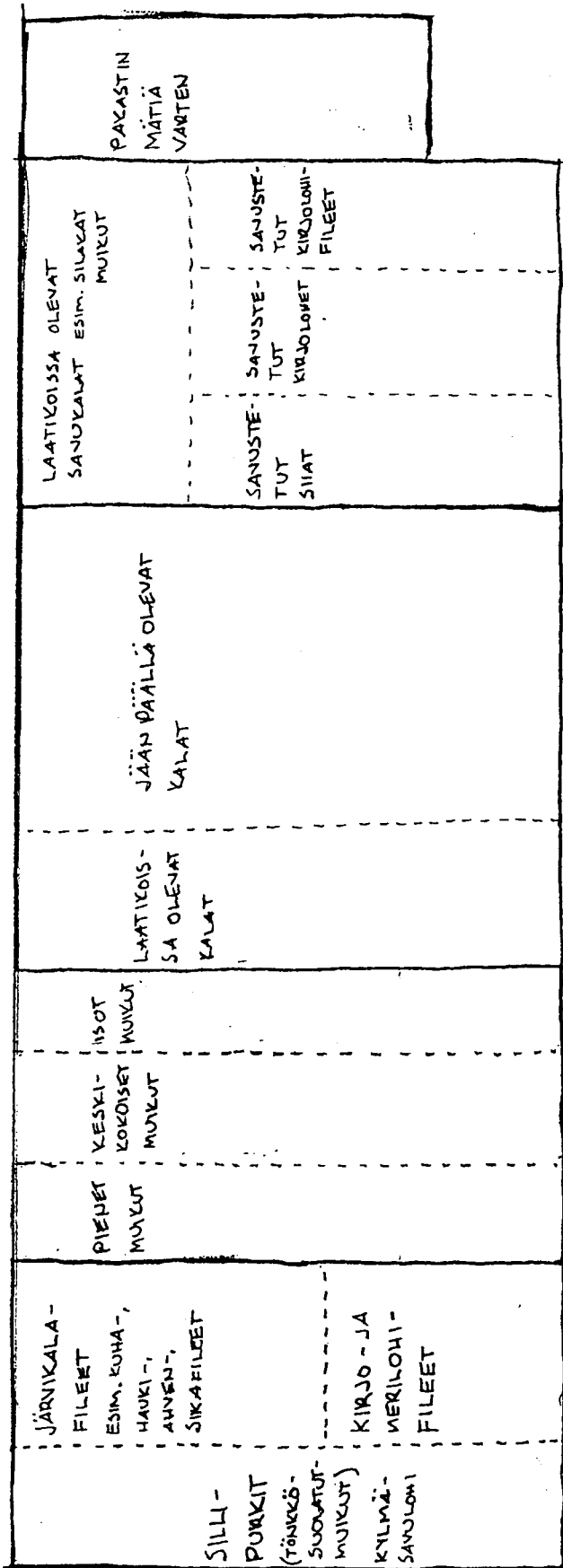
- Olisiko jotain juttua, tarinaa, tai kaskua... kalahallista tai siitä mikä sinusta kuvastaa kalahallia?



Katkoviivalla merkitty alue on asiakkaille sallittua julkialuetta



MYYJIEN PUOLI



JÄRNİKALA - JA LOHTISKI (ANOTISKI)
 TUOTTEET JÄRN PÄÄLLÄ JA LAATIKOISSA
 TUOTTEET JA JÄRJESTYS VAIHTELEVAT

SAUKALATISKI
 (LASINITRIINI)
 TUOTTEET JA JÄRJESTYS
 VAIHTELEVAT

ASIAKKAIDEN PUOLI