

## **Silleistä sipuleihin**

Tuotteiden ja myyjien arvottaminen katukauppioiden keskuudessa Henry Mayhew'n  
teoksessa *London Labour and the London Poor* (1851)

Vilma Helkearo

Kandidaatintutkielma

Historian ja arkeologian tutkinto-ohjelma, historia

Historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos

Humanistinen tiedekunta

Turun yliopisto

Toukokuu 2025

Turun yliopiston laatu järjestelmän mukaisesti tämän julkaisun alkuperäisyys on tarkastettu

Turnitin OriginalityCheck -järjestelmällä

Kandidaatintutkielma

## **Historian ja arkeologian tutkinto-ohjelma, historia**

**Vilma Helkearo**

### **Silleistä sipuleihin - Tuotteiden ja myyjien arvottaminen katukauppioiden keskuudessa Henry Mayhew'n teoksessa *London Labour and the London Poor* (1851)**

**Sivumäärät:** 22, 2

Tutkielmassani käsittelen 1800-luvun puolivälin Lontoon katukauppioiden tuotteiden arvottamista sekä katukauppiisiin tuotteiden kautta liitettyjä mielikuvia. Samalla tarkastelen näiden mielikuvien ja arvojen vaikutusta kauppioiden sosiaalisiin suhteisiin. Noin 30 000 katukauppiaan ammattikunta tienasi elantonsa Lontoon kaduilla kalaa ja kasviksia myyden muodostaen yhtenäisiä piirteitä omaavan ryhmän. Aihe koskettaa ruoan, köyhyyden ja naiseuden historiaa.

Lähdeaineistonani toimii porvaristaustaisen Henry Mayhew'n teoksen *London Labour and the London Poor* (1851) ensimmäinen osateos. Alun perin kolmeosainen teos on koottu Mayhew'n 1840-luvun lopulla *The Morning Chronicle* -lehteen kirjoittamien artikkelien pohjalta ja kuvailee laajasti Lontoon kaduilla elänyttä väestöä. Lähestyn aihetta lähiluvun keinoin tarkastellen erityisesti tuotteisiin liitettyjä mielikuvia.

Katukauppiat arvottivat tuotteitaan sekä positiivisesti että negatiivisesti. Tuotteen arvoon vaikuttivat muun muassa sen rahallinen arvo, tyypilliset myyjät sekä myyntikokemus. Mielikuvat olivat muuttuvia, ja sama tuote saatettiin nähdä eri tavoin. Tuotteiden kautta rakentui myös kuva itse kauppiaista. Myydyt tuotteet saattoivat kertoa myyjänsä taustasta, kyvyistä tai varallisuudesta. Samalla mielikuvat välittivät tietoa naisten ja eri etnisten ryhmien asemasta Lontoon kaduilla.

**Avainsanat:** katukauppa, Lontoo, viktoriaaninen aika

# Sisällysluettelo

<b>1</b>	<b>Johdanto</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Tuotteiden arvottaminen katukauppioiden keskuudessa</b>	<b>8</b>
2.1	Kala kaupankäynnin perustana	8
2.2	Köyhän sipuleista hedelmien luksukseen	11
<b>3</b>	<b>Katukauppiat sosiaalisessa hierarkiassa</b>	<b>15</b>
3.1	Tuotteet kauppioiden mielikuvien rakentajina	15
3.2	Katukauppioiden sisäiset suhteet	18
<b>4</b>	<b>Lopuksi</b>	<b>21</b>
	<b>Lähteet</b>	<b>23</b>
	<b>Liitteet</b>	<b>24</b>
	<b>Liite 1. Lista myytävistä tuotteista käännöksineen</b>	<b>24</b>

# 1 Johdanto

1800-luvun puolivälissä Lontoo oli reilu kahden miljoonan asukkaan<sup>1</sup> suurkaupunki, koko brittiläisen imperiumin pääkaupunki ja merkittävä kaupankäynnin keskus. Sen väki jakaantui erilaisiin sosiaalisiin ja ammatillisiin ryhmiin. Katukauppioiden (eng. *costermonger*) ammattikunta ansaitsi elantonsa katukaupalla välittäen lontoolaisille muun muassa vihanneksia ja kalaa. Noin 30 000<sup>2</sup> kauppiaan ammattikuntaa yhdisti paitsi yhteinen työ myös yhteinen kulttuuri tapoineen ja tottumuksineen. Aamuisin kasvis- ja kalatoreilta ostetut tuotteet myytiin kaduilla kaupungin väestölle joko paikallaan pysyen tai kierrellen.

Tutkielmassani tarkastelen hedelmä-, vihannes- ja kalakauppioiden keskuudessa esiintynyttä tuotteiden arvottamista brittiläisen Henry Mayhew'n teoksen *London Labour and the London Poor* (1851) ensimmäisen volyymin kautta. Lontoon köyhistä kiinnostunut porvaristaustainen Mayhew pyrki kuvaamaan heidän todellisuuttaan useiden muiden viktoriaanisten aikalaisten tavoin. Mayhew'n moniosainen teos koostuu alun perin *The Morning Chronicle* -lehdessä 1840-luvun lopulla julkaistuista artikkeleista. Ne julkaistiin osana nimellä *Labour and the Poor* kulkenutta artikkelien sarjaa, joka kuvasi Englannin vähävaraisten ja työläisten elämää.<sup>3</sup> Mayhew kokosi artikkelit kolmiosaiseksi teokseksi vuonna 1851, ja vuonna 1861 julkaistiin vielä Henry Mayhew'n, Bracebridge Hemyngin, John Binnyn ja Andrew Hallidayn kirjoittama neljäs osateos. Yhdessä teokset muodostavat laajan 1840-luvun Lontoon köyhälistöä ja katuja kuvaavan kokonaisuuden, joka yhdistää Mayhew'n oman näkökulman ja kaduilla työskennelleiden omat kokemukset. Paikoin teoksen kuvaukset ovat ristiriidassa keskenään, mutta tästä huolimatta *London Labour and the London Poor* tarjoaa arvokasta tietoa viktoriaanisen ajan Lontoosta ja sen ihmisistä.

Katukauppiat arvottivat eri tuoteryhmiä eri tavoin. Myytävät tuotteet kertoivat niiden myyjästä ja hänen ominaisuuksistaan. Tutkimuskysymyksenäni pyrin selvittämään, kuinka katukauppiat Mayhew'n mukaan arvottivat myytäviä tuotteita ja millaisia mielikuvia Mayhew'n tekstissä liitetään tiettyjä tuotteita myyviin kauppiaisiin. Arvottamisella en viittaa rahalliseen arvoon vaan siihen, kuinka katukauppiat eri tuotteet ja tuoteryhmät näkivät, ja miten nämä mielikuvat vaikuttivat ryhmän sisäisiin suhteisiin. Rahallinen arvo kuitenkin

---

<sup>1</sup> Atkins 2017, 1.

<sup>2</sup> Mayhew 1851, 4.

<sup>3</sup> Münch 2018, 55–56.

linkittyy tuotteiden arvostukseen käsiteltäessä kaupankäynnillä elantonsa tienavaa ihmisryhmää ja vaikuttaa sekä tuotteisiin että kauppiaisiin liitettyihin mielikuviin.

Analysoin Mayhew'n tekstiä lähiluvun keinoin. Yksityiskohtaisen tarkastelun avulla pääsin käsiksi aineiston merkityksiin, joihin perustan tulkintani. Taulukoin alkuperäisaineistostani tekemäni tutkimuskysymyksiini liittyvät havaintoni tuoteryhmittäin, ja täydensin taulukkoa muilla aineistosta tekemilläni ja aihetta tukevilla havainnoillani. Erittely paljasti ilmiöitä ja yksityiskohtia, jotka pyrin liittämään katukauppiaiden todellisuuteen ja ajan kontekstiin tutkimuskirjallisuuden avulla. Samalla listasin kaikki Mayhew'n teoksessa esiinnousseet tuotteet käännöksineen.<sup>4</sup> Varsinaisen tarkasteluni kohteena ovat Mayhew'n teoksen luvut *Street Seller of Fish*, *Street Sellers of Fruit and Vegetables* ja *Stationary Street Sellers of Fish, Fruit, and Vegetables*, mutta taustoitan katukauppiaiden työtä, arkea ja kulttuuria myös luvun *Costermongers* kautta.

Olen rajannut aiheeni hedelmiä, vihanneksia ja kaloja myyviin kauppiaisiin, joiden kuvailemiseen Mayhew käyttää termiä *costermonger*. Tarkemmin *costermonger*-termillä tarkoitetaan kauppiaita, jotka ostivat myytävät tuotteensa kasvis- ja kalatoreilta.<sup>5</sup> Ryhmää yhdisti yhteinen kulttuuri, jota Mayhew teoksessaan kuvailee. Eronteko kalaa ja kasviksia myyvien kauppiaiden välillä ei ole mielekästä eikä ongelmatonta, sillä sama myyjä saattoi myydä sekä kasviksia että kalaa eri vuodenaikoina.<sup>6</sup> Ammattiryhmän yhtenäisyys tekee rajauksestani mielekkään, ja tarjoaa mahdollisuuden pureutua tuotteiden arvoon juuri tietyn sosiaalisen ryhmän sisällä. Samalla yhden yhteisön tarkastelu mahdollistaa sen sisäisen sosiaalisen hierarkian arvioinnin. Sosiaalisella hierarkialla tarkoitan ryhmän sisäisiä suhteita, valtarakenteita ja ryhmän jäsenten erilaisia asemia. Selvyyden vuoksi viittaan suomeksi *costermonger*-kauppiaisiin katukauppiaina, ja muihin katukauppaa harjoittaneisiin henkilöihin katumyyjinä. Muita merkittäviä myyjien ryhmiä olivat irlantilaiset ja juutalaiset, jotka myivät pitkälti samoja tuotteita kuin englantilaiset katukauppiaat. Nämä erilliset ryhmät eivät ole tarkasteluni kohteena, mutta niiden huomioiminen auttaa katukauppiaiden ymmärtämisessä. Ryhmän identiteetti rakentuu vuorovaikutuksessa ryhmän omien jäsenten ja muiden ryhmien kanssa.<sup>7</sup> Irlantilaisten ja juutalaisten rooli katukaupassa vaikuttikin siis katukauppiaiden käsitykseen itsestään kauppiaina.

---

<sup>4</sup> Ks. liite 1.

<sup>5</sup> Mayhew 1851, 7.

<sup>6</sup> Mayhew 1851, 54–55.

<sup>7</sup> Münch 2018, 65–66.

Katukauppiaiden ammattiryhmä ei ole tutkimusaiheena uusi, vaikka juuri katukauppiaiden tuotteisiin keskittävää tutkimuskirjallisuutta en olekaan löytänyt. Ajan yleistä ilmapiiriä, naisten asemaa ja köyhälistön todellisuutta tarkastelen Rachel G. Fuchsin teoksen *Gender and Poverty in Nineteenth-Century Europe* (2005) kautta. Ruokakulttuuria ja ruoan historiaa taustoitin teoksessa *A Cultural History of Food in the Age of Empire* (2012) julkaistun Anna Davinin artikkelin *Family and Domesticity: Food in Poor Households* avulla. Toisenlaisena näkökulmana Lontoon ruokahistoriaan hyödynnän Peter J. Atkinsin artikkelia *A Tale of Two Cities': A Comparison of Food Supply in London and Paris in the 1850s* teoksesta *Food and the City in Europe Since 1800* (2007).

Mayhew'n teos on esimerkki 1800-luvun kirjallisesta aineistosta. Se on koottu sanomalehtiartikkelien pohjalta, mutta ei ole varsinainen artikkelikokoelma vaan oma itsenäinen teoksensa. Havaintojeni tukena hyödynnän tutkielmassani Miriam Dobsonin ja Benjamin Ziemannin toimittamaa teosta *Reading primary sources: The interpretation of texts from nineteenth- and twentieth-century history* (2020). Lähdekriittisen tarkastelun tukena hyödynnän Ole Münchin artikkelia *Henry Mayhew and the Street Traders of Victorian London - A Cultural Exchange with Material Consequences* (2018). Mayhew itse ei ollut katukauppias, vaan tarkasteli kaduilla työskenteleviä ulkopuolisen näkökulmasta. Lähdekritiikin näkökulmasta onkin tärkeä muistaa tämä vastakkainasettelu: vaikka Mayhew pyrki kuvailemaan katujen väestöä todenmukaisesti, hänen oma asemansa yhteiskunnassa vaikutti paitsi hänen tulkintoihinsa myös siihen, millaiseen todellisuuteen hän kaduilla törmäsi.

Itse teosta voidaan tarkastella useasta näkökulmasta, joista omana lähtökohtanani toimii Ole Münchin ajatus kulttuurillisesta vaihdosta. Münchin mukaan Mayhew'n teosta on aiemmin tarkasteltu niin porvarillisenä diskurssina kuin aitona kuvauksena köyhän kansanosan elämästä. Münch itse esittää teoksen eräänlaisena monikulttuurisena vaihtona, jonka osapuolia olivat keskiluokkainen journalisti sekä Lontoon katujen väki. Osapuolten vuorovaikutus johti konkreettisiin seurauksiin. Mayhew kuvailee kaduilla kohtaamaansa omista lähtökohdistaan, mutta itse kohtaamiset ovat myös muokanneet teosta ja sen näkökulmia. Teoksensa myötä Mayhew tuli tutuksi myös katujen välle, jotka olivat paitsi tarkastelun kohde myös osa

teoksen yleisöä. Katujen väen keskuudessa teos herätti kuvauksillaan keskustelua ja tyytymättömyyttä ja muokkasi sosiaalisten ryhmien tapoja tarkastella ja määritellä itseään.<sup>8</sup>

Myytäviä tuotteita voidaan pitää osana materiaalista kulttuuria, jonka tutkimus kattaa muun muassa jokapäiväiset objektit ja ihmisen ja luonnon vuorovaikutuksen tulokset.<sup>9</sup>

Materiaalisella käännteellä tarkoitetaan materiaalista kulttuuria korostavaa kulttuurihistorian suuntausta, jota on korostettu muun muassa ruokahistorian saralla.<sup>10</sup> Katukauppiaiden tuotteita tarkastelemalla käsittelen sekä materiaalista kulttuuria että ruokakulttuuria, olivathan tuotteet elintarvikkeita. Materiaalisille objekteille eli tässä tapauksessa tuotteille annetut merkitykset tarjoavat mahdollisuuden ymmärtää, miten jokapäiväiset esineet nähtiin, ja kuinka ne vaikuttivat ihmisten arkielämään. Tuotteet olivat katukauppiaiden työn kulmakivi, mikä tekee niistä toimivan lähtökohdan katukauppiaiden tarkastelulle.

---

<sup>8</sup> Münch 2018, 62–65.

<sup>9</sup> Green 2012, 61.

<sup>10</sup> Green 2012, 61.

## 2 Tuotteiden arvottaminen katukauppioiden keskuudessa

### 2.1 Kala kaupankäynnin perustana

Kala oli viktoriaanisessa Lontoossa ravinnon kulmakiviä, jota kulutettiin kaupungissa paljon. Laaja ostajakunta synnytti kysynnän, johon katukauppiat vastasivat. Kalojen ja muiden merenelävien valikoima oli laaja ja kausittain vaihtuva. Kalasesonki kesti lokakuusta toukokuuhun.<sup>11</sup> Kalatta ei kuitenkaan tarvinnut elää sen ulkopuolellakaan: meriantura eli kielikampela oli yksi katukauppioiden vakiotuotteista, jota oli saatavilla lähes ympäri vuoden.<sup>12</sup> Osa kauppiaista erikoistui myymään vain tiettyjä tuotteita, kun taas toisilla valikoima vaihtui sesongin mukaan.<sup>13</sup> Näihin eri tuotteisiin liitetään Mayhew'n teoksessa erilaisia mielikuvia, joihin vaikuttavat muun muassa tuotteiden tyypilliset myyjät sekä tyypillinen ostajakunta.

Viktoriaanisessa Lontoossa kala oli ruokana yleistä ja halpaa.<sup>14</sup> Merkitys korostui myyntimäärissä: kaloihin kulutettiin rahaa vuodessa Mayhew'n arvion mukaan lähes kolminkertaisesti kasviksiin verrattuna.<sup>15</sup> Kaupungin köyhälle väestölle kala oli ravinnonlähteenä tärkeä. Sitä kulutettiin Lontoossa moninkertaisesti verrattuna toiseen ajan eurooppalaiseen suurkaupunkiin Pariisiin.<sup>16</sup> Mayhew jopa vertaa kalan roolia köyhien lontoolaisten ruokavaliassa perunan merkitykseen irlantilaisille.<sup>17</sup> Varsinkaan köyhimmälle väestölle kala ja muut proteiininlähteet eivät kuitenkaan olleet jokapäiväinen itsestäänselvyys.<sup>18</sup> Sen sijaan tärkeitä ruokia olivat peruna, kaali ja sipuli.<sup>19</sup> Mayhew'n liioittelu rakentaa narratiivia kalan suuresta merkityksestä köyhille paljastaen samalla Mayhew'n tavan värittää teoksensa kuvailua. Todellisuudessa tärkeimpiin ruoka-aineisiin lukeutuivat myös leipä ja tee.<sup>20</sup> On kuitenkin ymmärrettävää, mikseivät ne katukauppiaita tarkasteltaessa nouse Mayhew'n teoksessa olennaisesti esille. Leivän kaltaiset viljatuotteet

---

<sup>11</sup> Mayhew 1851, 63.

<sup>12</sup> Mayhew 1851, 62.

<sup>13</sup> Mayhew 1851, 62–63.

<sup>14</sup> Mayhew 1851, 62.

<sup>15</sup> Mayhew 1851, 95.

<sup>16</sup> Atkins 2007, 12, 18.

<sup>17</sup> ”— a fish diet seems becoming almost as common among the ill-paid classes of London, as is a potato diet among the peasants of Ireland.” Mayhew 1851, 62.

<sup>18</sup> Davin 2012, 149–150.

<sup>19</sup> Atkins 2007, 12.

<sup>20</sup> Davin 2012, 143–144.

eivät kuuluneet katukauppiaiden tuotevalikoimaan, eivätkä myöskään tee, liha tai juusto ja muut maitotuotteet.

Kalalaaduista köyhille myytiin erityisesti kaikkein halvimpia kalalajeja, kuten silliä. Se nousee esille myös yhtenä myydyimmistä kalalajeista. Köyhien luksukseksi Mayhew kuvaili kilohaileja, kun taas katkaravut ja hummerit sen sijaan löysivät harvemmin tiensä köyhän pöytään. Äyriäiset muodostivat tuoteryhmänä ristiriitaisen kokonaisuuden, sillä niitä kuvailtiin samalla sekä halutuiksi ja halvoiksi että luksustuotteeksi. Ristiriitaisuuden syyksi tulkitsen äyriäisten valikoiman, joka sisälsi varsin erilaisia ja eriarvoisia tuotteita.

Varakkaammalle väelle katukauppiat myivät lohta, joka kiinnosti myös köyhempiä silloin, kun sitä oli saatavilla edullisesti.<sup>21</sup>

Kaikki merenelävät eivät olleet katukauppiaiden silmissä samanarvoisia. Tiettyihin tuotteisiin ja niiden myyjiin liitettiin kielteisiä mielikuvia, eikä kaikkia tuotteita pidetty katukauppiaiden arvolle sopivina. Mayhew'n teoksesta välittyy myös ajan henki, johon sukupuolten tasa-arvo ei kuulunut. Naiset ja lapset myivät myös tuotteita, joiden ajateltiin olevan miespuolisten katukauppiaiden alapuolella. Merenelävistä kielteisiä mielikuvia liitettiin kilohailiin, rantakotiloihin, simpukoihin sekä kuningaskotiloihin<sup>22</sup>. Kilohailin myynnin nähtiin olevan katukauppiaiden alapuolella, vaikka siihen saatettiin turvautua muun myytävän puutteessa.<sup>23</sup> Köyhille tärkeiden kilohailien myyminen ei siis ollut arvostettua. Niiden myynnin nähtiin soveltuvan enemmän naisille ja lapsille.<sup>24</sup> Kilohailin myynnin kuvailusta löytyy myös ristiriitaisuuksia. Huolimatta aiemmin kuvailuista kielteisistä mielleyhtymistä, kilohailin myynnin todetaan olevan lähes täysin katukauppiaiden käsissä.<sup>25</sup> Selitystä ristiriitaisuudelle voidaan etsiä esimerkiksi naisen asemasta. Naispuolisia katukauppiaita kuvataan paikoin katukauppiaiden vaimoina, tyttärinä ja leskinä, vaikka nykypäivän linssien läpi katsottuna hekin kuuluivat yhtäläisesti katukauppiaiden luokkaan. Naisille sopivana nähty myyntityö ei ollut miespuolisten katukauppiaiden suosiossa, mutta naisten määrä teki siitä kuitenkin merkittävää. Paikoin ristiriitaisuuksia voivat selittää myös eri lähteet ja tiedot, joiden pohjalta Mayhew on teoksensa koostanut. Katukauppiaiden keskuudessa saattoi esiintyä erilaisia näkemyksiä, eivätkä Mayhew'n omat havainnot ja haastattelut välttämättä olleet linjassa keskenään. Mielenkiintoista on myös pohtia, miten oma myyntiartikkeli

---

<sup>21</sup> Mayhew 1851, 62–63, 69–71.

<sup>22</sup> Termillä *whelk* viitataan yleensä kuningaskotiloihin, kun taas *dog whelk* viittaa yleensä nassakotiloihin.

<sup>23</sup> Mayhew 1851, 63.

<sup>24</sup> Mayhew 1851, 69.

<sup>25</sup> Mayhew 1851, 62.

vaikutti katukauppiaiden näkemyksiin. Oliko tuotetta helpompi arvostella, jos sen myynti ei itseä koskettanut?

Rantakotiloiden tapauksessa mielikuvat liittyvät etenkin itse tuotteiden myyjiin, joiden kuvaillaan haisevan kalalta ja asuvan huonoilla alueilla.<sup>26</sup> Rantakotilot, haudutetut simpukat ja keitetyt kuningaskotilot niputetaan yhdessä huonommiksi tuotteiksi, joiden myyjät olivat alemmaa luokkaa verrattuna katukauppiaisiin.<sup>27</sup> Taustalla vaikuttaa niiden myyntihinta: kauppaa käytiin vähempiarvoisilla kolikoilla, mistä katukauppiat eivät pitäneet.<sup>28</sup> Huomionarvoista on myös todeta, ettei mielikuvilla ollut suoraa yhteyttä siihen, millaisista merenelävistä oli kyse. Kilohaili kuului katukauppiaiden silmissä valkoisten kalojen ryhmään, joka kattoi kaikki muut tuoreet kalat lohta ja taimenta lukuun ottamatta.<sup>29</sup> Kielteisillä mielleyhtymillä ei ollut mitään tekemistä sen kanssa, että kilohaili on kalana valkoinen, vaan arvotus syntyi muista syistä. Nilviäiset eivät olleet katukauppiaiden keskuudessa arvostettuja, mutta syynä ei ole niiden kuuluminen nilviäisten ryhmään vaan niiden myyntihinta. Tuotteen kategoria ei siis synnyttänyt suoraan sen arvoa.

Kielteisiä mielleyhtymiä tasapainottivat positiiviset mielikuvat. Katukauppiat arvottivat Mayhew'n mukaan tiettyjä mereneläviä myös muiden yläpuolelle, ja liittivät niihin ristiriitaisiakin kuvauksia. Punakampela on tästä hyvä esimerkki. Sesongin aikana sille oli kysyntää, mutta kauppiaiden kannalta tuote oli haastava.<sup>30</sup> Sitä oli vaikea käsitellä, ja siksi punakampelan myynti oli tuottoisaa vain kokeneille katukauppiaille.<sup>31</sup> Pelkkä tuotto ei näin ollen määritä tuotteeseen liitettyjä mielikuvia ja sille annettua arvoa, vaan mukana vaikuttavat myös sen kanssa toimimiseen liitetyt tekijät, kuten nähtiin jo rantakotiloihin liitetyn hajun tapauksessa. Osterit ovat toinen esimerkki tuotteesta, jonka yhteydessä Mayhew tuo esille erilaisia näkökulmia samasta tuotteesta. Eräs katukauppias kuvaili osterien myynnin olevan raskasta työtä. Toisaalta osterien myyntiä kuvailtiin myös lisätyönä, jota harjoitettiin muun kaupankäynnin jälkeen.<sup>32</sup> Paremmat katukauppiat asettelivat osterinsa myyntiin edustavammin kuin muut.<sup>33</sup> Mielenkiintoisen näkökulman tarjoaa myös ostereita myyvän

---

<sup>26</sup> Mayhew 1851, 76.

<sup>27</sup> Mayhew 1851, 64.

<sup>28</sup> Katukauppiat olivat tottuneet käyttämään kuusipennisiä (eng. *sixpence*), eivätkä pitäneet puolipennien kanssa toimimisesta (eng. *halfpence*). Mayhew 1851, 64.

<sup>29</sup> Mayhew 1851, 62.

<sup>30</sup> Mayhew 1851, 67.

<sup>31</sup> Mayhew 1851, 67.

<sup>32</sup> Mayhew 1851, 75.

<sup>33</sup> Mayhew 1851, 75.

naisen kertomus: Mayhew toteaa naisen alentuneen osterikojun pitäjäksi.<sup>34</sup> Ostereiden myynti ei siis ollut yksiselitteistä. Parempi myyjä panosti kauppaan, kun taas toisille osterien myynti oli lisätienestien lähde tai valitettava uravalinta.

Kasviksiin verrattuna kalaan liitetään Mayhew'n teoksessa vähemmän arvottamista. Tuotteita, katukauppiaita ja ostajakuntaa kyllä kuvaillaan, mutta useat tuotteet sivuutetaan myyntimäärien ja sesonkien ulkopuolella täysin tai niitä kuvataan vain pintapuolisesti. Esiintyvät kuvaukset kertovat sekä itse tuotteiden arvotuksesta että sen taustalla vaikuttaneista tekijöistä. Mielikuvia synnyttivät useat eri asiat: taustalla saattoivat vaikuttaa tuotteen hinta, tuotetta tyypillisesti myyvät kauppiat ominaisuuksineen tai tuotteen käsittely.

## 2.2 Köyhän sipuleista hedelmien luksukseen

Kasvisten myynti oli 1800-luvun puolivälissä vahvasti sesongista ja kasvukausista riippuvaista.<sup>35</sup> Sama ilmiö on nähtävissä vielä tänäkin päivänä: etenkin kotimaisten kasvisten puolella kasvukaudet vaikuttavat siihen, mitä kauppojen hyllyiltä löytyy, eivätkä ulkomaalaisetkaan tuotteet ole sesongeille immuuneja. Mayhew'n teoksessa toistuu muita nykyajastakin tuttuja ilmiöitä. Katukauppiaat myivät sekä kotimaisia eli englantilaisia että ulkomaalaisia kasviksia.<sup>36</sup> Osaa tuotteista saattoi löytää myynnistä sekä koti- että ulkomaalaisena, kun taas toisten tuotteiden kohdalla alkuperämaa oli aina sama.<sup>37</sup> Hasselpähkinöiden kohdalla alkuperä vaikutti jopa siihen, millä nimellä tuotetta kutsuttiin.<sup>38</sup> Oman aikalaiskontekstinsa Mayhew'n teokselle tuo myös perunaruton aiheuttama Irlannin suuri nälänhätä, jonka vuosiin 1845–1852 *London Labour and the London Poor* osuu.

Kasviksia tarkasteltaessa käytän tuotteista niitä luokitteluja, joita Mayhew teoksessaan hyödyntää. Itse viittaa kasviksilla sekä hedelmiin että vihanneksiin. Hedelmien kategoria kattaa myös marjat, millä mukailen alkuperäisaineistoni tapaa luokitella tuotteita. Myös

---

<sup>34</sup> Mayhew 1851, 75.

<sup>35</sup> Mayhew 1851, 79, 81.

<sup>36</sup> Ks. viite 1.

<sup>37</sup> Mayhew 1851, 80–81.

<sup>38</sup> Gijónista tulleita pähkinöitä kutsuttiin englanniksi nimellä *Spanish nuts*, kun taas Tarragonasta tulevat hasselpähkinät tunnettiin englanniksi nimellä *Barcelona nuts*. Mayhew 1851, 89.

pähkinät sijoittuvat kasvisten kategoriaan. Hedelmät jakaantuvat vielä tuoreisiin ja kuivattuihin tuotteisiin, joiden asema ei markkinoilla ollut samanlainen.<sup>39</sup>

Tuottoisimpia kasviksia katukauppiaille olivat hedelmät, joista suosittiin etenkin kalliimpia. Hedelmien ongelmana oli niiden lyhyt kausi, sillä omenaa lukuun ottamatta hedelmäsesongin kesto oli vain nelisen kuukautta. Tuottoisuus teki hedelmistä mieluisimman myyntiartikkelin, vaikkeivat kaikki hedelmien myyntiin voineetkaan ryhtyä. Olemassa olevat yhteydet ostajiin ja rutiinikerrokset pakottivat monet myyjät tarjoamaan myös kalaa ja kasviksia lyhyen hedelmäsesongin aikana. Hedelmäkauppiat kuitenkin erikoistuivat useammin vain yhteen tuoteryhmään, kun vihanneksia ja kalaa myyvien katukauppioiden valikoima oli vaihtuvampaa. Kasviksia ja kalaa myyviin kauppiaisiin viitataan termillä yleiskatukauppias<sup>40</sup>. Kuivien hedelmien myyntiin enemmistö kauppiaista turvautui vain, kun tuoreita tuotteita ei ollut saatavilla. Asiakkaiden näkökulmasta hedelmät olivat erityisesti luksustuotteita siinä, missä kala ja vihannekset lukeutuivat välttämättömiin peruselintarvikkeisiin.<sup>41</sup>

Kielteisiä mielikuvia kasviksista Mayhew liittää etenkin appelsiineihin ja pähkinöihin. Katukauppiat välttelivät yleensä kyseisiä tuotteita, eivätkä pitäneet niiden myyjiä – pääasiassa irlantilaisia – aitoina katukauppiaina.<sup>42</sup> Mielikuvan vahvuutta kuvastaa hyvin se, kuinka katukauppioiden kerrotaan mieluummin nääntyvän kuin alentuvan myymään appelsiineja ja pähkinöitä.<sup>43</sup> Syy vastenmielisyydelle ei käy täysin selväksi, mutta selvää on, että tuotteita ei pidetä samassa arvossa kuin muita hedelmiä. Ristiriitaisesti myöhemmin mainitaan myös katukauppioiden myyvän appelsiineja, mutta silloinkin korostetaan enemmistön myyjistä olevan irlantilaisia, naisia ja lapsia.<sup>44</sup> Jo aiemmin havaitsemani naisten ja lasten jättäminen katukauppioiden ulkopuolelle siis toistuu. Eri pähkinöihin suhtaudutaan eri tavoin: katukauppiat saattoivat vastustuksestaan huolimatta myydä saksanpähkinöitä ajanvietteenä, pähkinöitä saattoi olla tarjolla muun valikoiman joukossa ja paahdetut kastanjat olivat kylmällä säällä yleisiä hedelmämyyjien keskuudessa.<sup>45</sup> Ilmiö ei siis ollut yksiselitteinen, vaikka appelsiineja ja pähkinöitä arvotetaankin toistuvasti kielteisesti.

---

<sup>39</sup> Mayhew 1851, 79, 90.

<sup>40</sup> Englanniksi *general dealer*.

<sup>41</sup> Mayhew 1851, 79, 81, 83–84, 90–91.

<sup>42</sup> Mayhew 1851, 79.

<sup>43</sup> Mayhew 1851, 79.

<sup>44</sup> Mayhew 1851, 88.

<sup>45</sup> Mayhew 1851, 79, 89–90.

Muita hedelmiä ja marjoja eritellään tekstissä neutraalimmin. Marjoista esille nousevat erityisesti vadelmat, vaikka tieto onkin hieman ristiriitaista. Vadelmista sai kirsikoita nopeammin tuottoa, mikä oli tehnyt niistä kirsikoita arvostetumpia, mutta niitä pidettiin silti kauppiaiden keskuudessa huonosti tuottavana tuotteena.<sup>46</sup> Toisaalta kirsikoita pidettiin vaivattomana tuotteena myydä.<sup>47</sup> Mansikoiden Mayhew kertoo työllistävän suuren määrän kauppiaita silloin, kun niiden hinta laski tuoden ne katukauppiaiden saataville.<sup>48</sup> Mansikoiden myynti onkin siis tulkittavissa kannattavaksi ja arvostetuksi. Omenia kuvaillaan kaupankäynnin perustuotteeksi, mutta mielenkiintoisen sävyn tuo tuotteen alkuperä: eri mittojen vuoksi ranskalaisten omenoiden myynti on katukauppiaille kotimaisten tuotteiden myyntiä kannattavampaa.<sup>49</sup> Ananaksen kerrotaan olleen tuotteista kaikkein tuottoisin, kun se tuli ensimmäisen kerran Lontoon markkinoille 1840-luvun alkupuolella.<sup>50</sup> Rivienvälistä on kuitenkin tulkittavissa, että tilanne oli muuttunut. Eksoottinen tuote ei ehkä ole enää yhtä eksoottinen, jonka lisäksi Mayhew mainitsee tarjonnan kasvaneen.<sup>51</sup> Kuivattujen hedelmien myynti ei katukauppiaiden keskuudessa ollut suosittua.<sup>52</sup> Muihin marjoihin ja hedelmiin ei kauppiaiden kertomuksissa ja Mayhew'n tulkinnoissa suuremmin arvotusta kohdisteta, vaan Mayhew keskittyy kuvailemaan muun muassa asiakaskuntaa, hintaa ja tuotteiden käyttötarkoituksia.

Katukauppiaiden tuotteet ovat Mayhew'n teoksessa vahvasti läsnä, mutta pääpaino on tuotteiden sijaan ihmisissä, joita Mayhew teoksessaan pyrkii kuvaamaan. Tuotteisiin on todellisuudessa voitu liittää vahvojakin mielikuvia, jotka Mayhew ei tuo esille esimerkiksi siksi, ettei pitänyt asiaa tärkeänä tai ollut siitä tietoinen. Lähdeaineistona sanomalehdet paitsi heijastavat aikaansa, myös kertovat kirjoittajiensa tavasta jäsenellä ja käsitellä niin yhteiskuntaa, ympäröivää maailmaa kuin niitä käsittelevää tietoa.<sup>53</sup> Sama ajatus on mielestäni sovellettavissa myös tässä tapauksessa, onhan *London Labour and the London Poor* koottu artikkelien pohjalta. Mayhew'n tavat käsitellä ja valikoida tietoa ovat tuottaneet teoksen, joka kuvastaa Mayhew'n omaa käsitystä katukauppiaista. Muiden marjojen ja

---

<sup>46</sup> Mayhew 1851, 81, 85.

<sup>47</sup> Mayhew 1851, 85.

<sup>48</sup> Mayhew 1851, 85.

<sup>49</sup> Tuotteet myytiin toreilla vakoittain (eng. *bushel*). Ranskalainen vakka sisälsi enemmän omenoita kuin englantilainen vakka. Vaikka ranskalaiset omenat olivatkin kalliimpia ostaa myyntiin, sai niistä silti isomman tuoton. Mayhew 1851, 85.

<sup>50</sup> Mayhew 1851, 84.

<sup>51</sup> Mayhew 1851, 84.

<sup>52</sup> Mayhew 1851, 90.

<sup>53</sup> Vella 2020.

hedelmien tapauksessa onkin siis hyvä muistaa, ettei Mayhew'n neutraali kuvailu välttämättä tarkoita, että näihin tuotteisiin on kaduilla todella suhtauduttu neutraalisti.

Vihanneksista mielenkiintoisina esimerkkeinä esille nousevat kurkku, sienet, nauriit ja sipulit, joihin liitetään erilaisia kielteisiä mielikuvia. Kurkku ja sienet esitellään tuotteina, joita katukauppiat eivät myy.<sup>54</sup> Kurkun tapauksessa tuotteen arvostus oli tehnyt täyskäännöksen. Ennen hienona pidetyn kurkun arvostus laski, kun sen ajateltiin liittyvän vuonna 1849 riehuneeseen koleraan.<sup>55</sup> Tuotteen arvo siis eli ajassa ja oli voinut muuttua rajustikin olosuhteiden tai asiakaskunnan näkemysten muuttuessa. Nauriiden tapauksessa katukauppiat arvottivat tuotteita käytännöllisyyden näkökulmasta. Katukauppiat eivät nauttineet nauriiden myymisestä, sillä ne painoivat paljon.<sup>56</sup> Paljon kantamista sisältävän työn kannalta vastentahtoisuus kuljettaa painavia tuotteita on ymmärrettävää ja inhimillistä. Sipuleihin liitetään etenkin ajatus halvasta tuotteesta, jonka myymiseen ei tarvittu merkittävää pääomaa vaan oli köyhienkin saavutettavissa.<sup>57</sup> Tuotteen rahallinen arvo antoi siis leiman, joka ylsi myös muihin mielikuviin. Vihannesten kuvailu näyttää katukauppiaista sekä inhimillisen että voittoa tavoittelevan puolen, jotka yhdessä muiden tekijöiden kanssa rakensivat kauppiaiden muuttuvia mielikuvia.

Kasvisten arvottamista tarkasteltaessa esiin nousee sama monipuolisuus, jonka havaitsin jo kalojen ja merenelävien kohdalla. Siihen, miten katukauppiat tuotteitaan tarkastelivat, vaikuttivat rahallisen arvon, tyyppillisen kauppiaan ja itse myymiskokemuksen kaltaiset tekijät. Toisaalta tuotteisiin saatettiin liittää myös vähemmän selviä mielikuvia. Arvo ja mielikuvat eivät kuitenkaan olleet pysyviä, kuten kurkun tapaus osoittaa, vaan ne rakentuivat vuorovaikutuksessa asiakaskunnan, yhteiskunnan ja muiden kauppiaiden kanssa.

---

<sup>54</sup> Mayhew 1851, 79.

<sup>55</sup> Mayhew 1851, 93.

<sup>56</sup> Mayhew 1851, 81.

<sup>57</sup> Mayhew 1851, 94.

### 3 Katukauppiat sosiaalisessa hierarkiassa

#### 3.1 Tuotteet kauppiaiden mielikuvien rakentajina

Sosiaalinen hierarkia rakentuu useiden tekijöiden summana, eikä siksi ole perusteetonta olettaa, että myydyt tuotteet vaikuttivat myös ryhmän sisällä. Tuotteiden arvottaminen ja niihin liitetyt mielikuvat voidaan yhdistää tuotteita myyneisiin kauppiaisiin, olivathan tuotteet näkyvä osa katukauppiaiden arkipäivää ja työtä. Kuinka Mayhew'n teoksessa kuvataan katukauppiaita heidän myymiensä tuotteiden kautta, ja millaisia mielikuvia tuotteiden arvottaminen kauppiaista synnyttää?

Katukauppiaiden muodostama sosiaalinen ryhmä, jota yhdisti etenkin yhteinen työ mutta myös yhteinen kulttuuri ja elämä Lontoon kaduilla, ei ollut tarkkarajainen. Mayhew'n teoksessa esiin nousevat myyjät, joita katukauppiat pitivät itseään alempina ja omaan ryhmäänsä kuulumattomina. Merkittävimmät katukauppiaiden ulkopuolelle jäävät katumyyjien ryhmät olivat irlantilaiset ja katujen juutalaiset.<sup>58</sup> Tuotevalikoima oli yksi eriarvoisuutta havainnollistavista tekijöistä. Tiettyjen tuotteiden myyntiä pidettiin katukauppiaille sopimattomana, eikä niiden tyyppillisiä myyjiä mielletty katukauppiaksi.<sup>59</sup> Näitä tuotteita olivat kilohaili, rantakotilot, haudutetut simpukat, keitetyt kuningaskotilot, appelsiinit sekä pähkinät.<sup>60</sup> Toreilta ostettuina merenelävinä ja hedelminä ne kyllä periaatteessa kuuluivat katukauppiaiden valikoimaan, mutta todellisuudessa sopivien tuotteiden valikoima oli kategorioita suppeampi.

Mielikuviin tuotteista linkittyä mielikuvia itse myyjistä. Aiheeseen liittyy naisten ja eri etnisten ryhmien asemat viktoriaanisessa Lontoossa. Esimerkiksi appelsiinien ja pähkinöiden myyjistä enemmistöä kuvaillaan irlantilaisiksi, naisiksi ja lapsiksi.<sup>61</sup> Irlantilaiset ja naiset ovat molemmat ryhmiä, joiden voidaan ajatella sosiaalisessa hierarkiassa sijoittuvan miespuolisten katukauppiaiden alapuolelle. Siispä ei tunnu kaukaa haetulta ajatukselta, että tuotteiden arvotus kulkee käsi kädessä eri ihmisryhmien aseman kanssa. Epäselväksi kuitenkin jää, nouseeko myyjien hierarkia tuotteista, vai heijastavatko tuotteet vain valmiiksi olemassa olevaa nokkimisjärjestystä. Onko tiettyjen ihmisryhmien taipumus myydä tiettyjä tuotteita

---

<sup>58</sup> Münch 2018, 57.

<sup>59</sup> Mayhew 1851, 63–64, 79.

<sup>60</sup> Mayhew 1851, 63–64, 79.

<sup>61</sup> Mayhew 1851, 89.

synnyttänyt mielikuvia itse tuotteista, vai onko tiettyjen tuotteiden koettu huonommuus ajanut tietyt myyjät niiden pariin?

Tuotteiden kautta välittyy myös mielikuvia positiivisesti muista erottuvista katukauppiaista. Jo aiemmin mainittu punakampela on tästä yksi esimerkki: koska tuote oli vaativa käsitellä, oli sen myynti tuottoisaa vain kokeneen myyjän käsissä.<sup>62</sup> Tuotteen kautta rakentuu siis kuva kokeneesta katukauppiaasta. Positiivisia mielikuvia liitettiin myös hedelmien myyviin katukauppiaisiin. Hedelmien myynti vaati laskutaitoa, ja hedelmämyyjiä kuvailtiin älykkäimmiksi katukauppiaiksi.<sup>63</sup> Sekä hedelmien että punakampelan tapauksessa itse tuote ja sen myynnin edellytykset kertovat jotain tuotetta myyvistä katukauppiaista, eli mielikuva rakentuu tuotteen kautta.

Hedelmä- ja vihanneskauppiaita tarkasteltaessa positiivisessa valossa esiin nousevat myös niin kutsutut aristokraattiset katukauppiat<sup>64</sup>. Heidän kuvaillaan erottuvan muista katukauppiaista paremmilla käytöstavoillaan ja vaatteillaan sekä asiakaskunnallaan.<sup>65</sup> He myivät tuotteitaan erityisesti varakkaammilla asuinalueilla, mikä näkyi myös erilaisena tuotevalikoimana, kuten parsana, salaatteina ja herneinä.<sup>66</sup> Mielikuva kauppiaista ei syntynyt täysin tuotteiden perusteella: heitä yhdistivät myös parempi vaatetus ja paremmat käytöstavat.<sup>67</sup> Varakkaamman väen suosiossa olevat tuotteet nousevat joka tapauksessa esiin keskeisenä piirteenä. Voidaankin siis todeta, että vaikka mielikuvat näistä aristokraattisista kauppiaista rakentuvat useiden tekijöiden summana, vaikuttavat myydyt tuotteet kokonaisuuteen.

Aina tietty tuote ei kerro kauppiaan taidoista tai kyvyistä hyvää. Vihannesten myyjiä kuvaillaan katukauppiaista vähiten älykkäiksi.<sup>68</sup> Kaalin ja nauriin myynti ei vaatinut vaikeita laskutoimituksia tai mittoja, ja onnistui Mayhew'n mielestä tyhmemmältäkin kauppiaalta.<sup>69</sup> Mielikuva katukauppiasta rakentuu taas kerran tuotteen kautta, mutta kuten älykkäidenkin kauppiaiden kohdalla, vaikuttavat kauppiaan omat ominaisuudet varmasti tuotevalikoimaan. Älykkäämpi pystyi valitsemaan tuottoisimmat hedelmät, mutta vähemmän taitava kauppias

---

<sup>62</sup> Mayhew 1851, 68.

<sup>63</sup> Mayhew 1851, 84.

<sup>64</sup> Englanniksi *aristocratic seller*.

<sup>65</sup> Mayhew 1851, 92–93.

<sup>66</sup> Mayhew 1851, 92–93.

<sup>67</sup> Mayhew 1851, 92.

<sup>68</sup> Mayhew 1851, 92.

<sup>69</sup> Mayhew 1851, 92.

joutui ehkä tyytymään vihanneksiin ja pienempiin voittoihin. Tuotteet vaikuttivat mielikuviin, mutta itse tuotevalintaa ohjasivat sekä tuotteen ominaisuudet että kauppiaan edellytykset.

Kauppiaiden kyvykkyyttä tarkasteltaessa on hyvä huomioida myös heidän taustansa ja koulutuksensa. Mayhew'n mukaan katukauppiaiden lapsista vain hyvin harvat saivat mitään koulutusta.<sup>70</sup> Sen sijaan lapset osallistuivat katukauppaan jo pienestä alkaen oppien kaduilta kaiken tarvittavan.<sup>71</sup> Sama kouluttamattomuus toistuu aikuisten kohdalla. Aikuisista katukauppiaista Mayhew'n mukaan lukea osasi vain joka kymmenes.<sup>72</sup> Mayhew arvostelee kauppiaiden tietämättömyyttä ja haluttomuutta kouluttautua, mutta mainitsee myös älykkäät kauppiaat.<sup>73</sup> Köyhien kouluttautumismahdollisuudet 1800-luvun puolivälissä olivat rajalliset ympäri Euroopan. Britanniassa köyhien lapset saattoivat saada koulutusta hyväntekeväisyyden turvin pyörineissä kouluissa sekä pyhäkoulussa.<sup>74</sup> On hyvä muistaa, että Mayhew arvioi köyhien koulutustasoa ja tietämättömyyttä oman taustansa synnyttämästä näkökulmasta. Katujen väelle koulutusmahdollisuudet ja koulutuksen tarve saattoivat näyttäytyä varsin eri tavalla kuin porvaristaustaiselle Mayhew'lle. Koulutuksen ohella katukauppiaiden tausta vaikutti myös laajemmin heidän edellytyksiinsä harjoittaa katukauppaa. Esimerkiksi vanhemmilta saadut opit, laskutaito sekä aiempi varallisuus vaikuttivat siihen, millaisista lähtökohdista työtä tehtiin ja millaisia tuotteita myyntityöhön näin ollen saattoi kuulua.

Katukauppiaita voidaan pitää köyhähkönä ryhmänä, joka ansaitsi elantonsa kaduilla työskentelemällä. Köyhyys merkitsi ihmisille muutakin kuin pelkkiä tuloja tai varallisuutta: käsitykseen köyhyydestä vaikuttivat myös muun muassa ympäristö kulttuureineen.<sup>75</sup> Katukauppiaiden ryhmän sisällä esiintyi varallisuuseroja: toisille jokainen lantti oli elintärkeä, kun taas toisilla rahaa oli hieman enemmän. Köyhyys itsessään ei ollut tilanteena muuttumaton, vaan siihen vaikuttivat muuttuvat olosuhteet, kuten talouden vaihtelut sekä eri elämänvaiheet.<sup>76</sup> Katukaupan aloittaminen vaati rahaa tai lainaa, olihan kauppiaan ostettava myytävät tuotteet ensin. Sipulimyynnin yhteydessä esiin nousee juuri työn aloittaminen. Sipulit olivat tuotteina edullisia ja näin ollen köyhien saatavilla, eikä sipulien myynnin

---

<sup>70</sup> Mayhew 1851, 24.

<sup>71</sup> Mayhew 1851, 35, 43.

<sup>72</sup> Mayhew 1851, 22.

<sup>73</sup> Mayhew 1851, 22.

<sup>74</sup> Fuchs 2005, 180–181.

<sup>75</sup> Fuchs 2005, 9–10.

<sup>76</sup> Fuchs 2005, 11–12.

aloittaminen vaatinut rahallisesti paljota.<sup>77</sup> Herää kysymys, tekikö sipulin myynti myyjänsä varakkuudesta näkyvää, kun oma varallisuus vaikutti mahdollisiin myyntituotteisiin. Sipulien myynnin kerrotaan olevan pääasiassa irlantilaisten naisten ja lasten käsissä.<sup>78</sup> Yhteys kertoo irlantilaisten varallisuudesta viktoriaanisen ajan Lontoossa. Onkin mahdollista, ettei sipulien myyntiä nähty erityisesti köyhimpien myyjien toimintana, vaan tuote liitettiin erityisesti irlantilaisiin myyjiin. Joka tapauksessa sipulien asema tuotteena, jonka myynnin aloittaminen oli suhteellisen saavutettavissa, tekee siitä mielenkiintoisen tarkastelun kohteen ja herättää kysymyksen siitä, miten edullinen tuote muokkasi sitä myyneen kauppiaan kuvaa.

### 3.2 Katukauppioiden sisäiset suhteet

Sosiaaliset suhteet ovat merkityksellisiä ryhmille sekä sisäisesti että ulkoisesti. Ryhmän sisäinen vuorovaikutus vaikuttaa paitsi ryhmän kiinteyteen eli koheesioon myös ryhmän sisäiseen roolijakoon.<sup>79</sup> Vuorovaikutus muihin ryhmiin eli ulkoryhmiin muokkaa käsitystä omasta ryhmästä eli sisäryhmästä esimerkiksi vertailun kautta.<sup>80</sup> Nämä ilmiöt olivat nähtävissä myös katukauppioiden keskuudessa. Lähimpiä ulkoryhmiä olivat juutalaiset ja irlantilaiset, joihin katukauppiat itseään vertasivat. Ryhmän koheesiosta taas kertoivat muun muassa kauppioiden yhteiset tavat ja yhteinen puhetyyli. Ryhmän sisäinen vuorovaikutus ilmeni myös erilaisina suhteina ja hierarkioina. Katukauppioiden ryhmä koostui merkittävästä määrästä ihmisiä erilaisine näkemyksineen ja asemineen, olihan katukauppiaita Lontoossa Mayhew'n arvion mukaan noin 30 000<sup>81</sup>. Tavoitteenani on tarkastella sitä, kuinka tuotteisiin ja kauppiaisiin Mayhew'n teoksessa liittyvät mielikuvat muokkasivat etenkin ryhmän sisäisiä suhteita.

Tuotteiden kautta katukauppioiden suhteista tietoa saa varsin rajallisesti, vaikka aihe linkittyikin laajempaan tarkastelemaani ilmiöön eli tuotteisiin liitettyihin mielikuviin. Tuotteet olivat sekä ryhmän sisäisten suhteiden rakentajia että niiden ilmentäjiä. Tuoteryhmät yhdistivät katukauppiaita ja muodostivat ammattikunnan ytimen. Samalla ne tekivät näkyväksi ryhmän sisäisiä suhteita, joiden pohjana olivat kauppioiden ominaisuudet.

Tarkasteltaessa katukauppiaita sosiaalisena ryhmänä on tärkeää huomioida, ettei kyseessä ollut tarkkarajainen yhteisö. Vaikka Mayhew kuvaileekin katukauppiaita yhdistänyttä

---

<sup>77</sup> Mayhew 1851, 94.

<sup>78</sup> Mayhew 1851, 94.

<sup>79</sup> Helkama, Liebkind & Myllyniemi 2013, 266–271

<sup>80</sup> Helkama, Liebkind & Myllyniemi 2013, 311–313

<sup>81</sup> Mayhew 1851, 4.

kulttuuria tapoineen ja tottumuksineen, on hyvä muistaa ammattiryhmän koko ja sisäinen moninaisuus. Ryhmäjäsensyys on yksi yksilön identiteettiä rakentavista osasista.<sup>82</sup> Se ei kuitenkaan ollut ainoa kauppiaita määrittelytekijä: työn lisäksi myös muun muassa aikaisemmat kokemukset, läheiset ihmiset ja oma tausta saattoivat vaikuttaa siihen, miten kauppiaat ammattinsa ja elämänsä kokivat.

Naisten asema katukauppiaina toistuu sekä tuotteita että kauppiaita tarkasteltaessa. Heidän roolinsa ryhmässä vaikutti ryhmän sisäisiin suhteisiin laajasti, olihan huomattava osa myyjistä naisia. Aihetta tarkasteltaessa on hyvä huomioida nykyhetken merkitys. Ville Vuolannon mukaan historiantutkija tarvitsee historiallisten ilmiöiden tarkasteluun monen tasoisia käsitteitä.<sup>83</sup> Käsitys naiseudesta on muuttunut aikojen saatossa eri olosuhteissa, samoin kuin käsitys sukupuolesta sosiaalisena konstruktiona.<sup>84</sup> Sukupuolta ja arkielämää tarkasteltaessa on hyvä muistaa myös sukupuolen muuttuva merkitys yhteiskunnallisen aseman mukaan.<sup>85</sup> Mayhew'n teos esittelee naisten roolin ristiriitaisesti: heitä kuvaillaan kauppiaina, mutta samalla tekstistä välittyy kuva naisista omana erillisenä ryhmänään yhdessä lasten kanssa. Tuotteet havainnollistavat jakoa. Tyypillisesti naisten myymiä tuotteita kuvataan toistuvasti kielteisessä valossa; naisten on miehiä suvaittavampaa myydä samoja tuotteita kuin irlantilaiset ja juutalaiset myyjät. Monet naiset ansaitsivat elantona katukaupalla, mutta Mayhew'n teoksessa miehet nousevat silti etusijalle. 1800-luvulla monet työt nähtiin ensisijaisesti miehille soveltuvina, vaikka huomattava määrä naisia työskentelikin kodin ulkopuolella esimerkiksi teollisuuden parissa.<sup>86</sup> Mayhew'n esittämää kuvaa naisista katukauppiaina voidaankin pitää ajankuvaan sopivana. Katukauppaa harjoittavat naiset toimivat miesten maailmassa, miesten mielipiteiden armoilla.

Mayhew liittää kielteisiä kuvauksia toistuvasti irlantilaisten ja juutalaisten myymiin tuotteisiin, kuten sitrushedelmiin ja pähkinöihin. Näiden tuotteiden myyntiä ei nähty houkuttelevana, mutta osa katukauppiaista joutui silti turvautumaan niiden myyntiin.<sup>87</sup> Miten muut kauppiaat suhtautuivat näihin kauppiaisiin? Katsottiinko heitä alaspäin, vai oliko reaktio neutraalimpi ja ymmärtäväisempi? Mayhew ei tarjoa kysymykseen suoraa vastausta. Kyseisistä tuotteista annetut tiedot ovat paikoin ristiriitaisia, ja onkin mahdollista, että

---

<sup>82</sup> Helkama, Liebkind & Myllyniemi 2013, 311–312.

<sup>83</sup> Vuolanto 2007, 310.

<sup>84</sup> Fuchs 2005, 7–8.

<sup>85</sup> Fuchs 2005, 8.

<sup>86</sup> Fuchs 2005, 110.

<sup>87</sup> Mayhew 1851, 79, 88.

suhtautuminen kyseisten tuotteiden myyjiin vaihteli esimerkiksi oman taustan mukaan. Vähemmän arvostettujen tuotteiden myynti ei välttämättä vaikuttanut ryhmän sisäisiin suhteisiin, mutta yhtä lailla se on voinut luoda jännitteitä tai valtarakenteita.

Tuotteita tarkasteltaessa esiin nousivat aristokraattiset myyjät, jotka erottuivat katukauppiaista muun muassa asiakaskuntansa, paremman vaatetuksensa ja tuotevalikoimansa kautta.<sup>88</sup> Mayhew'n mukaan ryhmää kuvaava termi oli katukauppiaiden keskuudessa tunnettu.<sup>89</sup> Tämä pienempi kauppiaiden ryhmä oli siis paitsi olemassa, myös muiden kauppiaiden tiedostama. Katukauppiaiden lukumäärän huomioon ottaen voidaan olettaa, että ammattiryhmä jakaantui jonkinlaisiin pienempiin ryhmiin. Samalla alueella tuotteitaan myyvät kauppiaat saattoivat oppia tuntemaan toisensa, samoin samalla alueella asuvat kauppiaat. Samoja tuotteita myyvät kauppiaat kilpailivat keskenään asiakkaista, mutta sama tuotevalikoima on voinut luoda myös yhteenkuuluvuutta. Mayhew keskittyy kuvailemaan katukauppiaita yhtenä ryhmänä, mutta tuotteet ovat voineet muokata ryhmän sisäisiä suhteita myös arkipäiväisemmällä tasolla, jota on tänä päivänä vaikea tavoittaa.

---

<sup>88</sup> Mayhew 1851, 92–93.

<sup>89</sup> Mayhew 1851, 92.

## 4 Lopuksi

Henry Mayhew'n *London Labour and the London Poor* kuvaa paitsi katukauppioiden arkista todellisuutta myös katukauppioiden käsitystä heidän työnsä keskiössä olevista tuotteista. Tuotteiden arvotus oli monien asioiden summa, joka syntyi katukauppioiden mielikuvista. Mayhew'n teoksesta esimerkkejä löytyy sekä positiivisesta että negatiivisesta arvottamisesta. Siihen vaikuttavia tekijöitä oli useita: kuka tuotetta tyypillisesti myi ja osti, mikä oli sen hinta, millaista tuotetta oli myydä... Käsikädessä näiden mielikuvien kanssa kulkee erityisesti varallisuus. Sekä myyjien sisäisessä hierarkiassa että ostajakuntaa tarkasteltaessa keskiöön nousee yksilöiden taloudellinen asema ja sen vaikutus sosiaaliseen asemaan. Köyhä myyjä myi köyhyyden leimaa kantavia tuotteita, joita usein ostivat erityisesti köyhimmät asiakkaat. Toisaalta rahallinen arvo ei aina kulkenut käsi kädessä mielikuvien kanssa, eikä tuotteiden arvottamista tule piilottaa rahallisen arvon varjoon.

Mayhew'n kuvailemat tuotteet välittivät mielikuvia niitä myyneistä kauppiaista. Tuotteiden arvo ja sen taustalla vaikuttavat piirteet muokkasivat sitä, kuinka tuotteita myyneet kauppiaat nähtiin. Vaikeampi myytävä antoi positiivisen kuvan myyjänsä taidoista; huonompana nähty tuote taas näyttäytyi katukauppiiaan arvolle soveltumattomana. Tuotteisiin ja kauppiaisiin liitetyt mielikuvat vaikuttivat katukauppioiden muodostaman sosiaalisen ryhmän sisäisiin suhteisiin, joita muokkasivat myös muun muassa ajan sukupuoliroolit ja muut kaduilla toimineet myyjät.

Tuotteiden arvottamista ja katukauppiaisiin liitettyjä mielikuvia tarkastellessani sivuutin useita aiheeseen liittyviä teemoja, joita voisi tulevaisuudessa tutkia lisää. Tutkielmani perustui Henry Mayhew'n välittämään tietoon, mutta mielenkiintoista olisi tarkastella katukauppioiden tuotteita myös laajemmin erilaisten alkuperäisaineistojen kautta. Nouisiko toisenlaisesta aineistosta esille samoja asioita vai jotain uutta? Juutalaisten ja irlantilaisten myyjien tuotteiden syvällisempi tarkastelu voisi olla hedelmällistä, ja paljastaa enemmän katumyynnin ulottuvuuksista ja eri myyjäryhmien suhteista. Mielenkiintoisen näkökulman tarjoaisi myös tulevien vuosien kehitys. Tuotteiden arvot eivät olleen muuttumattomia, kuten muuttunut suhtautuminen kurkkuun osoitti. Miten eri tuotteet nähtiin esimerkiksi kymmenen tai kaksikymmentä vuotta myöhemmin? Entä miten katukauppioiden sisäiset ja ulkoiset suhteet muuttuivat koko ajan kehittyvässä yhteiskunnassa? Kehittyvän katukaupan tarkastelu voisikin siis olla hedelmällistä, vaikka Mayhew'n kaltainen läpileikkaus avaakin otollisen ikkunan tiettyyn aikaan ja hetkeen.

Tämän päivän katukauppana voidaan pitää torikauppaa. Katukauppioiden tavoin torikauppiat ansaitsevat elantonsa toreilla kalaa ja kasviksia myyden. Yhtäläisyydet eivät jää siihen, kuten olen itse Turun kauppatorilla saanut huomata. Tuotteita ja niiden myyjiä arvotetaan aivan kuin viktoriaanisella ajallakin: kuka myy ulkomaalaista tavaraa? Kenen tuotteet tulevat tukusta, entä kenen omalta puutarhalta? Torikauppioiden keskuudessa on oma sosiaalinen hierarkiansa, joka paljastuu uusille kauppiaille pikkuhiljaa. Kuka on ollut torilla vuosikymmeniä, ja ansainnut ihmisten kunnioituksen? Kenestä pidetään ja kenen toimintaa salaa paheksutaan? Yhteisen ammatin tuoma solidaarisuus yhdisti sekä viktoriaanisen Lontoon katukauppiaita että nykypäivän torikauppiaita. Mayhew'n välittämä kuva katukauppiasta onkin siis ajankohtaisempi kuin ensi näkemältä voisi odottaa. Katukauppa on muuttunut sitten viktoriaanisen ajan, mutta jotkut sen ilmiöt toistuvat siitä huolimatta halki ajan.

## Lähteet

### Alkuperäisaineisto

Mayhew, Henry: *London Labour and the London Poor, Vol. 1*. 1851.

### Tutkimuskirjallisuus

Atkins, Peter J: ‘A Tale of Two Cities’: A Comparison of Food Supply in London and Paris in the 1850s. *Food and the City in Europe Since 1800*. Toim. Peter J. Atkins, Peter Lummel & Derek J. Oddy. Routledge 2007.

[https://www.researchgate.net/publication/233762207\\_'A\\_Tale\\_of\\_Two\\_Cities'\\_A\\_Comparison\\_of\\_Food\\_Supply\\_in\\_London\\_and\\_Paris\\_in\\_the\\_1850s](https://www.researchgate.net/publication/233762207_'A_Tale_of_Two_Cities'_A_Comparison_of_Food_Supply_in_London_and_Paris_in_the_1850s) [haettu 19.5.2025].

Davin, Anna: Family and Domesticity: food in Poor Households. *A Cultural History of Food in the Age of Empire*. Toim. Martin Bruegel. Bloomsbury Academic, London 2012.

Dobson, Miriam & Ziemann, Benjamin toim: *Reading primary sources: the interpretation of texts from nineteenth and twentieth century history*. Toinen painos. Routledge 2020.

Fuchs, Rachel G.: *Gender and Poverty in Nineteenth-Century Europe*. Cambridge University Press, Cambridge 2005.

Green, Harvey: Cultural History and the Material(s) Turn. *Cultural History* 1.1 (2012), 61–82.

Helkama, Klaus & Myllyniemi, Rauni & Liebkind, Karmela: *Johdatus sosiaalipsykologiaan*. 9. painos. Edita, Porvoo 2013.

Münch, Ole: Henry Mayhew and the Street Traders of Victorian London - A Cultural Exchange with Material Consequences. *London Journal* 2018–01, vol. 43 (1), 53–71.

Vuolanto, Ville: Tutkimusprosessi, metodit ja historiankirjoituksen ominaislaatu. *Historiallinen Aikakauskirja* 105 (3), 304–16.

## Liitteet

### Liite 1. Lista myytävistä tuotteista käännöksineen

#### Tuore kala

salmon	lohi
salmon trout	taimen
live cod	elävä turska
sole	meriantura
whiting	valkoturska
haddock	kolja
plaice	punakampela

mackerel	makrilli
herring	silli
sprat	kilohaili
eel	ankerias
flounder	kampela
dab	hietakampela

#### Kuivattu kala

cod	turska
dried salt cod	suolattu turska
smoked haddock	savustettu kolja
bloaters	savusilli
red herring	savusilli

dried sprat	kuivattu kilohaili
dried salmon	kuivattu lohi
pickled salmon	säilötty lohi
dried mackerel	kuivattu makrilli
smoked mackerel	savustettu makrilli

#### Äyriäiset ja nilviäiset

oyster	osteri
lobster	hummeri
crab	rapu
shrimp	katkarapu

whelk	kuningaskotilo
mussel	simpukka
cockle	sydänsimpukka
periwinkle	rantakotilo

## Kotimaiset vihannekset

potato	peruna
cabbage	kaali
broccoli	parsakaali
cauliflower	kukkakaali
turnip	nauris
turnip top	nauriin naatti
carrot	porkkana
pea	herne
bean	papu
French bean	vihreä papu (haricot vert)

vegetable marrow	kesäkurpitsa
asparagus	parsa
celery	selleri
rhubarb	raparperi
lettuce	salaatti
radish	retiisi
onion	sipuli
spring onion	kevätsipuli
cucumber	kurkku
herbs	yrtit

## Kotimaiset hedelmät, marjat ja pähkinät

apple	omena
pear	päärynä
cherry	kirsikka
green gage	luumu (Reine Claude)
damson	kriikuna
bullace	luumu
gooseberry	karviainen

currant (red, black & white)	viinimarjat (punainen, musta & valkoinen)
strawberry	mansikka
raspberry	vadelma
mulberry	mulperi
hazel nut	hasselpähkinä
filbert	isopähkinäpensa pähkinä

## Ulkomaiset vihannekset

potato	peruna
--------	--------

## Ulkomaiset hedelmät

apple	omena
pear	päärynä
cherry	kirsikka
grape	rypäle

pineapple	ananas
cherry	kirsikka
orange	appelsiini
lemon	sitruuna

## Ulkomaiset pähkinät

Spanish nut	hasselpähkinä (Gijón)
Barcelona nut	hasselpähkinä (Tarragona)
Brazil nut	parapähkinä

chestnut	kastanja
walnut	saksanpähkinä
“coker” -nut	kookos- tai coquito-pähkinä

## Kuivatut hedelmät

shell almond	manteli
raisin	rusina
currant	viinimarja

fig	viikuna
prune	luumut