

Liisa Karvinen

JAPANI  
HYMYN  
TAKANA

ATENA

Suomen tietokirjailijat ry ja Otavan Kirjasäätiö  
ovat tukeneet tämän kirjan kirjoittamista.

© Liisa Karvinen ja Atena / Kustannusosakeyhtiö Otava 2024

Atena  
Jyväskylä  
atena.fi

Tekstin- ja tiedonlouhinta kielletty.

ISBN 978-951-1-53288-0

**OTAVA**  
**KIRJAPAINO**  
Keuruu 2025



# Sisällys

Alkusanat .....	7
Mikä japanilaisia naurattaa? .....	11
Hyvä onni ja vuoren jumalat .....	41
Japanilainen sisukkuus .....	73
Ryhmä auttaa ja ahdistaa .....	105
Samuraiden perintö .....	131
Made in Japan .....	169
Perintöprinssien valtakunta .....	203
Tavallisen elämän <i>ikigai</i> .....	227
Loppusanat .....	245
KIRJALLISUUTTA, LÄHTEITÄ, LISÄLUKEMISTA .....	247



# Alkusanat

Japani on maa, jonka ymmärtämiseen pelkkä sanakirja ei riitä.

Maassa on päällisin puolin paljon tutunoloista, länsimaistakin. Tokiolaisten pilvenpiirtäjien keskellä voi tuntua kuin olisi missä tahansa maailman metropolissa. Kirjavat mainoskyltit värittävät katuja, ja väki tungeksii metroasemilla aivan kuin elokuvissa. Vähän syrjemmällä ihmiset painavat päänsä rukoukseen pyhätön edessä tai hörppivät ramennuudeleita pikkuravintolassa.

Japani kuitenkin yllättää. Mikä aluksi vaikuttaa tutulta ja tavalliselta, voi paljastua odottamattomaksi, päinvastaiseksi tai joksikin aivan muuksi. Miksi ruuhkan keskelläkin kaikki sujuu jouhevasti? Onko pyhättö shintolainen vai buddhalainen, tai onko sillä japanilaiselle edes väliä? Kuinka japanilaista ramen oikeastaan on?

Japanilaiseen elämään kuuluu omaleimaisia tapoja ja kirjoittamattomia sääntöjä, jotka antavat merkityksen ulkomaalaisen kenties hämmästelemille asioille. Historia on yhä vahvasti läsnä niin vallitsevissa käytännöissä, paikoissa kuin esineissäkin. Tuliaiseksi hankitut, kauniisti paketoitua makeiset tai syömäpuikot saattavat olla satoja vuosia toiminnassa olleen perheyrityksen edelleen yhtä tinkimättömällä pieteetillä valmistamia kuin esi-isiensä aikana. Samaan aikaan muutokset muokkaavat maata pikkuhiljaa uudelleenlaiseksi. Työelämä muuttuu, ja ihmisten asenteet ja arvostukset muuttuvat.

Japaniin liittyy mielikuvia, jotka ovat lähteneet länsimaissa elämään omaa elämäänsä eivätkä välttämättä vastaa todellisuutta. Voi tuntua houkuttevalta mystifoida se maaksi, jossa ihmiset löytävät pitkäikäisyyden ja onnellisuuden avaimet eteerisen tyyneyden ja pelkistetyn kauneuden keskeltä. Varmasti jotkut löytävätkin. Iso osa vajaasta 125 miljoonasta asukkaasta ei sellaisia edes etsi, vaan elää tavallista arkea. Nauraa, suuttuu, väsyä ja innostuu. Omia tunteita ei kuitenkaan tuoda toisten nähtäväksi. Niinpä joskus voi olla vaikea tunnistaa, mitä käyttäytymisen takana todellisuudessa on. Yhtä totuutta mistään maasta tai yhtä stereotyyppistä ihmistä, joka edustaisi kattavasti omia ryhmiään, ei tietenkään ole olemassa, eikä tarvitsekaan olla.

Tässä kirjassa ääneen pääsevät japanilaiset itse. He kertovat omia tarinoitaan ja omia näkemyksiään asioista. Olen haastatellut kymmeniä ihmisiä ja lukemattomien kanssa jutellut ohimennen ravintoloissa, pyhäkön pihamaalla tai varieteeteatterin aulassa. Jotkut puhuivat hyvin henkilökohtaisistakin kokemuksista. Osa haastatteluista vaati järjestelyjä, kohtuullisen monimutkaisiakin, ja niissä auttoivat ystäväni Tokiossa. Ilman näitä ihmisiä ei tämä kirja olisi syntynyt. Olen pohjattoman kiitollinen kaikille, jotka ovat minua auttaneet, ja kaikille, jotka halusivat tarinansa kertoa.

Kävin Japanissa ensimmäisen kerran 35 vuotta sitten. Sen jälkeen olen vierailut siellä enemmän tai vähemmän säännöllisesti ja myös asunut maassa vuosia. Edelleen Japani yllättää. Tätä kirjaa tehdessäni opin jälleen jotain uutta japanilaisista ihmisistä, tavoista, säännöistä, perinteistä ja historiasta. Monesti hymyilin itselleni ja puistelin päätäni oivallettuani, että olin aiemmin käsittänyt jonkin asian aivan eri lailla, välillä jopa väärin. Miten valtavan monisyinen maa Japani onkaan!

Japanilaiset sanat on kirjoitettu Hepburn-järjestelmän mukaisesti latinalaisin aakkosin. Japanin kielessä ch ääntyy [tʃ] (*mochi* =

motši), j ääntyy [dz] (Fuji = Fudzi), y lausutaan kuten suomen [j] (Ieyasu = Iejasu), z on soinnillinen kuten englannin kielessä sanassa *zone* ja sh on suhu-s eli [š]. Käytän makronia, pidennysviivaa, kaksoisvokaalien yllä. Esimerkiksi shōgun äännetään [šoogun]. Joitain sanoja on vakiintunut omalla kieliasullaan suomen kieleen, tällainen sana on esimerkiksi ramen (japaniksi *raamen*).

Lafcadio Hearn, kreikkalaisirlantilainen kirjailija totesi yli sata vuotta sitten, että japanilainen hymy on kieli ilman sanoja. Lähdetään kurkistamaan tuon hymyn taakse.





## Mikä japanilaisia naurattaa?

Tokiolaisessa oluttuvassa on korvat rikkova meteli. Ravintola on aivan täynnä eikä edes vieruskaverin puheesta erota sanoja. Paikalla on isoja pöytäseurueita, suurin osa arvatenkin työporukoita, jotka syövät, juovat, puhuvat toistensa päälle, ja vähän väliä purskahtavat kovaääniseen nauruun. On varmasti nautittu tuoppi jos toinenkin. Tunnelma on hilpeä ja välitön. Japanilaisetko muka ovat hillittyjä, varautuneita ja yksitotisia?

Olemme tottuneet näkemään japanilaiset pidättyvästi käyttäytyvinä ihmisinä, jotka hallitsevat tunteensa. Mutavyöryn vietyä kodin ja ehkä omaisenkin ihmiset eivät huuda tuskaansa tv-kameroiden edessä. He kertovat tapahtuneesta vakavina, korkeintaan kyynel vierähtää silmäkulmasta. Urheilijat toki riemuitsevat voitostaan, osa äänekkäämmin, osa maltillisemmin, osa täysin eleettömästi. Sumopainijan ilme ei värähdä, päättyipä ratkaiseva ottelu tappioon tai voittoon. Häviöjä kumartaa tyynesti kehässä, samoin voittajan kasvot ovat yhtä lailla vakavat, kun hän ottaa tuomarilta rahatukun palkkiokseen. Turnauksen mestari saattaa haastattelussa hiukan kohottaa suupieliään hymyn suuntaan ja todeta tehneensä kaikkensa ja olevansa hyvin iloinen saavutuksestaan. Eivätkä japanilaiset taida olla vitsiniekköjenkaan maineessa. Liikeneuvotteluissa ei tunnelman keventämiseksi todellakaan murjaista hauskaa kaskua.

Todellisuudessa huumori on erottamaton osa japanilaisuutta, niin ihmisten arjessa kuin kulttuurissakin. Hauskuuttamista on harjoitettu jo satoja vuosia sitten. Monesti se ilmenee eri tavoin kuin mihin länsimaissa on totuttu. Oluttuvan riehakas tunnelma on tyypillinen esimerkki tilanteesta, jossa nauru raikaa: ihmiset ovat vapaamuotoisesti viettämässä aikaa ystävien, tuttujen tai työkavereiden kanssa. Alkoholi löyhentää normaaleja käyttäytymissääntöjä, jotka muutoin edellyttäisivät hillitympää äänenkäyttöä. Mutta yhtä lailla lukiolaiset hekottavat kovaan ääneen pastaravintolassa tai jumpparyhmän rouvat naureskelevat tunnille mennessään. Lähipiirin kanssa voi olla vapautuneemmin eivätkä kirjoittamattomat säännöt ja ihmisten välinen hierarkia edellytää muodollista käyttäytymistä.

## **Läheisten kanssa vitsaillaan**

Professori Kimie Ōshima Kanagawan yliopistosta tutkii työkseen huumoria ja myös harrastaa itse komiikkaa: »Japanilaiset nauravat ja kertovat huvittavia juttuja läheistensä kanssa. Yhdessä nauraminen tarkoittaa, että olemme ystäviä, tunnemme hyvin toisemme ja kuulumme samaan ryhmään. Yhteinen hauskanpito vahvistaa keskinäistä solidaarisuutta. Meillä ei ole mitään tarvetta osoittaa muille, että olemme hauskoja.»

Toisen jutuille nauraminen liittyy myös käyttäytymissääntöihin ja siihen, mitä pidetään kohteliaana. Ōshiman mukaan Japanissa kohteliaisuuteen kuuluu tietyn etäisyyden pitäminen. Se tarkoittaa muodollisemman kielen käyttämistä ja hillitympää käytöstä. Tuttavallisuus voidaan tulkita epäkohteliaaksi: »Jos korkeammassa asemassa oleva tai vanhempi ihminen kertoo jotain huvittavaa, niin pysähdymme miettimään, että hmm, tuo kyllä vaikuttaa vitsiltä,

mutta onkohan sopivaa nauraa vai tulkitaanko se huonoksi käytökseksi. Varmuuden vuoksi yleensä emme naura, sillä yritämme olla kohteliaita.»

Vitsejä japanilaiset eivät juurikaan viljele siinä mielessä kuin länsimaissa on totuttu. Ei oikeastaan ole »suomalainen, ruotsalainen, norjalainen...» -tyyisiä vakiintuneita vitsejä, jotka kiertäisivät ihmisten parissa. Ihmiset kyllä kertovat huvittavia juttuja, mutta tavallisesti ne kerrotaan kuin ne olisi koettu omakohtaisesti. Jokin sattumus jaetaan lähipiirin kanssa. Sen ei välttämättä tarvitse olla oikeasti tapahtunut itselle tai sukulaiselle, mutta se kerrotaan sellaisena. Tämä piirre sai vahvistusta, kun professori Ōshima lähti vuosina 2010–2011 selvittämään, mikä japanilaisia naurattaa. Hän kertoo pitäneensä internetissä vuoden ajan auki sivustoa, jonne yleisö sai lähettää kaskuja ja sitten äänestää kuukauden hausimmista sutkauksista. Tässä esimerkki tarinasta, joka huvitti ihmisiä:

Äitini lähti matkalle yläkoulun aikaisen ystävänsä kanssa. He olivat tehneet varauksen *ryokan*-majataloon. Kun he tulivat paikan päälle paljastui, että hissi oli rikki. Äitini ja hänen ystävänsä ajattelivat, että ei se haittaa, he majoittuvat sinne joka tapauksessa. Heidän huoneensa oli numero kaksi yhdennessätoista kerroksessa. Naisten täytyi kiivetä portaita, koska hissi ei toiminut. Äitini ystävä sanoi: »Kerrotaan toisillemme kummitustarinoita, kun kapuamme portaita, yksi tarina joka kerroksen kohdalla.» Näin heillä riitti jännittäviä tarinoita kymmenenteen kerrokseen asti. Kun he alkoivat nousta kymmenennestä kerroksesta eteenpäin, äidin ystävä kertoi viimeisen kauhutarinan: »Unohdin huoneemme avaimen alakerran vastaanottoon.»

Ōshiman mukaan vitsin henki olisi toinen, jos se olisi kerrottu vain yleisenä juttuna kahdesta ystävättärestä ja heidän matkastaan. Kun kertoja sitoo sen omaan perheeseensä, siitä tulee omakohtaisempi, elävämpi ja samaistuttavampi. Näin se sitoo kuulijoita läheisemmin toisiinsa, ja naurattaakin enemmän.

## Valtakunnan kokoisia sisäpiirijuttuja

Toinen japanilaiselle huumorille omintakeinen piirre on se, että se liittyy usein kieleen. Hauskuus kumpuaa erilaisista sanaleikeistä, sananmuunnoksista, väärin ymmärtämisistä tai väärin kuulemisesta. Japani on homonyyminen kieli eli samalla tavalla ääntyvä sana voi tarkoittaa useaa eri asiaa. Esimerkiksi *kami* voi tarkoittaa paperia, jumalaa tai hiuksia. Kun sana muodostuu useammasta *kanji*-kirjoitusmerkistä, kasvaa mahdollisuus väärinymmärryksiin huumasti. Sana *kōsei* voi tarkoittaa ainakin kahtakymmentä eri asiaa, kuten oikolukemista, jälkipolvia, pysyvyyttä tai hyvinvointia. Japanin runsas sanasto on siis ehtymätön aarreaitta sanoilla leikittelylle. Tässä yksi esimerkki Ōshiman selvityksestä, tarina, joka äänestettiin huhtikuussa 2010 kuukauden hauskimmaksi:

Ystävänä meni työhaastatteluun. Haastattelija kysyi: »Mikä *kagyō* on?» Ystävänä vastasi ylpeänä, »*Hai*, tiedän, sehän on *ka ki ku ke ko!*» Ystävänä ihmettelee vieläkin, että miksi häneltä kysyttiin selaista asiaa.

*Kagyō*-sanalla on useampi merkitys. Se voi tarkoittaa ammattia tai perheen bisnestä, mistä työhaastattelussa olisi luontevaa kysyä. Tai sitten se voi liittyä japanilaisiin kana-tavuaakkosiin. Tavut on ryhmitelty kymmeneen ryhmään, ja *kagyō* tarkoittaa k:lla alkavien ta-

vujen ryhmää eli tavuja *ka, ki, ku, ke* ja *ko*. Japanissa pieni lapsikin osaisi luetella tuon tavarivistön, ei siis ihme, että työhaastatteluun mennyt ystävä ihmetteli outoa kysymystä.

Huumori ei siis todellakaan selittämällä parane, päinvastoin. Tämä on yksi syy, mikseivät japanilaiset hassuttelut avaudu ulkomaalaiselle. Ne ovat vahvasti kieli- ja kulttuurisidonnaisia, joten sutkautusten kääntäminen toiselle kielelle harvoin onnistuu.

Lisäksi Japani on edelleen yhtenäiskulttuurin maa. Maan vahvat normit ja kirjoittamattomat säännöt sitovat ihmisiä yhteen, ja japanilaiset itse ovat omaksuneet ne pienestä pitäen. Japanilaiset tunnistavat samat yhteiskunnan rakenteet, tavat ja perinteet. Jos puhuu vaikka koulun urheilupäivistä, työpaikan loppuvuoden juhlista tai kesän ilotulituksista, on joka japanilaisella enemmän tai vähemmän samankaltainen mielikuva asiasta. Kaiken lisäksi väkirikkaan maan väestö on edelleen hyvin homogeenista: erilaisista kulttuurisista tai etnisistä taustoista tulevia ihmisiä on suhteellisen vähän. Kun koomikko vitsailee metron ovista, jotka ovat kuin giljotiini, tietää ainakin enemmistö yleisöstä, että ovet todellakin sulkeutuvat nopeasti eikä niiden väliin ole syytä jäädä. Hilpeyttä herättävät jutut liittyvät usein hyväksyttävän käyttäytymisen rajojen venyttämiseen ja ovat kulttuuria tuntemattomille kummallisia. Esimerkiksi, jos joku ryntää kiireen kaupalla kotiinsa eikä riisu kenkiään, hymyilyttää se japanilaista. Yhdysvaltalainen ei välttämättä näkisi siinä mitään hilpeää, mutta japanilaiselle ajatus kengät jalassa olohuoneessa kävelemisestä on täysin epätodellinen.

## ***Manzai* – tuplasti hauskeempaa**

Akira Ishida syöksähtää koululuokkaan hiukan hengästyneenä. Hän pahoittelee myöhästymistään, vaikka saapuu itse asiassa aivan

ajallaan. Me muut vain olemme olleet vieläkin aikaisemmassa, sillä päävieraan ei sovi antaa odottaa. Ishida on Japanin tunnetuimman ja suurimman viihdealan yhtiön, Yoshimoto Kōgyōn, koomikko. Hän on sen verran suuri tähti, että tapaamisessa on mukana Yoshimoton puolelta kaksi ihmistä katsomassa, että haastattelussa kaikki sujuu mallikkaasti. Miksipä ei sujuisi, sillä Ishida on kokenut ammattilainen, joka tuntee komiikan rakentamisen tekniikat ja osaa paitsi puhua viihdealan haasteista myös sopivasti viljellä vitsejä haastattelun lomassa.

Tapaamme Shinjुकun alueella sijaitsevassa entisessä koulurakennuksessa, jonka Yoshimoto-yhtiö on vuokrannut Tokion pääkonttorikseen. Sisällä näyttää edelleen aivan koululta, sillä erotuksella että käytävillä kuljeskelee ja istuskelee aikuisia. Luokkahuoneet on säilytetty sellaisinaan liitutauluineen ja pulpetteineen. Osaan on rakennettu väliseiniä, jotta on saatu lisää neuvotteluhuoneita. Rakennuksen sisäpihan ulkoilualue on jätetty heinittämään omia aikojaan.

Yoshimoto on perustettu vuonna 1912 Osakassa, japanilaisen komiikan pääkaupungissa. Yrityksen palkkalistoilla on noin kuusituhatta taiteilijaa – koomikkoa, viihdyttäjää, julkkista tai *tarentoja*, niin kuin japanilaiset sanovat. He esiintyvät niin tv:ssä, radiossa, elokuvissa, podcasteissa, teattereissa, live-esityksissä ja eri digitaalisilla alustoilla. Yoshimoto tuottaa draamasarjoja, tosi-tv-ohjelmia, dokumentteja ja erilaisia kilpailuhupailuja, joita tuntuu tulevan tv:stä jatkuvasti, avaa sen milloin hyvänsä. *Owarai* eli komedia on Yoshimoton erikoisuus, ja vielä tarkemmin *manzai*, josta Ishidakin parhaiten tunnetaan. Hän on Non Style -*manzai*-parin toinen hahmo. Non Style ampaisi kuuluisuuteen vuonna 2008, kun se voitti maan arvostetuimman koomikkopalkinnon M1 Grand Prix'n. Kisan nimi parodioi formulakilpailuja, ja M viittaa tietenkin *manzaihin*. Nimi ei suotta muistuta formulasta, sillä M1:n voitto on

japanilaiskoomikoiden himoituin tavoite. Se tuo paitsi rahaa myös mainetta.

»Esitän yleensä *bokea* ja kumppanini Inoue on *tsukkomi*. *Boken* rooli sopii minulle. Olen luonnostani tällainen outo hölmöläinen», naurahtaa Ishida.

*Manzai* on komedian muoto, jossa kaksi esiintyjää lavalla hauskuuttaa keskinäisellä sanailullaan yleisöä. Heidän tarinansa ovat etukäteen mietittyjä ja käsikirjoitettuja, vaikka vaikuttavatkin spontaanilta keskustelulta. Rekvisiittaa ei käytetä. Kuten Ishida kuvasi, kummallakin esiintyjällä on oma roolinsa. *Boke* on parivaljakon varsinainen pelleilijä, joka päästelee suustaan mitä mieleen juolahtaa juurikaan asioita suodattamatta. Hänen hoksottimensa voivat olla vähän hitaat, lisäksi hän kuulee ja vielä useammin ymmärtää asioita väärin. *Tsukkomi* puolestaan on se järkevä kaveri, joka nuhtelee tai säтті kumppaniaan tämän möläytyksistä, pöyhöistä oivalluksista tai tietämättömyydestä. Hän vie keskustelua eteenpäin ja lisää hauskuutta esitykseen omilla loogisilla kommentteillaan. *Tsukkomi* saattaa myös muka ärtyneenä tai tuskastuneena kumppaninsa hölmöilyyn läpsiä tätä päähän. Ishida kertoo, että *manzai*-roolit jaetaan sen mukaan, mikä sopii omalle luonteelle ja luontaiselle tavalle käyttäytyä. Esiintyjillä on vakiintunut ja tunnistettava tyyli myös vaatetuksen suhteen: Ishida pukeutuu kengistä solmioon asti täysin valkoisiin, Inouella on tavallisesti tumma puku.

*Manzai*-parivaljakko syöksähtää puolijuoksua lavalle, esittäytyy ja aloittaa nopeatempoisen vitsailun. Spontaaneilta kuulostavat jutut on mietitty tarkasti etukäteen, ja ne kestävät alle kymmenestä minuutista pariinkymmeneen minuuttiin. Dialogi on kovaäänistä, elehdintä liioiteltua ja jutut välillä aivan täydellistä hölynpölyä. *Vaikea* kuvitella oikeastaan suurempaa vastakohtaa normaalille vuoro-vaikutukselle. Tämä on kuitenkin vain osatotuus *manzaista*.

Suomessa asuva koomikko Gen Takagi haluaa murtaa japanilaiseen komiikkaan liitetyn yleisen mielikuvan huutavista ja meuhkaavista esiintyjistä.

Osaka on *manzain* ja komedian pyhä kaupunki Japanissa, ja kovaäänisyys ja voimakas reagointi kuuluvat osakalaisten koomikoiden tapaan esiintyä. Yleisesti ottaen osakalaiset ovat vilkkaita, puheellaita ja suorasanaisia, niin koomikot kuin yleisökin. Sellainen tyyli toimii siellä ja saa yleisön reagoimaan lavalla kerrottuihin juttuihin. Muualla Japanissa toimii erilainen *manzai*. Pohjoisen ihmiset ovat rauhallisempia, joten *manzai*-tyylikin on usein hillitympää. Eteläisen Okinawan ihmiset taas lempeitä, joten siellä *manzaikin* on tavallisesti rauhallisempaa. Japanilainen komiikka ei todellakaan ole pelkkää huutamista.

Osaka on kautta historian ollut eloisa kauppakaupunki, ja bisneksen teon sanotaan olevan sen asukkailla verissä. Heitä kuvataan toimen ihmisiksi, jotka ajattelevat, että kova työnteko, eritoten kaupankäynti, vaatii myös huvituksia – ja nauramista. Osakalaisille kauppiaille oli tärkeää luoda asiakkaiden kanssa hyvät välit, oli osattava neuvotella, ja se teki ihmisistä nokkelia sanailijoita. Ilmapiirin keventämiseksi ja mukavan tunnelman luomiseksi kauppiaat vitsailivat ja saivat näin ostajat hyväälle tuulelle. Osakalaisten puheenparsi on hyvin tunnistettavaa, ja sieltä kotoisin olevat koomikot käyttävät mielellään paikallisia sanontoja ja murretta. Yleisenä odotuksena onkin, että jos olet Osakasta kotoisin ja puhut murretta, sinun on oltava hauska. Kääntöpuoli on se, että odotus asettaa koomikolle melkoisia paineita.

Osa hauskuudesta muodostuu myös siitä, että koomikko toimii toisin kuin arjen käyttäytymissäännöt edellyttävät. Lavalla pulisevan ja tauotta touhuavan koomikon käytös on ristiriidassa yleis-



ten normien kanssa. Japanissa arvostetaan hiljaisuutta ja sitä, että miettii, mitä suustaan ulos päästää, minkä kertoo jo sananlaskukin: *iwanu ga hana* – »sanomatta jättäminen on kukka» eli vaikeneminen on kultaa. Mainoksista, jotka ovat usein mainioita aikansa kuvia, löytyy esimerkki vaiti olemisen arvostuksesta. 1970-luvun alussa olutvalmistaja Sapporo oli huolissaan, että sen oluen raikas mielikuva oli liian naisellinen. Vaikka miehet joivat olutta naisia enemmän, haluttiin brändiä terävöittää karskimpaan suuntaan. Mainosten keulakuvaksi palkattiin kuuluisa näyttelijä Toshirō Mifune, miehinen mies, joka tunnetaan muun muassa monista Akira Kurosawan ohjaamista elokuvista. Sloganiksi keksittiin: »Miehet pysyvät hiljaa ja juovat Sapporo-olutta.»

Enää televisiossa esiintyvät miehet eivät juuri hiljaa pysy. Japanissa yleisin ohjelmatyyppi näyttää olevan studioshow, jossa joukko vieraita kommentoi videoita tai studiojuontajan kysymyksiä. Koheltava tyyli tuntuu olevan valttia. Vieraat ovat pääosin koomikoita tai *tarentoja* (englannin sanasta *talent*) eli ammattijulkkiksia, joilla on suuret ihailijajoukot. He ovat sanavalmiita ja hauskoja, ja yleisö avaa television nähdäkseen suosikkinsa. Tv-yhtiöille nämä ohjelmat ovat parasta mahdollista tuotantoa: kansa rakastaa niitä ja ne ovat suhteellisen edullisia toteuttaa. Koomikot eivät välttämättä pyydä päätähuimaavia palkkioita, sillä tv-esiintymiset houkuttelevat. Ne ovat tie julkisuuteen. Kun kasvot tulevat tv:stä tutuiksi, täyttyvät live-esiintymistenkin salit ja lipuista voi pyytää korkeampia summia.

## Nauru kumpuaa arjesta

Koomikko Akira Ishida ja hänen *manzai*-kumppaninsa Yūsuke Inoue ovat kotoisin Osakasta ja tuntevat toisensa jo yläkoulusta. He alkoivat esiintyä yhdessä ammattimaisesti vuonna 2000. Non style kiertää ympäri Japania ja tekee videoita säännöllisesti myös sosiaaliseen mediaan. Kasvot on pidettävä yleisön mielessä, jotta saa keikkoja niin lavoille kuin televisioonkin.

Ishida kertoo kirjoittavansa itse tarinansa ja keräävänsä aiheita useimmiten arkisista asioista.

Kuljen joka paikassa vihko mukana ja kirjoitan muistiin pieniä asioita, joihin itse kiinnitän huomiota tai joita kummastelen. Sanoihan, kumpi on nolompaa, käyttää peruukkia vai se, että suusta puuttuu hammas. Tai kerron tarinaa siitä, kun vanha pappa lähtee uusimaan ajokorttia. Tai onko järkeä, että koiralle annetaan nimeksi Choko, joka tarkoittaa suklaata. Koirahan kuolee, jos syö suklaata. Ihan sama kuin nimeäisi lapsensa jonkin myrkyllisen kasvin mukaan. Heh, tällaisia asioita. Kaikki tunnistavat tuollaisia yksittäisiä tilanteita, joten ne huvittavat ihmisiä. Parikymmentä vuotta sitten kun aloitimme Inouen kanssa esiintymisen, suosittuja aiheita olivat tunnettuihin manga-sarjakuvahahmoihin, kuten Anpanmaniin tai Doraemoniin, liittyvät jutut. Tai saatoimme kertoa japanilaisen kansantarinan sankarista Momotarō-pojasta, joka syntyy persikasta ja päihittää eläinystävineen paholaiset. Yleisö tuntee nuo hahmot, ja sitten kun niihin keksii jonkin yllättävän käänteen tai piirteen, se naurattaa.

Japanin kieli jo itsessään mahdollistaa loppuhuipennuksen eli sen että ratkaiseva käänne on lauseen lopussa. Varsinainen tekemisen

ydin eli verbi tulee aina viimeisenä, ja sehän voi olla myönteinen tai kielteinen, menneessä aikamuodossa tai preesensissä. Lopullinen merkitys paljastuu vasta aivan viimeisistä sanoista, joten siihen asti kuulija voi mielessään kuvitella tai odottaa tietynlaista loppuratkaisua, ja kertoja saattaakin pyöräyttää juonen kääntein ennalta odottamattomaan suuntaan. Taitava kertoja osaa yllättää katsojan tai kuulijan mieleensä rakentaman mielikuvan. Nauru antaa odottaa itseään.

Ishidan mukaan naisia ja miehiä naurattavat vähän erilaiset kaskut, ja esimerkiksi sarjakuvista naiset ja miehet lukevat aivan eri tarinoita. Niin ikään eri-ikäisiä huvittavat eri asiat. Hän sanoo, ettei käytä nuorison suosimia muoti-ilmaisuja ennen kuin ne ovat vakiintuneet kieleen: »Haen juttuja, jotka osuvat mahdollisimman laajaan yleisöön. Katsomossa saattaa istua kolmekin sukupolvea yhdessä. Täytyy miettiä, että jokaiselle on jotain.»

Ishida hoksaa yhtäkkiä, että saunahan on tyyppillinen suomalainen asia. Viime vuosina saunan suosio on suorastaan räjähtänyt Japanissa. Nykyisen sen tuntee moni jo muutenkin kuin *onsenkylpylöiden* tulikuudesta ja rutikuivista löylyhuoneista, joissa ei heitetä löylyä vaan katsotaan televisiota. Niinpä lähtee liikkeelle tällainen juttu:

En oikeastaan voi sanoa pitäväni saunasta. En tiedä, millainen sauna on teillä ulkomailla, mutta Japanissa se on ahdas, puinen huone. Siellä ukot istuvat selkä kyyryssä vierä vieressä ja vähitellen alkavat hikoilla. Saunan kuumuudessa hikoilijoista tihkuvat nesteet höyrystyvät ilmaan, sekoittuvat ja höyry ympäröi lopulta kaikkia. Sitten kun kuumuudessa ei enää kestä kärvistellä, niin ukot lähtevät pois ja upottavat itsensä kylmältaaseen. Veden pitäisi virkistää, mutta siihen sekoittuvat kaikkien saunassa hikoilleiden, toisilleen tuntemattomien ihmisten hiet. Se on vähän kuin upottaisi

itsensä paksuun kastikkeeseen, ja kastikkeena on tuntemattomien ihmisten hiet. Hah haa, sellaista se saunominen on.

Ishida kertoo juttunsa elävästi ilmehtien ja alkaa nauraa hekottaa makeasti. Niin tekevät kaikki muutkin pöydän ympärillä, mutta en ole aivan varma, nauravatko he kohteliaisuudesta vai oliko se heistä oikeasti hauska. Osa hauskuudesta piilee värikkäissä ilmaisuihin, joita Ishida käyttää, ja hän kieltämättä onnistuu luomaan kerronnallaan huvittavia mielikuvia. Jotta kasku kunnolla avautuisi, tilannetta pitäisi siis selittää, ja selittäminenhän ei tunnetusti vitsiä paranna.

Vitsit ovat vuosien varrella siistiytyneet, eikä seksuaalisväritteisiä tarinoita arvosteta, paitsi ehkä jos ollaan jossain miesporukassa, arvioi professori Ōshima. Hän on tutkimustensa perusteella samaa mieltä koomikko Ishidan kanssa niistä aiheista, joiden kanssa ei japanilaisyleisön eteen kannata mennä. Poliitiikka, sodat, keisari-perhe ja uskonto eivät teemoina herätä mielenkiintoa. Keisarilla saattaa edelleenkin olla vanhemmille ihmisille erityismerkitystä. Uskonto ei ole tabuaihe, mutta se ei ihmisiä kiinnosta. Shintolaisuus ja buddhalaisuus menevät monella sekaisin, ja uskonnot ovat arkinen osa ihmisten elämää. Tänään käydään shintolaisessa pyhäkössä ja huomenna ehkä buddhalaisessa temppelissä. Poliitiikkaan taas ovat ihmiset perin pohjin kyllästyneet. Pääministerit vaihtuvat usein, eivätkä ihmiset koe suurta eroa siinä, kuka kulloinkin maata johtaa. Ōshiman mukaan korkeintaan voidaan vitsailla, sillä kuka on pääministeri tänään ja kuka on huomenna.

Ishidan kokemukset osoittavat saman: »Olen huomannut, etteivät poliitiikkaan tai uskontoon liittyvät jutut kerta kaikkiaan uppoa, niitä on ihan turha nostaa aiheiksi. Ulkomailla poliittinen satiiri saattaa toimia, Japanissa ei.»

Hän pohtii, ettei yleisön reaktioita voi koskaan ennustaa.

Kiinnostavimpia ovat oikeastaan ne jutut, joita olen miettinyt ja hionut, valmistellut huolella ja ajattelut, että tämä on aivan mahdollottoman hyvä. Sitten lavalla huomaankin, ettei kukaan naura, kukaan ei reagoi mitenkään. Yleisö ei kuitenkaan koskaan valehtele. Lavalla heidän edessään reaktiot tulevat heti, ja välillä menee kerta kaikkiaan pieleen. Kyllä niin käy edelleen. Niistä vitseistä oppii eniten, kun yrittää ruotia, mikä meni vikaan.

Japanilainen yleisö saattaa olla vaisua reagoinniltaan, joten ulkomaalaiset erehtyvät luulemaan meitä vakaviksi. Mutta ihmiset pitävät liioittelusta, varsinkin osakalaiset, heihin uppoaa aivan erityisen pölvästit jutut, todella äärilaidan hölmöily. Minäkin yritän olla mahdollisimman eläväinen lavalla. Ihmiset haluavat nauraa ja viihtyä.

### »*Manzai* on kuin perunalastu»

Kovin vaisulta ei vaikuta, kun käy katsomassa viihdeyhhtiö Yoshimoton teatterissa talon omia koomikkokasvatteja. Arki-iltapäivän näytöksessä on luvassa rutkasti viihdykettä, kun yhdeksän *manzai*-duoa syöksähtää vuoron perään lavalle. Tässä pikkuteatterissa esiintyvät *manzai*-koomikot ovat vasta uransa alussa, eikä meitä ole yleisössä kuin parikymmentä ihmistä, suurin osa nuoria naisia. Kaikkiaan esitys kestää tunnin ja yleisö ulvoo naurusta oikeastaan koko ajan. Vieressäni istuu parikymppinen opiskelijanainen, joka on saapunut Tokioon maaseudulta Toyamasta. Hän kertoo, että opiskelijan rahat ovat tiukalla, joten kympin hintainen lippu tällaiseen aloittelijoiden show'hun sopii vielä budjettiin. Hän kertoo käyvänsä parin kuukauden välein Tokiossa ja yrittävänsä joka kerta tulla katsomaan *manzaita*.

Tekee hyvää vain nauraa vähän aikaa. Esiintyjien jutut ovat nokkelia huomioita arkipäivän asioista, ei mitään liian raskasta. Ne ovat sellaisia sattumuksia tai kummallisuuksia, jotka hyvin tunnistaa. Tai sitten sanaleikkejä, jotka ovat todella hauskoja.

Yoshimoton viihdeteollisuusjätillä on oma koulunsa, jossa voi opiskella komiikkaa. Vuosittain koulusta valmistuu noin viisisataa uutta innokasta ihmistä, jotka tähtäävät viihdyttäjiksi. Nykyisin opiskelijoista noin 20–30 prosenttia on naisia, ja heidän osuutensa perinteisesti miehisellä alalla on nousussa. Akira Ishida on yksi koulun opettajista ja näkee, miten tosissaan nuoret alalle haluavat. Hänen mielestään huumoribisnes on muuttunut paljon aiempaa vakavamaksi, ja yksi syy siihen on M1 Grand Prix -kilpailu, jonka voittoa tavoittelee useita tuhansia viihdyttäjäkaksikoita. Hän vertaa koomikkoa kilpaurheilijaan:

Koko ajan on yritettävä parantaa suoritustaan. Samaan aikaan japanilaisen huumorin taso on parantunut. *Manzai*-sketseissä rakenne on entistä tärkeämpi, eikä enää riitä, että mennään lavalle ja puhutaan puuta heinää. Myös koomikoiden keskinäinen kilpailu on ankaraa. Mutta silti, ei tätä työtä parempaa olekaan. Ei varmasti ole toista ammattia, jossa voi nauraa näin paljon. Se on ihan huippua. Työparini Inouen kanssa kehitämme koko ajan uusia juttuja, esitämme niitä ja mietimme, mikä onnistui, mikä ei. Joskus ajattelen, onko tällaisella työllä merkitystä. Siinä mielessä ehkä ei ole, että ilman vitsejäkin maailma tulisi toimeen. Toisaalta ajattelen, että nauruakin tarvitaan. Toivoisin, että mahdollisimman moni pääsisi katsomaan esityksiä. Minusta *manzain* pitäisi olla kuin perunalastu: rapea, kevyt ja kaikkien saatavilla. Joskus tuntuu, että se on muuttunut sisäfileepihviksi, hienoksi ja aivan liian vakavasti otettavaksi asiaksi.

Kun seuraa *manzai*-koomikoiden esityksiä, ei heti arvaisi, että taidemuodon juuret juontavat Japanin korkeakulttuurin kulta-aikaan eli Heian-kaudelle vuosiin 794–1185. Kiotosta oli tullut tuolloin pääkaupunki, jossa keisari ylhäisine hoveineen asui. Kiinalaisvaikutusten jälkeen eliitti alkoi kiinnostua japanilaisesta kulttuurista, ja kirjoitusjärjestelmien kehittyminen antoi pontta kirjallisuuden ja runouden kukoistukselle. Silloin syntyi esimerkiksi Japanin kirjallisuushistorian merkkiteos *Genji monogatari* eli *Genjin tarina*, keisarin hovinaisen Murasaki Shikibun siveltimestä. Jos yhdellä sanalla pitäisi kuvata yleistä mielikuvaa Heian-kaudesta, hienostuneisuus voisi perustellusti olla oikea termi. Täytyy kuitenkin muistaa, että hovi ei silloinkaan ollut kuin murto-osa koko valtakunnasta, eikä eliittikään aina jaksaa vain runoilla tai ihaila puutarhaa kuutamon valossa. Ylhäisö kaipasi eläväisempää viihdykettä.

Vähitellen alkoi olla kysyntää kiertäville esiintyjille, jotka toivat vuodenvaihteen juhliin viestejä jumalilta ja kutsuivat lauluin, tanssein ja rumpuja soittaen hyvää onnea ja pitkää ikää seuraavaksi vuodeksi. Ajateltiin, että mehevät naurut vuoden aluksi toisivat onnea koko vuodeksi. Tuohon aikaan ylimystölle ja tavalliselle kansalle oli eri esiintyjä. Siinä missä parempia piirejä viihdyttivät useamman hengen esiintyjäryhmät, rahvaan keskuudessa liikkui viihdyttäjäkaksikoita. Duolla oli vakiintuneet roolit, joissa toinen esitti hassuja tansseja ja ymmärsi sanoja väärin, ja toinen oli tämän vakavampi vastakohta, joka mätki viuhkalla pelleilijää päähän. Kuulostaa nykypäivän *manzailta*. Tällainen kiertävä viihdytysperinne jatkui pitkään, kunnes Edo-kaudella (1603–1868) kaupunkikulttuuri alkoi kehittyä. 1700-luvun lopulla Kioton, Osakan ja Edon eli nykyisen Tokion kaduilla sekä temppelien tai pyhäköiden esiintymislavoilla viihdemuodoksi muovautui *manzai*.

Meiji-kaudella (1868–1912) kaupunkikulttuuri vahvistui edelleen, ja suuriin kaupunkeihin syntyi *yosei*- eli varieteeteattereita.

Kaupunkien väkiluku kasvoi nopeasti ja tavalliset ihmiset kaipa-sivat arjen vastapainoksi huvituksia. *Yose*-teattereissa esitettiin ke-vyttä ja ihmisiä ilostuttavaa viihdettä: oli tanssia ja laulua, soitet-tiin niin japanilaisia kuin länsimaisia instrumentteja ja jonglöörin taituroivat lavalla. Lisäksi erilaiset sanataiteen mestarit naurattivat yleisöä.

Elokuvateattereiden tulon myötä 1920-luvulla *yose*-teattereiden suosio ymmärrettävästi hiipui. *Manzai*-sanailu kuitenkin pysyi suosittuna. Se vetosi erityisesti tavalliseen työväestöön ja keski-luokkaan, oman aikansa *salarimaneyhin* eli tunnollisesti työssään ahertaviin palkkatyöläisiin. Suosittuja olivat aiheet, joihin ihmiset pystyivät samaistumaan ja jotka olivat osa heidän elämäänsä: maa-seutu- ja kaupunkilaiselämän erot, osakalaismurteen ja Tokiossa käytetyn yleiskielen erot, japanilaisten perinteiden ja länsimaista tuodun kulttuurin erot. Kaupunkilaisia viihdytti myös toinen komiikan muoto: *rakugo*.

## Japanilainen vastine stand up -komiikalle

*Rakugo* on taidemuoto, joka on kiehtova sekoitus näyttelemistä, tarinankerrontaa ja mimiikkaa. Esiintyjän erinomaisuus punnitaan hänen tarinankerrontataidoissaan, persoonallisuudessaan ja oma-peräisyydessään. Hän esittää yksin kaikki tarinan hahmot. *Rakugon* juuret ovat pitkät, ja se elää edelleen vahvana.

Siinä missä stand up -koomikko esiintyy lavalla seisoen yleisön edessä, *rakugo*-taiteilija istuu polviensa päällä litteällä *zabuton*-istuinyynyllä. Hän kykenee taitavalla eläytymisellään, eleillään ja puhetapaansa vaihdellen vangitsemaan katsojan huomion ja luo-maan tapahtumista ja henkilöistä elävän kuvan. Tarina päättyy aina yllättävään käänteeseen. Yksi ja sama esiintyjä on niin nuorukainen,



lapsi, vanhus tai vaimo. Tai hän voi olla prostituoitu, ramenkauppias, varas, buddhalainen munkki, samurai, uhkapelaaja tai palvelija. Onpa hahmoina myös jumalia tai eläimiä, kuten kettuja, jäniksiä tai hyönteisiä. Eri hahmot esitetään paitsi ääntä muutellen myös päätä kääntäen eri suuntiin sen mukaan kuka milloinkin on äänessä. Ainoa *rakugo*-esiintyjän käyttämä rekvisiitta on kokoon taittuva bambuviuhka ja puuvillainen, suorakaiteen muotoinen ohut kangas, joka on taiteltu siististi. Viuhka toimittaa esityksessä syömäpuikkojen, kynän, saksien tai piipun virkaa, kangaskappale taas voi olla kirja, nenäliina tai vaikka nippu seteleitä.

Taiteilijanimeä Ichirin käyttävä kuusikymppinen nainen opettaa päivisin yliopistolla englantia, mutta vapaa-ajallaan hän pukeutuu kimonoon ja käy esittämässä *rakugoa*. Hänen suosikkitarinansa on vanha klassikko *Tenshiki*, ja se menee kutakuinkin näin:

Buddhalaista pappia piinaavat vatsavaivat niin pahoin, että hänen on lähdettävä lääkäriin.

Tutkimuksen aikana tohtori kysyy, onkohan papilla mahdollisesti *tenshikiä*. Pappi hämmentyy, sillä hän ei ymmärrä, mitä lääkärin käyttämä sana merkitsee, mutta ei missään nimessä halua tunnustaa sitä. Niinpä hän passittaa temppelein noviisimunkin kaupungille etsimään *tenshikiä* kertomatta tällekään, ettei edes itse tiedä, mitä se on. Tarinan monivaiheisten ja hassunkuristen käänteiden jälkeen paljastuu, että *tenshiki* on hienostunut ja harvinainen sana ilmavaivoille. Lääkäri ei tohtinut käyttää buddhalaisen papin edessä tavallista arkista sanaa. Pappi taas ei kehdannut paljastaa tietämättömyyttään lääkärille eikä tietenkään noviisillekaan.

*Rakugossa* yleisöä naurattavat tarinoiden karikatyyriset hahmot. Ahneelle tai juonikkaalle käy köpelösti, koppava maanomistaja