



AUTO TELEVISION MUUTOKSEN MERKITSIJÄNÄ

Paul Grainge (2022) *TV and Cars*. Edinburgh: Edinburgh University Press. 149 sivua.

Koronapandemian aika, jolloin työmatkojen sijaan yhtäkkiä oli vain pakotettua etäisyyttä, ajoi Paul Graingen pohtimaan yhdessäoloa autossa. Lähtökohta ja motivaatio kirjalle ovat erinomaisia. Näin on jo siksi, että kaikki autoilukulttuurin esittämiseen liittyvät tutkimukset ovat tervetulleita, sillä niin oleellinen osa populaarikulttuuria ja elämää motorisoitu liikenne on viime vuosituhannen alkupuolelta asti ollut.

Kirja rakentuu kolmen autokeskeisen tilannekomedian ympärille. Auto on olennainen televisio-ohjelmien tarkastelussa, joka ei kuitenkaan pysähdy autoiluun. Kompakti teos käsittelee omissa luvuissaan komedioita *The Trip* (BBC 2010–2020), *Carpool Karaoke* (CBS 2015–) ja *Peter Kay's Car Share* (BBC 2015–2018). Tässä järjestyksessä ohjelmia analysoimalla Grainge yhdistää onnistuneesti autoilukulttuurin ja television, liikkumisen tutkimuksen ja mediatutkimuksen kuvatessaan television tuotanto- ja katselukulttuurissa 2010-luvun aikana tapahtunutta murrosta, jonka keskiössä on ollut auto.

Myös suomalaisen television näkökulmasta auton merkitys television muutoksessa on ymmärrettävä, kun miettii autoiluun kytkeytyvien ohjelmien määrää, monipuolisuutta ja pitkäikäisyyttä. Näitä ohjelmia ovat esimerkiksi autojen esittelyn ja tekniikan *Teknavi* (aiemmin *Teknari*, MTV3 2010–), huonoa ajotaitoa ihmettelevä *Suomen surkein kuski* (2012–), autoharrastajien tosi-tv-ohjelma *Latela* (YLE 2013–) ja arkinen, auton tilan dynaamisuudesta nouseva *Rattikärpäset* (YLE 2019). Ulkomaisista meikäläisessä televisiossa nähdystä mainit-

takoon vaikka *Kaarakaksikko* (*Wheeler Dealers*, Discovery Channel 2003–) sekä klassikot *Viritetyt vehkeet* (*Pimp My Ride*, Music Television 2004–2007) ja peräti 45 vuotta eri kokoonpanoilla tehty *Top Gear* (BBC 1977–).

Lajityypillisesti edellä mainitut eivät ainkaan ensi sijassa ole tilannekomedioita, mutta ne ovat osa Graingen kirjassaan hahmottamaa muutosta. Erityisesti *Top Gear* on Graingen tarkastelussa merkittävä tausta, koska se oli BBC:n ensimmäinen maailmanlaajuinen brändi ja vuoden 2002 uudesta tulemisestaan lähtien se on kytkeytynyt 1990-luvun lopulla alkaneeeseen elämäntapaohjelmien nousuun.

Teoksessa on kaksi toisiinsa limittyvää painopistettä: Grainge keskittyy autovetoisiin komedioihin osana keskustelua nykytelevisiosta sekä television kykyyn kertoa autolla liikkumisen sosiologiasta. Lähtökohtana on väite siitä, että 2010-luvulla, jolloin auton tilan sosiaalisuudesta tuli merkittävä populaariviihteen aihe, tuo tila muovasi niin televisio-ohjelmien tuotantoa, jakelua kuin kokemusta. Television tilannekomedioissa autosta tuli digitaalisen murroksen merkittävä.

Autoilun mahdollistaman muutoksen keskeinen käsite Graingelle on *passengering*, jonka voisi suomentaa autolla kulkemiseksi tai matkustamiseksi. Vaikka kirja jo aiheensa puolesta osallistuu autojen ja autoilun spektakelisointiin, se ei ensi sijassa tarkastele autoja tai autoja käsitteleviä ohjelmia. Keskeistä *passengering*-käsitteessä onkin auton tarjoama sosiaalinen tila eli kysymykset siitä, miten me tuossa tilassa käyttäydymme, miten me

autossa puhumme, tunnemme, ajattelemme, laulamme ja unelmoimme. Auton sosiaalisuus muistuttaa antropologi Daniel Millerin *Car Cultures* -kokoelman (2001) johdannossa esittämästä ajatuksesta, jonka mukaan meidän tulisi auton tuottamista ongelmista huolimatta puhua ennen muuta sen ”humaanisuudesta”. Näin on siksi, että halusimmepa tai emme, autot vaikuttavat elämäämme, ja ne voivat toimia myös vieraantumisen vastustamisen, identiteetin etsinnän ja rakentamisen välineenä. Tästä kertovat myös Graingen analyysiesimerkit.

The Trip on Steve Cooganin ja Bob Brydonin käsikirjoittama ja tähdittämä – ja nimenomaan tähdittämä – matkakomedia. Auto on televisiokomedialle otollinen tila, sillä se pakottaa puhumaan – vaikkakin Coogan ja Brydon tuskin olisivat hiljaa missään. Tunnettujen koomikoiden matka on ”eroavaisuuden komediaa”, jossa tuon tuosta osoitetaan tietoisuus miesten statuksesta. Vaikka autoja kuvataan spektakelisoitujen, televisioilmaisun kannalta kiinnostava huomio on se, että auton pieni tila tarjoaa kehyksen television pienen kehyksen sisällä. Samaan tapaan kuin klassisissa tilannekomedioissa perhe istuu episodin päätteeksi yhdessä sohvalla ja vertautuu kotisohvan katsojiin, Grainge vertaa autossa istumistakin television katsomiseen sohvalla, sillä molemmissa tilanteissa istutaan vieretysten katse eteenpäin.

The Tripille läheinen on Jerry Seinfeldin Netflix-sarja *Comedians in Cars Getting Coffee* (2012–2020), jossa siinäkin – nimensä mukaisesti – koomikot kulkevat autolla. Jakelun ja vastaanottokokemuksen suhteen Seinfeldin ohjelma on kuitenkin lähempänä Graingen tarkastelemaa *Carpool Karaokea* (CBS 2015), sillä ne molemmat ovat osoitus muutoksesta, jossa televisiokomedia siirretään tietoisesti internetissä katsottavaksi viihteeksi. Ja jopa niin, että – Seinfeldin kirjassa mainitun toteamuksen mukaan – ohjelman nimeen valitaan algoritmien hyvin tunnustamia sanoja, kuten *comedians, coffee, cars*.

Late Night with James Corden on television ja internetin hybridi, sillä *Carpool Karaoke*, jota ajateltiin alusta lähtien YouTubevideona, alettiin nähdä sen osana 2015. *Carpool Karoaken* kautta Grainge käsittelee mainiosti digitaalisuuden tuomaa muutosta, jossa erilaisin applikaatioin ja palveluin

katsoja yritetään pitää kaikkina mahdollisina vapaina hetkinä kiinni älylaitteissa ja siten kulutuksen piirissä. Itsestään selvältä mutta silti osuvalta tuntuu huomio siitä, että liikkeessä kuluttamisesta on tullut oleellinen osa mediakokemusta.

Carpool Karokea käsittelevä osa on hauskoine esimerkkeineen kirjan parasta antia. Paikoin kuvaukset saavat nauramaan ääneen, mikä ei akateemista kirjaa lukiessa ole ihan tavallista. Koska kirja ajoi minut myös YouTubeen katsomaan muun muassa Stevie Wonderin, Adelen sekä George Clooneyn ja Julia Robertsin vierailua *Carpool Karoakessa*, kirjan voi tavallaan myös nähdä toimivan kuvaamansa mekanismin osana.

Julkisten Range Roverissa käymiä keskusteluja ja lauluja esittävien *The Tripin* ja *Carpool Karoaken* jälkeen kirjassa siirrytään lopuksi tilannekomediaan *Peter Kay's Car Share* (BBC 2015–2018). Aiemmin käsitellyistä komedioista poiketen sitä määrittää selvemmin fiktiivisyys, tavallisuus ja pieni Fiat 500 – sekä konkreettisesti korona-ajan arjesta hetkeksi kadonnut päivittäinen kodin ja työpaikan välisen kulkemisen rituaali. John ja Kayleigh ajavat yhdessä töihin ja töistä kotiin ja höpisevät molempiin suuntiin sitä ja tätä.

Auton, digitaalisuuden ja katsojuuden välisen yhteyden Grainge tiivistä hyvien esimerkkiensä avulla muotoon, jossa *The Tripiä* määrittävät autokeskeisyys ja elokuvallisuuden ja television limittyminen toisiinsa ja *Carpool Karokea* television ja YouTubeen välisen rajan hämärtäminen. *Car Share* taas on esimerkki television muutoksesta, jossa julkinen palvelu pyrkii palvelemaan ajankohtaisia tarpeita. Kun BBC vuoden 2014 pääsiäisen automatkojen edellä julkaisi striimaus- ja latauspalvelunsa, sitä mainostettiin kehotuksella ”lataa jotain hyvää ennen kuin lähdet”. Koronasulun alettua Iso-Britanniassa maaliskuussa 2020 BBC asetti *Car Sharen* kokonaisuudessaan uudelleen katsottavaksi. Auton intiimi, yhteisyyttä korostava tila muuttui äkisti nostalgiseksi arkeen, joka juuri on menetetty.

TV and Cars on sivumäärällisesti pieni kirja. Hyvin rajattuna ja sisällöllisesti tarkkanäköisenä se on kuitenkin yllättävän iso. Televisio-ohjelmien taustoihin ajaututaan välillä liian syvälle niin, että television muutoskehitys tuntuu unohtuvan. Tästä huolimatta

viihteellisten ohjelmien tarkkarajainen, kirjan luvusta toiseen kronologisesti kumuloituva analyysi kertoo mainiosti autojen kasvavasta merkityksestä, jonka ohjaava voima ulottuu moniaalle auton korin rajaaman tilan ulkopuolelle. Samassa Graingen kirja osoittaa jälleen kerran sen, että populaariviihde ei ole vain viihdettä, vaan se kertoo meillä merkittävistä elämäämme vaikuttavista, arkeamme muuttavista asioista.

Tommi Römpötti

FT, mediatutkimus, Turun yliopisto