

Kaasu pohjassa

Kun ajattelee nykyaikaista mediakulttuuria kokonaisuutena, tuntuu oudolta, että sellaisesta kytkennästä kuin “auto ja elokuva” ei irtoaisi enempää kuin pienen lehdenmittaisen erikoisteeman verran asiaa. Niin kokonaisvaltaisesti auto eri muotoineen kuitenkin on läsnä tuossa kulttuurissa. Toisaalta ehkä juuri tämä auton ympärille muotoutunut “kaikkialaisuus” – tai kuten Henri Lefebvre, johon Jukka Kortti artikkelissaan viittaa, saattaisi ehdottaa – “arjen alajärjestelmä” on jo niin läpinäkyvä, ettemme kiinnitä siihen erityistä huomiota. Ainakaan ilman erityistä syytä.

Yksi kenties perinteisimmistä syistä on ollut sellainen halu vastustaa, jota esimerkiksi kirjailija Teuvo Saavalainen on romaanissaan *Ja korjaa meri* (Gummerus 1991) ilmaissut seuraavaan tapaan:

“Hyrisin hyvästämielestä, kohotin takamuksen satulasta ja painoin poljinta lumen tuppurassa. Toivoin, että koko maassa on samanlainen sää ja tulee kymmenen-, satatuhatta peltikolaria. Samoin kaikissa muissa mahdollisissa maissa, jotta autoja ruttautuu miljoonittain. Autoilijoiden ruumiita en osannut toivoa. Moni pitää minua kovana, mutta olenkohan sittenkin liian heläluontoinen. Yksi seikka on se että ne eivät tokene sen enempää pellin kolinasta kuin ruumiiden määrästä. Ne jotka jäävät henkiin painavat kaasua verihreista välittämättä hamaan viimeiseen pensatippaan” (s. 159).

Jalankulkijana, pyöräilijänä ja joukkoliikenteen käyttäjänä kirjailija Saavalainen pitää henkilöautoja “luonnollisina vihollisinaan”, joiden lisääntyminen ja leviäminen on vaikuttanut ympäröivän maiseman, luonnontilan ja yhteiskunnan radikaaliin muuttumiseen varsinkin lyhyen ajan kuluessa. Eikä tuo muutos ole käynyt ainakaan Saavalaisen kaltaisen pyöräilijän näkökulmasta myönteiseen suuntaan, päinvastoin.

Näinkin henkilökohtainen ja tunnepitoinen viholliskuva vaikuttaa nykyään lähes uhanalaiselta, korpihiljaisuuden keskellä huutavalta ääneltä, jonka kaikupohjana on pelkästään menneisyys. Toki myös tätä voi taas pitää vain osoituksena autosta arjen alajärjestelmänä. Sen olemassaolosta on tullut luonnollista.

Tässä *Lähikuva*-lehden numerossa auton ja vauhdin tematiikkaa viipaloidaan eri näkökulmista, joilla toki on keskinäiset kosketuskohtansa. Shell-yhtiön tv-mainontaa käsittelevässä artikkelissaan Jukka Kortti

tarkastelee myös "audiovisuaalista Suomea" 1960-luvulla. Itse asiassa perusväittämän voisi pukea muotoon, jonka mukaan juuri tämäntyyppinen näkökulma onkin yksi tarkimmista suhteessa tuon aikakauden suomalaiseen mediamaiseen. Elettiin samalla sekä television, autokulttuurin, kulutus-kulttuurin että populaarikulttuurin leviämisen aikaa.

Bo Florin kytee omassa artikkelissaan yhteen monia suuria linjauksia, joiden puitteissa vauhdin, kuvan ja ihmisruumiin keskinäisyyttä on mahdollista tarkastella yksityiskohtaisemmin. Konkreettinen kiinnityskohta myös Florinin tekstissä on mainonta, tässä tapauksessa aiheena on rallin MM-sarjassa merkkimestaruuden viime vuonna voittanut, ranskalainen Peugeot-automerkki. Mediaan rinnastuva yhtymäkohta on yksinkertainen elokuvallinen (ja esi-elokuvallinen) ilmaisukeino, ristikuva, sekä sen myöhemmät, digitalisoituneet vaiheet, jotka näyttävät visuaalisesti toteuttavan futuristisen unelman ihmismootorin symbioosista.

Toisille tuo unelma on kuitenkin suurimmaksi osaksi painajainen. Tässä suhteessa yksi äänekkäimpiä ja tuotteliaimpia viime vuosikymmenien julistajia on ollut ranskalainen kulttuuriteoreetikko Paul Virilio. Omassa artikkelissani esittelen tiivistetysti joitakin Virilion peruslähtökohdista ja -väittämistä koskien vauhtikulttuurin läsnäoloa 1900-luvun muotouttajana. Lisäksi pohdin mahdollisuutta kuvittaa – kenties myös mutkistaa – näitä väittämiä nykyaikaisen, digitaalisen peliteollisuuden tuotteilla.

Teemaan liittyen numero sisältää myös laajahkon kirjakatsauksen, jossa Kaisa Kurikka esittelee aihepiiristä aivan viime aikoina ilmestynyttä, kotimaista tutkimus- ja esseekirjallisuutta. Teosten ilmestyminen ja olemassaolo on ilman muuta esimerkkinä tutkimusintressin kasvusta. Toisaalta ne ovat sisältönsä osoituksena myös siitä etsinnästä, joka näyttäisi olevan käynnissä suhteessa ilmiöön sekä ennen muuta sen tarkastelussa käytettyihin näkökulmiin ja menetelmiin. Kuvaavaa on, että myös näissä teoksissa toistuu yhtäältä pyrkimys tarkastella menneisyyttä ja toisaalta mainonnan keskeinen, sisällöllinen rooli.

Näistä lähtökohdista autokulttuurin kuva voi lähteä monipuolistumaan moniin muihinkin suuntiin historian, teknologian ja markkinoinnin lisäksi. Suuntiin, joista ja joihin elokuva ja televisio tarjoavat ehtymättömästi esimerkkejä.

Turussa tammikuussa 2002,

Jukka Sihvonen