

Sarjakuvarihkamallekin oma arvonsa

SARJAKUVA on monipuolinen ilmiö, se liittyy joltakin kulmaltaan niin kuvataiteeseen, kirjallisuuteen, massakulttuuriin kuin suopean elitistiseen epäkaupallisuuteenkin. Tampereen sarjakuvaseura on pyrkinyt rekonstruoimaan sarjakuvan eri puolia näyttelyynsä *Sarjakuvailmiö*. Lähestymistapa on kahtalainen; itse näyttelyssä nousee esiin selvimmin erilainen sarjakuvarihkama, tyylikäs näyttelyluettelo taas esittelee sarjakuvailmiön muita puolia.

Rihkaman esittelyn peruste löytyy näyttelyluettelosta **P.A. Mannisen** tekstistä. Hän pyrkii osoittamaan massatuotetun esineen sankaruuden, Pinnallisesti katsoen sarjakuvalusikat, -pelikorit, -purukumikuvat ja -nuket kertovat Mannisen mukaan vain halvan tuotantotekniikan sovelutuksista. Todellinen sisältö ja merkitys löytyy kuitenkin tämän rihkaman sisältämistä mielikuvista, niistä jotka ovat säilyttäneet sarjakuvarihkaman arvon vuosien halki.

Manninen arvioi rihkaman osaksi arkipäivämme sankaruutta, vaikka siinä ei olekaan käsityönä tuotetun esineen myötäsyttyä yksilöllisyyttä. Vasta liittyesään omistajansa kokemuspäiriin se irta-aa massasta.

Monipuolinen sarjakuvakrääsä on vain yksi näyttelyn osa. Mukana on myös klassis-kopiointien originaaleja, kuten **Ola Fogelbergin** ja **Asmo Alhon**. Sarjakuvan rajan mataluutta kuvataiteisiin osoittavat **Jarmo Mäkilän** ja **Riitta Uusialon** maalaukset.

Näyttely ja luettelo esittelevät myös sosialististen maiden sarjakuvia, aluetta jota usein aivan perusteetta pidetään jonkinlaisena sarjakuvavakuumina. Näyttelyyn on saatu jopa originaaleja, esim. virolaisen **Priit Pärnin**. Sarjakuvamainen mainonta on tuttua Neuvostoliitossakin, Pärnin kuvittamassa muovikassissa lehmä ja auto kohtaavat:

"Tere, tere Ford! Tere, Hereford!"

Jostain käsittämättömästä syystä näyttelyluettelo lukee myös Argentiinan sosialistiseksi maaksi. Siitä kenraalit pitäisivät.

Sarjakuvan käyttöä mainonnassa näyttely vain hipaisee. Sehän on lisääntynyt viime aikoina hurjasti, erityisesti Ranskassa. Näyttelyssä oleva **Mauri Kunnaksen** makkaraa mainostava juliste osoittaa, kuinka sarjakuvan suoraviivaisella käytöllä mainoksissa on vaikeutensakin.

Kunnaksen hulvattomalla tyyllillään piirtämä makkaraa supermarketissa rohuava keskivertoperhe kääntyy käytännössä anti-mainokseksi. Sarjakuvan kyky etäännyttää kuvaamansa tilanne tuo julisteeseen rajun parodisen tason, Kunnaksen tyyllillä tehty "normaali" mainossanoma ei kerta kaikkiaan mene läpi tv-mainoksen tavoin. Mainos tuo mieleen underground-piirtäjä **Robert Crumbin** muunnelman vanhasta amerikkalaisesta perheyhteyden pyhyyttä korostavasta sananparresta, "Family that lays together..."

Näyttelyn keskeinen anti on pyrkimys sarjakuvan tavaraluonteen hahmottamiseen. Teollisesti tuotettua sarjakuvaa voidaan kaupata ja muunnella markkinoiden tarpeen mukaan, kun makkaraa. Teesillä on myös antiteesinsä, **Reima Mäkinen** kirjoittaa luettelossa perinpohjaisesti 70- ja 80-luvuilla pilvin pimein omakustanteina tehdyistä sarjakuvalehdistä.

Niiden ihanne oli pienuus, omatekoisuus ja sanoman väärentämättömyys. Mäkinen jutussa mainitaan 115 lehteä, suurin osa lyhytikäisiä purkauksia. Nimet puhukoon puolestaan: *Syytä, Lenkkienkä, Hiekkaa suuhun, Nakit muusilla ja Rutto saapuu Suomeen*.

Kaikessa hajanaisuudessaan ja suppeudessaankin näyttely yhdessä luettelon kanssa kykenee herättämään mielenkiintoisia kysymyksiä ja osoittamaan sarjakuvailmiön moninaisuuden, arjen sankaruudesta teolliseen liukuhihnatuotteeseen. Sarjakuva on vain ilmaisumuoto, muotti jonka sisällön määrää tuotantotapa ja ympäröivä todellisuus, mutta myös aina yksilöllinen oivallus.