

3. Kuka kertoo, mitä *Game of Thrones* tarkoittaa? Post-postmodernismi ja paratekstuaalinen tarinankerronta

Markus Laukkanen

<https://orcid.org/0000-0001-5777-5374>

Spekulatiivinen fiktio, erityisesti fantasiafiktio, on noussut jatkuvasti tärkeämpään rooliin digitaalisen murroksen ja internetin luomassa kulttuurisessa ympäristössä (ks. Wolfe 2011). Fantasian asema erityisesti uusissa mediuumeissa, kuten verkkopeleissä, on hallitseva, ja samalla suurin osa nykyfantasiakertomuksista lävistää jollakin tavoin useita erilaisia mediaympäristöjä: esimerkiksi suosittujen romaanien ympärille rakentuu säännönmukaisesti oheistekstejä, televisiosovituksia, internetpalstoja, fanifiktiota ja muuta monimediaista toimintaa.

Käsittelen tässä artikkelissa huippusuositun, HBO:n tuottaman fantasiatv-sarjan *Game of Thronesin* (2011–2019) ympärillä ensisijaisesti internetissä tapahtuvaa fanitoimintaa. Kahdeksan tuotantokautta kestänyt *Game of Thrones* perustuu George R. R. Martinin romaanisarjaan *A Song of Ice and Fire* (1996–, suom. *Tulen ja jään laulu* 2003–). Lähestyn fanitoimintaa paratekstuaalisena¹ tarinankerrontana, mikä ei nimestään huolimatta aina tarkoita varsinaista tarinan kertomista, vaan yleisesti sellaista puhetta ja kirjoitusta, joka pyrkii käyttämään kohdeteoksensa kommunikatiivista potentiaalia vaikuttamisen välineenä esimerkiksi yhteiskunnallisessa keskustelussa ja kannanotoissa (ks. Castleberry 2015). *Game of Thronesin* paratekstuaalisessa tarinankerronnassa sarjasta kerrotaan tarinaa ilmiönä, joka tukee tai horjuttaa kulttuurisia kertomuksia (ks. Phelan 2005) esimerkiksi ilmastonmuutoksesta ja sukupuolirooleista.

¹ Ilmiöön voisi olla Gérard Genetten termistön valossa tarkempaa viitata epitekstuaalisena tarinankerrontana (Genette 1997, 344–347), mutta internet-kulttuurin tutkimuksessa teoksista käytyyn verkkokeskusteluun on useimmiten viitattu juuri paratekstuaalisena toimintana eikä kyseisen terminologisen valinnan haastaminen ole tässä yhteydessä nähdäkseen tarkoituksenmukaista.

Internetiin on syntynyt erityisesti spekulatiivisiin genreihin (esim. fantasia, tieteisfiktio ja kauhu) lukeutuvien teosten ympärille faniyhteisöjä (*fandomeita*) (ks. Hills 2002; Jenkins 2013). Faniyhteisöt järjestäytyvät internetin keskustelupalstoilla, ja niiden käyttäjämäärät ovat huomattavan suuria. Esimerkiksi suosittu *Reddit*-verkkosivuston *Game of Thrones* -aiheisella keskustelupalstalla on yli 2,8 miljoonaa rekisteröitynyttä käyttäjää, jotka osallistuvat aktiivisesti keskusteluun. Nämä sivustot ovatkin keskeinen osa sitä infrastruktuuria, joka muodostaa fiktiivisten teosten paratekstuaalisen, kohdeteosta tukevan, yhteisöllisen mediasisällön. Useimmat *Game of Thrones*- ja *A Song of Ice and Fire* -fanisivustoilla julkaistuja viesteistä edustavat joko taiteellista toimintaa, kuten fanitaidetta ja fanifiktiota, tai faniteorioita. Faniteoriat ovat yhteisöllisiä luentoja, jotka purkavat kohdetekstejä yksityiskohtaisesti ja rakentavat usein monimutkaisia teorioita siitä, mitä teoksissa todella tapahtuu. Suositut faniteoriat ovat yksityiskohtaisesti rakennettuja, ja niissä on tarkat lähdeviitteet. Teorioissa ei yritetä ennustaa, mitä kohdeteoksissa tapahtuu myöhemmin sarjan edetessä, vaan niissä on kyse paratekstuaalisesta tarinankerronnasta: ne pyrkivät muovaamaan teoksen tulkintoja ja faniyhteisön mielipiteitä. Nykyfantasian käyttämät genresidonnaiset interaktiivisen tarinankerronnan keinot ankkuroivat sen tiukasti internetin mukanaan tuomaan yhteisöllisen lukemisen ja kertomisen kulttuuriin. Internetkulttuurin vaikutus ei siis näy pelkästään siinä, miten teoksista puhutaan, vaan myös teoksissa itsessään ja niiden tavoissa reagoida paratekstuaaliseen keskusteluun. Tämä internetin mahdollistama interaktiivinen lukemisen tapa on nähdäkseen keskeinen ero postmodernistisen kulttuurin ja postmodernismin jälkeisen kulttuurin välillä.

Fanit

Game of Thrones -televisiosarjan hahmo Jon Snow kuolee viidennen tuotantokauden viimeisessä jaksossa ”Mother’s Mercy” (*Game of Thrones* 2015, kausi 5, jakso 10). Nuoren komentajan omat joukot surmaavat tämän petturina: pyrkimys rauhaan vanhojen vihollisten kanssa ei miellytä kaikkia. Tapahtuma ei sinänsä ole erityisen huomionarvoinen, sillä *Game of Thrones* on tunnettu siitä, että sen päähenkilöt ovat jatkuvassa vaarassa kuolla yhtäkkisesti. Tarkastelen kuitenkin tätä kuolemantapausta lähemmin sen saaman vastaanoton takia. Sarjan katsojakunta, ainakin

internetissä aktiivisesti näkemyksiään esittävä osa sarjan katsojakunnasta, nimittäin epäili, ettei Jon Snow kuollutkaan. Katsojat eivät siis uskoneet hahmon tarinan päättyneen, vaikka useat aiemmatkin päähenkilöt olivat kuolleet ja poistuneet sarjasta ja vaikka sekä *Game of Thronesin* tekijät että Jon Snow'n näyttelijä antoivat ymmärtää, että myös Jonille on nyt käynyt näin.

Sarjan seuraajille oli selvää, ettei Jon kuitenkaan olisi pysyvästi poissa pelistä. Tuotantokaudella, jonka lopussa hän kuolee, vihjataan, että hän palaa sarjaan myös seuraavana vuonna. Tämän lisäksi kertomuksessa on metafiktiivisiä viittauksia keskustelupalstojen spekulatioihin siitä, miten sarjan juoni etenee. Jaksossa "Hardhome" nähdään sananvaihto Jonin ystävän Samwell Tarlyn sekä orpolapsi Ollyn välillä. Samwell vakuuttelee Ollya sanoen: "Try not to worry Olly. I've been worrying about Jon for years. He always comes back" (Game of Thrones 2015, kausi 5, jakso 8, 28:40–28:55). *Game of Thrones* on adaptaatio George R. R. Martinin kirjoittamasta, yhä keskeneräisestä kirjasarjasta, jonka viimeisimmässä julkaistussa osassa (*A Dance With Dragons*, 2011) Jon Snow puukotetaan hengiltä. Samwell osoittaa puheensa lähes suoraan kameralle, ikään kuin sarjan yleisölle, joka oli jakson lähetysajankohtana spekuloinut Jonin kohtaloa jo neljä vuotta. Tarinaan on piilotettu paljon mahdollisia vihjeitä siitä, miksi Jon murhattiin, ja siitä, miten tämä voisi herätä henkiin. Kerronnallinen koukku toimii: jakso onnistui luomaan valtavan määrän faniteorioita, jotka pyrkivät täydentämään sarjan esittämiä tapahtumia.

Internetin faniyhteisöt spekuloiivat *Game of Thronesin* viidennen ja kuudennen kauden väliset 10 kuukautta sillä, miten Jon Snow palaa takaisin tarinaan. Spekulatio oli erityisen voimakasta, koska toisin kuin sarjan aiempien mysteerien kohdalla, nyt televisioadaptaatio oli saanut kirjasarjan kiinni eikä vastausta kysymykseen siten voinutkaan tarkistaa alkuperäisistä romaaneista. Ehkä hahmon saamat vammat eivät olleetkaan tappavia? Ehkä Jon on siirtänyt olemuksensa taikuudella lemmikkisuteensa, josta hän sitten voisi myöhemmin palata parannettuun kehoonsa. Ehkä Melisandre, mystinen papitar, joka sattui olemaan paikalla Jonin kuollessa, herättää tämän henkiin. Ehkä Jon Snow todella on muinaisen profetian lupaama pelastaja Azor Ahai, jonka kohtalo on palata kuolleista. Tai ehkä tarinan antagonisti, Night's King, herättää Jonin henkiin epäkuolleena palvelijanaan. Ehkä tämä epäkuollut Jon sitten soluttautuu vihollisen armeijaan ja lopulta pelastaa maailman? Yleisö kehitti jakson tapahtumien ympärille monimutkaisia uusia tarinoita. Samanlainen luova ja laajentava fanitoiminta jatkui läpi sarjan viimeisten tuotantokausien. Monissa tapauksissa nämä uudet tarinat olivat fandomin silmissä kiinnostavampia ja merkityksellisempiä kuin sarjan varsinaiset tapahtumat, ainakin sarjan kahden

viimeisen tuotantokauden muuten melko nuivan vastaanoton (ks. Siciliano & Shardlow 2019) valossa.

Nostankin eritoten internetin olemassaolon ja sen laajan näkyvyyden määrittäväksi tekijäksi siinä, miten nykyfiktio eroaa aiemmasta. Vaikka mahdollisuus osallistua internetkeskusteluun onkin etuoikeus ja sen luonne kaiken lävistävänä monoliittina on ainakin osittain illuusiota (ks. van Dijk 2013, 31), on internet alustana kuitenkin nimenomaan näkyvä: se voimistaa käyttäjiensä lähettämiä viestejä. Erityisesti televisiosarjojen nykyaikainen interaktiivisuus etualaistaa sen osan katsojakuntaa, jonka on mahdollista ottaa osaa verkossa käytyyn keskusteluun. Edellä kuvatus kaltaista paratekstuaalista, faniyhteisöjen käymää keskustelua internetajan fiktioista voi pitää myös merkittävänä osana postmodernismin jälkeisyyttä. Käsitellessäni seuraavassa internetyhteisöjen harjoittaman paratekstuaalisen tarinankerronnan roolia fiktion valtarakenteiden muutoksessa suhteutankin samalla tätä muutosta postmodernismin ja postmodernin jälkeisyyden teoriaan.

Nykytutkimuksessa esiintyy usein näkemys, jonka mukaan niin yksilölliset kuin yhteisöllisetkin identiteetit rakentuvat kertomuksista (McAdams ja McLean 2013, 23). Tämän näkemyksen mukaan yhtä lailla yksilön identiteetti, urheiluseuran fanius ja valtiollinen yhteenkuuluvuudentunto siis rakentuvat samasta materiaalista, tarinoista. Huolimatta siitä, että monet tutkijat ovat kyseenalaistaneet tarinoiden vallan määrittää identiteettejä (ks. Strawson 2004), on nähdäkseni selvää, että *Game of Thrones* -fandomin kaltaiset yhteisöt, jotka muodostuvat tiettyjen fiktiivisten kertomusten ympärille, rakentuvat juuri näistä kertomuksista. Niiden syy olla olemassa on jokin tietty kertomus, jonka fandomiin osallistuvat yksilöt kokevat itselleen tärkeäksi. Tämä antaa näille keskeisiksi valituille kertomuksille ja niistä kerrotuille tarinoille merkittävän paljon valtaa määrittää, millainen yhteisö on kyseessä. Fandomit käyttävät kohdeteoksiaan keskustelun, ajattelun, itseilmaisun, poliittisen aktiivisuuden ja identiteetin rakentamisen välineinä (Gray, Sandvoss & Harrington 2017, 2). Samalla nuo teokset ja niiden väistämättömänä asiayhteytenä toimiva mediaympäristö puolestaan pyrkivät käyttämään fandomien toimintaa markkinoinnin ja yhteiskunnallisen vaikuttamisen välineenä (Hassler-Forest 2016).

Olisi naiivia olettaa, että fandomit syntyvät täysin spontaanisti eli että merkityksellisiksi koetut fiktiot itse luovat ne ympärilleen. Monet korkean profiilin fandomit ovat tosiasiaassa tuotantoyhtiöiden markkinointikoneiston määrätietoisesti rakentamia. Esimerkiksi HBO:n

televisiosarjaa *Westworld* (2016–) markkinoitiin suoraan *Game of Thronesin* faniyhteisölle tämän suosikkisarjan korvaavana fiktiona. HBO julkaisi verkkosivuillaan artikkelin “Fan of Game of Thrones? 5 Reasons Why Westworld Is for You”. Ensimmäinen tekstin listaamista syistä on, että *Westworld*kin sopii faniteorioiden kehittämiseen. HBO myös kehittää parhaillaan useita uusia sarjoja, jotka tapahtuvat *Game of Thronesin* maailmassa. Tuotantoyhtiö pyrkii pitämään kiinni suuresta ja uskollisesta asiakasryhmästään.

Syy tuotantoyhtiöiden pyrkimykseen luoda uusia fandomeita ja siirtää jo olemassa olevia fandomeita uusien tuotteiden pariin on yksinkertainen: aktiivinen fandom tuo tuotteelle suuren määrän näkyvyyttä verkossa. Mainosrahoitteiset verkkojulkaisut, kuten *Esquire* ja *Den of Geek*, kierrättävät klikkauksia kalastellessaan aktiivisten fandomien ajatuksia ja tätä kautta myös laajentavat fandomia, uskollista asiakaskuntaa. Kyse on mainoksista, joita yleisöt luovat ja verkkojulkaisut levittävät ilmaiseksi. Fanitoiminta luo vaikutelman siitä, että tekstit, joiden ympärillä toiminta tapahtuu, ovat suosittuja ja trendikkäitä. Fandom on tavanomaista tehokkaampi mainos, koska se esittää ydintekstinsä olevan paitsi katsomisen arvoinen myös tiedollisesti tärkeä: *Game of Thrones* on nähtävä ja tunnettava, jotta voi liittyä sen yhteisöön. Paratekstuaalinen fandomitoiminta legitimoit HBO:n teoksen roolia sarjana, jota poliittisesti aktiivisten, tiedostavien ihmisten täytyy katsoa pysyäkseen mukana ajankohtaisissa keskusteluissa (Castleberry 2015, 127).

Internet muuttaa teoksen tekijän ja vastaanottajan välisiä valtasuhteita. Vastaanottajan tai käyttäjän rooli on paljon aikaisempaa aktiivisempi nykyaikaisessa fiktiossa, joka on rakennettu tietoisena internetin toimintatavoista. On jopa olemassa näyttöä siitä, että sosiaalinen media vaikuttaa suoraan televisio-ohjelmien sisältöön (ks. Jacobson 2013). Tällä kulttuurintuotannon kehityksellä on valtavan suuri markkinapotentiaali, joten tuotantoyhtiöt ja muut kaupalliset toimijat ovat tehneet parhaansa hyödyntääkseen sitä. Fandomeita, joiden keskuksessa on yksittäisen teoksen sijasta yritys tai brändi, kutsutaan myös brändiyhteisöiksi, ja niiden tarkoitushakuinen kultivointi nähdään usein kaiken markkinoinnin uutena pitkän tähtäimen tavoitteena (ks. Kaplan ja Haenlein 2010). Brändiyhteisöjen luomisen kannalta tuotantoyhtiöiden on tärkeää onnistua pitämään julkisuuskuvansa tiukassa kontrollissa.

Fandom pystyy aiheuttamaan ongelmia kulttuurintuotannolle (esim. Hassler-Forest 2016, 2–3). Aktiivinen fanitoiminta, kuten suosittujen faniteorioiden kehittäminen, saa paljon näkyvyyttä, ja kun muut mediat kierrättävät fandomien näkemyksiä, saavat ne suuren painoarvon keskustelussa.

Yleisöt eivät kuitenkaan käytä tätä uusien teknologioiden antamaa valtaa pelkästään mediarytysten toivomilla tavoilla. Fanitoiminta on pohjimmiltaan kaoottista ja lähes mahdotonta kontrolloida. Fandomin kahden olemassaolon tavan välillä on jännite: yhtäältä tarinankerronta fanitoimintana on immateriaalista työtä, jota tuotantoyhtiöt käyttävät hyödykseen, ja toisaalta se edustaa myös spontaania, transformatiivista ja jopa radikaalia nykyfiktiointeraktiivisten elementtien hyödyntämistä. Tekijä luovuttaa yleisölle vallan määrittämällä teoksen merkityksiä, kun teksti tuodaan interaktiivisen internetkulttuurin vaikutuspiiriin. Tämänkaltaisen kamppailun tekstin merkityksestä ja arvosta onkin tyyppillinen osa postmodernismin jälkeisen fiktion kommunikatiivista dynamiikkaa.

Postmodernismi

Fiktio postmodernismin jälkeen, nimettiin tämä sitten metamodernismiksi (Vermeulen & van den Akker 2010; Dumitrescu 2014), uusvilpittömyydeksi (Kelly 2010), post-postmodernismiksi (ks. Hutcheon 2002, Nealon 2012) tai miksi tahansa muuksi, on väistämättä yhä jollakin tavoin kytköksissä postmodernismiin. Itse käytän nimitystä post-postmodernismi. Termi on suhteellisen neutraali, mutta se korostaa uuden kulttuurin yhteyttä aiempaan. Tämän luvun tarkoitus on kartoittaa yhtä tapaa, jolla post-postmodernistinen fiktio eroaa aiemmasta: internetajan mukanaan tuomaa uudenlaista vuorovaikutteisuutta ja sen vaikutuksia. Muutos näkyy fiktion tuotannossa, nykyteosten osallistumisessa yhteiskunnalliseen keskusteluun sekä fiktion liittyvän lukija- ja kuluttajakäyttäytymisen muutoksina. Samalla tavoin kuin modernismi kummittelee kaikissa postmodernismin teorioissa, kaikki teoriat siitä, mitä tulee postmodernismin jälkeen, pitävät väistämättä sisällään jonkinlaisen kuvan postmodernismista. Uuden kulttuurin nimittäjiä kartoitettaessa vertailu vanhoihin nimittäjiin on väistämätöntä. Post-postmodernismi on osa historiallista jatkumoa, joka liikkuu jostakin kohti jotakin toista: mikäli post-postmodernismi on määriteltävissä, on se määriteltävä juuri suhteessa sitä edeltäneisiin suuntauksiin. On jopa väitetty, ettei post-postmodernismi ole uusi asia vaan yhä osa modernismin projektia, sen kehitystä ja mutaatiota, kuten postmodernismikin (Nealon 2012, ix). Tätä ajatusta tukee se, kuinka

monet niistä nimistä, joita nykykulttuurille on annettu, mukaan lukien post-postmodernismi, on rakennettu tätä logiikkaa mukaillen.

Post-postmodernismia voi kuitenkin lähestyä monin tavoin myös historiallisen jatkumon näkökulmasta, koska näkemykset postmodernismin luonteesta ovat yhä moninaisia huolimatta siitä, että suuntaus on jo julkisesti ja usein julistettu kuolleeksi (ks. Hutcheon 2002; Gibbons 2017). Koska nykyisen kulttuurisen tilan määrittely kumpuaa aiemmista määrittelyistä, on luonnollista, että uudet mallit pohjautuvat vakiintuneisiin postmodernismin teorioihin.

Omassa post-postmodernismin tarkastelussani tärkeäksi nousee Jean-François Lyotardin tunnettu teoria siitä, miten postmodernismin ydin on epäluulo suurista kertomuksista, todellisuutta määrittäviä ja kulttuurin identiteetin luovia metanarratiiveja kohtaan (Lyotard 1984, xxiv–xxv). Post-postmodernismi sitä vastoin tietoisesti päättää *ikään kuin uskoa* sellaisiin suuriin kertomuksiin, joita se tarkoituksenmukaisesti rakentavat tarinoiden luonteen tiedostaen (Salman 2009, 47). Tässä luvussa käsittelemäni ilmiö, paratekstuaalinen tarinankerronta, on siten helposti hahmotettavissa tavaksi, jolla internetin yhteisöt rakentavat ja muokkaavat tällaisia fabuloituja tai spekulatiivisia metanarratiiveja (ks. Salman 2009, Kraatila tässä teoksessa).

Lisäksi lähestyn post-postmodernismia erityisesti Fredric Jamesonin klassisen kartoituksen kautta. Jameson on epäluuloinen sellaisia väittämiä kohtaan, joiden mukaan postmodernismi olisi historiallisesti poikkeuksellinen, radikaalin uudenlainen kulttuurinen suuntaus. Hän argumentoi, että uuden kulttuurin syntyminen vaatii aina uutta sosiaalista järjestystä (Jameson 1991), ja koska myöhäinen kapitalismi määrittää inhimillistä todellisuutta 1990-luvulla siinä missä aiemminkin, ei täydellisen kulttuurisen murroksen edellytyksiä ole olemassa. Postmodernismi julistautuu historian lopuksi mutta todellisuudessa vain unohtaa historian, kritisoi Jameson, ja sitä kautta se pystyy naamioitumaan uudenaikaiseksi kulttuurin tilaksi. (Mt., xii.) Jameson myöntää, että hänen näkemyksensä postmodernismista historiattomana kulttuurina on hyvin samankaltainen kuin Lyotardin teoria hajoavista metanarratiiveista, mutta hän pitää omaa hahmotelmaansa tätä tarkempana (Mt., xi).

Merkittäväksi todelliseksi muutokseksi maailman sosiaalisessa järjestyksessä Jameson tulkitsee globalisaation, tuotannon siirtymisen niin kutsuttuun kolmanteen maailmaan. Näin postmodernismin rooliksi tulee ajatusrakenteiden uudelleenjärjestely, modernismin kulttuurisen logiikan uudelleenkirjoittaminen postmodernismin uudelle kielelle. Tämä uudelleenkirjoittaminen mahdollistuu postmodernismin nimeämisen kautta: uusi kulttuuri syntyy, kun sen olemassaolo

julistetaan, se nimetään, siitä kirjoitetaan kirjoja. Postmodernismi järjestää todellisuuden tavalla, joka normalisoi uuden talousjärjestyksen, luo kulttuurin, jossa elävät ihmiset pystyvät selviytymään globaalin talouden mukanaan tuomassa uudessa sosioekonomisessa maailmassa. (Mt., 1991, xiv.)

Jameson kuvailee kirjassaan piirteitä, jotka ovat postmodernismille ominaisia tai korostuvat ajan kulttuurituotteissa, kuten kuvataiteessa, elokuvassa, arkkitehtuurissa ja kirjallisuudessa. Hän nimeää erityisesti kolme keskeistä piirrettä. Ensimmäinen näistä on hermeneuttisuuden puute. Toisin sanoen postmoderni taide ei representoi mitään suurempaa todellisuutta, vaan sen tärkein osa on pintataso. Jamesonin mukaan postmodernismi on poetiikkana perustavanlaatuisen litteää. Tämä syvyydettömyys on läsnä kaikissa postmodernistisen kulttuurin tuotteissa ja näkyy jopa kirjaimellisena litteytenä esimerkiksi postmodernistisessä arkkitehtuurissa. Postmodernismi on innostunut vain uudentlaisista pinnoista. (Mt., 7–8.) Toinen Jamesonin nimeämä postmodernismin piirre on affektin heikentyminen. Pinnat, joista postmodernismi on viehätynyt, menettävät mahdollisuutensa syvempään merkitykseen. Maailmasta jää jäljelle kokoelma kuvia, jotka eivät viittaa mihinkään. Affekti heikentyy, eikä postmodernistinen taide enää herätä tai edes pyri herättämään vastaanottajassaan tunteita. (Mt., 8–10.) Kolmas postmodernismin piirre on historiattomuus ja pastissisuus. Postmodernismi perustuu pastissille, jonka Jameson määrittää ”amputoiduksi parodiaksi”, toistoksi ilman merkitystä tai syvyyttä. Postmodernismin perimmäinen historiattomuus tekee todellisuuden fragmentoitumisesta ja merkitysten katoamisesta väistämätöntä, sillä asioita ei ole mahdollista verrata siihen, mitä tuli ennen tai mitä tulee tulevaisuudessa. (Mt., 16–19.)

Postmodernismista on kuitenkin väistämättä siirrytty eteenpäin sikäli, että toisin kuin postmodernismi oletti, historia on jatkanut kulkuaan. Postmodernismi on jäänyt taakse, ja nyt eletään jossakin muussa maailmassa, jota hallitsee jokin muu nimittäjä. Kuten tässäkin teoksessa toistuvasti esitetään, on uutta kulttuurista nimittäjää lähdetty määrittelemään suorastaan vimmallalla (ks. Franklin 2015, xiii). Historian siirtyminen postmodernismin tälle puolen ei ole seurannut ennustuksia, joissa hahmoteltiin postmodernismin jälkeinen kulttuuri esimerkiksi Alan Kirbyn kehittämän pseudomodernismin kaltaisena kauhukuvana, jossa kulttuuri muuttuu interaktiiviseksi ja lopulta niin nautintohakuseksi, että jäljelle jää vain internetporno (ks. Kirby 2006). Jos globalisaatio työn ja tuotannon näkökulmasta uudelleenjärjesteli kapitalismin

postmodernismin aikana, tällä kertaa muutoksen taustalla ovat olleet informaatioteknologia ja erityisesti internet (ks. Fuchs 2007, 4).

Internetin taloudelliset vaikutukset ovat mittavia, ja niitä on tutkittu Jamesonin jalanjäljissä kulkevassa tutkimuksessa paljon. Jamesonin mallilla on kuitenkin toinenkin merkittävä puoli, nimittäin kulttuuri. Maailma ei väistämättä ole muuttunut kokonaan uudeksi, tunnistamattomaksi, mutta yleisön tapa käyttää kulttuurisia artefakteja on silti erilainen kuin ennen. Kulttuurin uudenlainen, interaktiivinen muoto on tuonut mukanaan perustavanlaatuisen muutoksen, ja tällä kertaa on mahdollista, ettei kulttuurin uudelleenmäärittely palvele pelkästään kehittyvän kapitalismin luomaa maailmaa (ks. Hassler-Forest 2016). Internetin mahdollistama, määrältään, kattamaltaan ja nopeudeltaan ennennäkemätön kommunikaatio on peruuttamattomasti muuttanut kaikkia yhteiskunnan osa-alueita ja kaikkia kulttuurisia artefakteja, niiden tuotantoa ja vastaanottoa. Erittelen seuraavissa luvuissa niitä mekanismeja, joilla kulttuurin digitalisaatio ja sen mukanaan tuoma interaktiivisuus ovat muuttaneet fiktion vastaanoton dynamiikkaa ja avanneet väylän paratekstuaalisuudelle.

Toinen näyttö

Nykykulttuuri toimii uudenlaisessa digitaalisessa ympäristössä, nopeasti muuttuvassa ja medioituvassa maailmassa. Tämän ympäristön toimintatapojen ja kulttuuristen vaikutusten tutkimus seuraa kehityksen perässä, sillä sen ilmiöt ovat syntyneet ja laajentuneet valtavirtaan edeltävän kahdenkymmenen vuoden aikana päätähuimaavan nopeasti. On kuitenkin selvää, että muutos on ollut perustavanlaatuinen: internet ja sen avaamat viestintämahdollisuudet ovat määritelleet maailmanjärjestyksen uudelleen monilla eri tahoilla. Väitän, että uudenlainen interaktiivisuus ja lukijan korostunut rooli teoksen merkityksiä määrittävänä tahona toimivat vastavoimana Jamesonin esittämälle, postmodernismia määrittävälle litteydelle ja täten ne ovat keskeinen osa siirtymää kohti post-postmodernismia.

Selkeä esimerkki fiktion uudesta vuorovaikutteisuudesta on niin sanottu toisen näytön (*the second screen*; Giuffre 2012) konsepti ja teknologiayritysten välinen kilpailu tämän toisen näytön roolin ottamisesta. Toisen näytön ajattelu perustuu markkinoinnin teorioihin, mutta siitä on hyötyä myös fiktion kerronnallisia ja merkityksellisiä rakenteita ja niiden toimintatapoja analysoitaessa.

Yksinkertaisuudessaan toisen ruudun ajattelu tarkoittaa tapaa, jolla television katsojat tukevat omaa käyttäjäkokemustaan toisen ruudun, useimmiten toisen teknisen laitteen avulla. Selkeä esimerkki tästä on Twitterin tai muun sosiaalisen median selaaminen älypuhelimien ruudulta samalla, kun käyttäjä katsoo esimerkiksi urheilua (ks. Mt.). Esimerkiksi Twitterin parhaita paloja saatetaan näyttää ruudulla jopa ohjelman aikana; yleisöä osallistetaan näin sisällöntuotantoon. Aktiivinen toisen näytön käyttö hyödyttää tuotantoyhtiöitä monin tavoin. Se muuttaa tekstin vastaanottajan aktiiviseksi, luovaksi osallistujaksi ja pitää tällä tavoin huolta siitä, että hän palaa tekstin pariin toistekin. Sosiaalisen median aktiivisuus jonkin tietyn televisio-ohjelman ympärillä luo vaikutelman kiinnostavasta ja tärkeästä asiasta. (Casella 2015, 2.) Samalla tämä aktiivisuus ohjaa algoritmeja syöttämään lisää uusia käyttäjiä ohjelman pariin.

Twitter-kommenttien sisällyttäminen televisiolähetyskseen liittyy useimmiten urheiluun, uutisiin tai muuhun todellista maailmaa käsittelevään ohjelmasisältöön. Tästä huolimatta toinen näyttö on kiistämätön osa myös nykyaikaista fiktiota. Toinen näyttö säilyttää käyttäjien välisen paratekstuaalisen keskustelun silloinkin, kun tuota keskustelua ei voida sisällyttää osaksi ohjelmaa itseään (Brojakowski 2015, 36), ja tämä koskettaa kaikkea sellaista nykyfiktiota, aina romaaneista internetsarjoihin, joka asettuu vuorovaikutteiseen suhteeseen yleisönsä kanssa. Esimerkiksi uusien *Game of Thronesin* jaksojen ensiesitysten aikaan internet täyttyi käyttäjistä, jotka jakoivat omia reaktioitaan ja näkemyksiään maailmalle jakson tapahtumista samalla, kun ne tapahtuivat.

Kymmeniä tuhansia jakoja, tykkäyksiä ja uudelleentwiittauksia keränneet livetwiitit näyttäytyvät internetajan kommunikaation kurioositeettina, mutta ne todistavat, että toinen näyttö voi olla vahvasti läsnä ainakin *Game of Thronesin* katsomiskokemuksessa jopa välittömällä tasolla. Samalla ilmiö myös muuttaa fiktion vastaanoton dynamiikkaa: Lukijan vastaanotto on perinteisesti nähty hankalasti, jos lainkaan, saavutettavana osana fiktion kommunikaatiota. Uusi julkinen, välitön ja yhteisöllinen vastaanotto kuitenkin muuttaa tilanteen. Internetin mahdollistamat kanavat tekevät lukemisesta ja fiktion vastaanotosta julkisen prosessin, jota sekä fiktion tekijät että sen muut vastaanottajat voivat seurata.

Fiktiivisiä televisiosarjoja tuottavat yhtiöt, kuten *Game of Thronesin* taustalla vaikuttava HBO, keskittyvät yleensä toisen näytön logiikkaa noudattelevaan paratekstuaaliseen sisältöön, joka on aktiivisimmillaan juuri ennen sarjan uutta jaksoa ja välittömästi sen jälkeen. Tällainen sisältö rakentaa verkon fandomia, uskollisinta mahdollista katsojakuntaa. HBO lähetti *Game of Thronesin* kuudennen kauden jokaisen jakson jälkeen noin puolen tunnin mittaisen jakson

keskusteluohjelmaa *After the Thrones*, jossa Chris Ryan ja Andy Greenwald intoilivat vasta nähdystä *Game of Thronesin* jaksosta. Ryan ja Greenwald ovat molemmat toimittajia ja televisiotuottajia, Hollywoodin sisäpiiriä, mutta *After the Thronesia* markkinoitiin vahvasti ohjelmana, jossa fanit puhuvat faneille fanien kielellä. Sarjaa mainostettiin mm. tunnuslauseella ”Fan the flames of your fandom!”, ja sen keskeinen teema oli yhteisöllisyys ja faniuden syventäminen. Sarjan ensimmäinen jakso alkaa seuraavalla sanailulla:

Ryan: This is *After the Thrones*. Every week, we’re going to be bringing you analysis, jokes, the whos, the whats, the whens, the wheres, the WTFs of this entire *Game of Thrones* season six.

Andy: This is the place for hopefully smart conversation, wild speculation, I pray, some Dornish wine recommendations.

Ryan: [nauraa]

Andy: Think of it this way: If *Game of Thrones*, the show, is Brienne of Tarth, we are Podrick.

Ryan: Yeah, following behind but woefully bad at hunting.

(*After the Thrones* 2016, kausi 1, jakso 1, 00:22–00:51)

Aloitukset korostaa sarjan luonnetta fanikulttuurin tuotteena. Se rakentaa selvän yhteyden erityisesti YouTube-alustalla suosittuihin amatöörien tuottamiin *recap*-videoihin, joissa käydään läpi sarjan viimeisimmän jakson tapahtumat humoristisesti selittäen ja vahvasti tulkinnalla höystettyinä. Ilmiö edustaa siis tulkitsevaa uudelleenkerrota, jossa tulkinnan rooli on merkittävä: *recap*-videot näyttävät neutraaleina, mutta ne kanonisoivat kohteidensa tiettyjä fanitulkintoja ja ovat täten osa paratekstuaalisen tarinankerronnan vyyhtiä. Nämä tulkinnat sisältävät aina käsityksen siitä, millä tavalla faniyhteisön kuuluu lähestyä käsillä olevaa teosta. Maininta viltteistä spekulatioista yhdistää sarjan *Game of Thronesin* ja *A Song of Ice and Firen* ympärille muodostuneeseen vahvaan faniteorioiden kehittelyn ja jakamisen kulttuuriin. Maininta Tarthin Briennen ja Podrickin suhteesta taas on viittaus fandomin meemihuumoriin. Vitsistä menee osa ohi, mikäli katsoja ei tunne kyseisten hahmojen, erityisesti aseenkantaja Podrickin, statusta *Game of Thronesin*

internetfandomin lempilapsena. Julistautuessaan oman elämänsä Podrickiksi julistautuu sarja vähäisemmäksi kuin kohdeteoksensa mutta samalla myös keskeisemmin osaksi internetin sisäpiiriä, osaksi verkon fanikulttuuria, jossa on lopulta kyse yhteisöstä enemmän kuin siitä teoksesta, jonka ympärille yhteisö on rakentunut.

After the Thrones pyrkii alleviivaamaan, että se on fanien eikä ammattimaisten tuottajien tekele. On kuitenkin olennaista muistaa, ettei tämä pidä paikkaansa. Kyse on HBO:n rahoittamasta media-ammattilaisten tuottamasta faniuden performanssista, joka lähetettiin kanavalla harkitusti heti uusien *Game of Thronesin* jaksujen jälkeen. *After the Thrones* ylläpitää illuusiota siitä, että ohjelman juontajat olisivat nähneet jakson samaan aikaan tavallisen yleisön kanssa ja reagoisivat sen tapahtumiin aidosti ja spontaanisti. Ohjelma on kuitenkin ilmiselvästi etukäteen käsikirjoitettu, kuvattu ja ammattimaisesti tuotettu, minkä lisäksi siinä näytetään toistuvasti katkelmia juuri esitetystä pääsarjan jaksosta. Esittämällä toimittajien juontaman ohjelman tällä tavalla HBO laajentaa yleisönsä tietoisuutta fandomista sekä antaa sille mahdollisuuden ottaa tavallista katsojaa aktiivisemmin osaa *Game of Thronesin* tarinaan, julistaa oma faniutensa ja liittyä osaksi myötämielisten katsojien sisäpiiriä. Tosiasiassa *After the Thrones* kuitenkin edistää hyvin kritiikitöntä ja positiivista tulkintaa *Game of Thronesista* ja pyrkii täten vaikuttamaan fandomin keskustelun sävyyn. Garret Castleberry viittaakin Greenwaldin ja Ryanin kaltaisiin, kaupallisista syistä faniutta esittäviin toimittajiin palkattuina näennäisfaneina² (Castleberry 2015, 135).

Fandomin levittämisen tarkoituksena on niin kutsutun *Event TV:n* luominen (ks. Giuffre 2012). *Event TV* tarkoittaa ilmiötä, jossa sarjan merkitys laajenee tarinan ulkopuolelle niin, että sen tapahtumat muuttuvat pelkistä fiktiivisen tarinan käännteistä todellisen maailman tapahtumiksi, joilla on uutisarvoa (Casella 2015, 4.) *Game of Thrones* on onnistunut luomaan itsestään tapahtuman: kun tärkeä henkilöahmo kuolee, uutisoidaan siitä kansainvälisessä mediassa ja se muuttuu osaksi laajempaa yhteiskunnallista keskustelua, kulttuurin tekstuuria. Käsitteenä *Event TV* kumpuaa televisiosarjojen ja sosiaalisen median tutkimuksesta, mutta ilmiönä se ulottuu kaikkeen kulttuurituotantoon, myös kaunokirjallisuuteen. *Event TV* edustaa pohjimmiltaan markkinointia, mutta *Game of Thronesin* mainokset eivät ole vain mainoksia, ne ovat median sisältöä. Niinpä tarinan tapahtumien lisäksi jopa sarjan mainokset saavat uutisarvon. Esimerkiksi

² En ota kantaa palkattujen näennäisfanien yksityiselämässä kokemaan faniuteen tai sen puutteeseen. Monet palkatuista näennäisfaneista osallistuvat fanitoimintaan myös ammattinsa ulkopuolella, milloin he ovat tavallisia faniyhteisön jäseniä. Palkattu näennäisfanisuus on markkinoinnin väline ja kommunikatiivinen rooli, johon kaupallinen asiayhteys pakottaa fanitoiminnan.

Helsingin Sanomat julkaisi 6.3.2019 kirjoituksen otsikolla ”*Game of Thronesin* viimeisen kauden traileri julkaistiin viimein, joten analysoimme kaikki neljä repliikkiä ja jokaisen kuvan” (Ahlroth 2019). Mainoksia voi vältellä, sisältöä ei niinkään.

Totuuden ja tarinankerronnan suhde toisiinsa on muuttunut (ks. Kraatila 2019). Tämän muutoksen vaikutukset näkyvät lähes kaikilla elämän osa-alueilla, aina viihteestä nykyajan levottomaan poliittiseen ympäristöön. Fiktio lukijan tilalle on syntynyt uusi, aktiivisesti osallistuva ja vaikeasti ennakoitava internetin polarisoima yhteisöllisyys. Kirjallisuudessa tämä uudenlainen yleisö näkyy erityisesti spekulatiivisen fiktion lukijakunnassa, mutta ilmiö ulottuu paljon laajemmalle. Tämä yhteisöllisyys saa aikaan paljon hyvää: se mahdollistaa ylitsepääsemättömiltä vaikuttavien taloudellisten, maantieteellisten ja sosiaalisten kuilujen navigoinnin ja uusien empaattisten yhteyksien luomisen. Toisaalta polarisoiva verkkoyhteisöllisyys luo kulttuurisia tiloja, joissa myös myrkylliset ajatusmallit voivat kukoistaa. Hyviä esimerkkejä tästä ovat paljon huomiota herättäneet antifeministiset internetryhmät #GamerGate ja Rabid Puppies, jotka toimivat interaktiivisina yhteisinä fantasiafiktioinkin ympärillä.

Internetin muuttuminen osaksi ekosysteemiä on demokratisoinut kulttuurintuotantoa. Faniyhteisöjen mielipiteillä ja niiden herättämällä mediahuomiolla on merkittäviä taloudellisia vaikutuksia kulttuuriteollisuuteen. Internet ja sosiaalinen media uudelleenmäärittelee fiktion tuottajan ja vastaanottajan välistä valtasuhdetta (Cassella 2015, 2). On jopa esitetty, että henkilökohtaisen yhteyden muodostaminen yleisöön on tuotantoyhtiöille välttämätöntä, jotta ne selviävät internetajan mediaympäristössä (Vaynerchuk 2011).

Koska internet ei ole materiaallinen tila, on joillakin Jamesonia seuraavilla marxilaisilla tutkijoilla ollut taipumusta määrittää sen sisältö merkityksettömäksi ja sen tutkiminen sumuksi (*vapor theory*, ks. Franklin 2015, xxi). Kritiikki kohdistuu teknologian tutkimiseen ikään kuin se ei aineettomana ilmiönä konkreettisesti vaikuttaisi materiaaliseen todellisuuteen ja tuotantotalouteen (ks. Lunenfeld 2002, 174). Nähdäkseni internetissä levitetyn sisällön merkitys on kuitenkin nykykulttuurin ja -fiktion analyysin kannalta välttämätöntä huomioida. Sen taloudelliset vaikutukset ovat laajamittaisia, kauaskantoisia ja monin tavoin uudenlaisia. Tietotekniikan ei-materiaalinen puoli on määrittänyt todellisuuden sosioekonomista kehitystä merkittävästi viimeisten vuosikymmenten aikana (ks. Franklin 2015, xxi).

Pyrkimykset laajentaa jamesonilaista analyysia postmodernismin tuolle puolen ovat useimmiten kohdanneet tästä syystä suuria vaikeuksia. Vaikka talouden muutoksia onkin analysoitu

tutkimuksessa melko terävästi, ovat katsaukset kulttuuriin olleet usein perin vanhanaikaisia. Esimerkiksi Jeffrey Nealon nostaa post-postmodernistisen kulttuurin keskeisiksi esimerkkitapauksiksi Las Vegasin kadut, niiden värivalot ja mauttomat pastissit, sekä klassisen rockmusiikin uuden suosion, joka hänen mukaansa välittää vain tyhjää nostalgiaa (Nealon 2012.) Kyse on perinteisestä postmodernistisesta kuvastosta: haluttomuus kohdata digitaalisia tiloja ja niiden sisällä tapahtuvia muutoksia vääristää tämänkaltaiset analyysit absurdeiksi. Nealon tutkii tahattomasti pelkkää postmodernismin ylijäämää. Kuten Brian McHale (1992) esittää, ei uusi kulttuurinen dominantti kumoa aiempia. Modernistisia romaaneja kirjoitettiin vielä McHalen postmodernismin aikana, ja samalla tavalla Las Vegasin postmodernistinen pinta kimaltaa yhä tänäkin päivänä.

Miekka ja feminismi: Paratekstuaaliset fanikertomukset vallan välineinä

Tarkastelen seuraavaksi *Game of Thrones* -faniyhteisön paratekstuaalista tarinankerrontaa esimerkkinä post-postmodernistisesta interaktiivisuudesta fiktiossa. Käsittelyni keskittyy niihin tapoihin, joilla fandom pyrkii käyttämään taloudellista ja poliittista valtaa hyödyntämällä kommunikointia sarjan kautta ja sen kanssa. En ota kantaa sarjan poliittisiin ulottuvuuksiin vaan käsittelen sitä, millaisia tarinoita faniyhteisöt niistä kertovat. Kiinnitän huomiota erityisesti fandomin piirissä käytyyn keskusteluun feminismistä.

Game of Thrones -fandomin suhde feminismiin on monimutkainen. Aihe on herättänyt internetissä polarisoitunutta keskustelua, johtuen osittain kysymysten ajankohtaisuudesta mutta myös niin kutsutun nörttikulttuurin³ sisällä tapahtuvista muutoksista. Tämän alakulttuurin eri osalualueilla on 2010-luvulla käyty merkittävä määrä kiivasta keskustelua inklusiivisuudesta, representaatiosta ja sukupuolesta. Keskustelu on kiihtynyt nörttikulttuurin suosion noustessa ja sen siirtyessä laajemman kulttuurin reunamilta jatkuvasti keskeisempään rooliin valtavirrassa. Tämä laajempi huomio on herättänyt paljon kysymyksiä ongelmakohdista. Näkyvyyden lisääntyessä valo on kohdistunut alakulttuurin syrjäisimpiinkin sopukoihin, ja ne, jotka viihtyvät

³ Nörttikulttuurin on nähty muodostuvan spekulatiivisista genreistä (esim. fantasia, tieteisfiktio, kauhu), videopeleistä, sarjakuvista ja muista vastaavista populaarikulttuurin ilmiöistä sekä erityisesti niiden faneista.

siellä, eivät ole ottaneet huomiota vastaan riemulla. Nörttikulttuuri on erityisesti Yhdysvalloissa hahmotettu ainakin 1980-luvulta lähtien ensisijaisesti maskuliiniseksi kulttuuriseksi tilaksi, ja monet sen vanhat poikakerholaiset vaikuttavat nyt pelkäävän, että heidän omakseen kokemansa kulttuuri hylkää heidät, kun asenteet muuttuvat.

Nörttikulttuurin salonkikelpoistumisesta johtuva kitka on nähtävissä jonkinlaisena alakulttuurin kasvukipuna, mutta *Game of Thronesin* kohdalla on olemassa toinenkin syy sille, miksi feminismiin liittyvät kysymykset ovat herättäneet niin paljon erimielisyyksiä fanien keskuudessa. Televisiosarja ei nimittäin teoksena käsittele näitä aiheita alkuunkaan johdonmukaisesti. Sen taustalla oleva *A Song of Ice and Fire* -kirjasarja hahmotetaan fandomissa feministiseksi teokseksi, ainakin paljon feministisemmäksi kuin *Game of Thrones*. Televisiosarjaa onkin kritisoitu paljon eritoten sellaisista seksuaalisuuden, sukupuolen ja väkivallan esityksistä, jotka eivät kirjasarjassa ole samalla tavalla ongelmia. *Game of Thronesiin* on esimerkiksi toistuvasti lisätty sellaisia raiskauskohtauksia, jotka eivät esiinny kirjoissa. Erityisen kuvaavaa on se, että monissa näistä tapauksista sarjan tekijät ovat jälkeenpäin sanoneet, ettei esitetyn kohtauksen ollut tarkoitus olla raiskaus. Tämä on johtanut jotkin feministisiä nörttikulttuureja ja fandomeita käsittelevät alustat (esim. themarysue.com) tuomitsemaan sarjan ja lopettamaan sen käsittelemisen. Näistä ongelmista huolimatta *Game of Thronesissa* on erotettavissa myös alkuperäisen kirjasarjan feministinen asenne. Mitä moninaisimpia, keskenään ristiriitaisiakin näkökulmia siihen, miten *Game of Thrones* suhtautuu feminismiin, on siten helppoa perustella.

Lyotardin mukaan postmodernismi kääntää selkensä suurille maailmaa selittäville kertomuksille ja korvaa ne paikallisilla mikronarratiiveilla (Lyotard 1984, xxiv–xxv). Post-postmodernismi on sen sijaan hahmotettu suurten kertomusten näkökulmasta suuntauksena, jonka keskuksessa ovat niin kutsutut fabuloidut metanarratiivit. Post-postmodernismi tietoisesti päättää uskoa sellaisiin suuriin kertomuksiin, joita se tarkoituksenmukaisesti konstruoi nimenomaan tätä tarkoitusta varten (Salman 2009, 47). Kyse on postmodernismin illuusioita hajottavan luonteen seurauksesta: maailma on outo ja kauhea paikka, jonka suuruudessa ja kaoottisuudessa pieni ihminen kelluu ulkopuolisten, ymmärtämättömien voimien heittelemänä. Kääntäessään selkensä suurille kertomuksille postmodernismi tuhoaa modernismin illusiot siitä, millainen maailma on ja mikä ihmisen rooli siinä on, mutta ilman näitä illuusioita ihmisen asema maailmankaikkeudessa on sietämätön, joten vanhojen harhojen tilalle luodaan uusia, joskin tällä kertaa niiden luonne keinotekoisina konstruktioina tiedostetaan (mt.). Tässä luvussa käsittelemäni ilmiö,

paratekstuaalinen tarinankerronta, on helposti hahmotettavissa yhtenä tapana, jolla internetin yhteisöt rakentavat ja muokkaavat näitä fabuloituja metanarratiiveja.

Postmodernismin jälkeinen kulttuuri suhtautuu suuriin kertomuksiin totuuksina kuten postmodernismia edeltänytkin kulttuuri, mutta se pitää niitä suhteellisina totuuksina. Maailman pystyy samanaikaisesti ja yhtä totuudellisesti selittämään useiden, joskus keskenään ristiriitaistenkin metanarratiivien avulla. Vaihtoehtoiset suuret kertomukset ovat metodeja, näkökulmia, joiden avulla maailmaa pyritään ymmärtämään. Paratekstuaalinen tarinankerronta *Game of Thrones* -fandomissa viittaa täten siihen, miten eri kirjoittajat suhteuttavat käsittelemänsä teoksen johonkin näistä vaihtoehtoisista metanarratiiveista. Paratekstuaalinen tarinankerronta on kerrontaa, jossa kohdeteos kirjoitetaan osaksi laajempaa kulttuurista keskustelua ja sen merkitys (sekä fiktion sisällön tulkinallinen merkitys että teoksen kulttuurinen merkitys) pyritään kanonisoimaan kirjoittajan omia metanarratiiveja tukevaksi. Suositun televisiosarjan selittäminen tietyn metanarratiivin kautta on usein sidoksissa jonkin poliittisen tai taloudellisen agendan edistämiseen. Yhteiskunnallisille näkemyksille lainataan painoarvo fiktion kommunikatiivisesta potentiaalista.

On selvää, että *Game of Thronesin* kaltainen interaktiivisesti käytetty *Event TV* sisältää kommunikatiivista potentiaalia valtavan määrän. *Game of Thrones* tarkoittaa selvästi jotakin, mutta yleisön tehtäväksi jää määrittellä, mitä se tarkalleen ottaen tarkoittaa. Tapa, jolla tätä määrittelyä konkreettisesti tehdään, on *Game of Thrones* -tarinoiden kertominen jostakin tarkoitushakuisesta näkökulmasta käsin, osana jotakin tiettyä metanarratiivia. Olen kategorisoinut ne tavat, joilla fandom kertoo tarinoita, kolmeen alustavaan luokkaan. Kiinnitän tässä yhteydessä huomiota erityisesti *Game of Thrones* -fandomin kertomuksiin feminismistä.

Ensimmäinen näistä paratekstuaalisista tarinankerronnan kategorioista ovat *ydintekstiä tukevat kertomukset*. Tarkoitan näillä niitä kertomuksia, jotka esittävät sarjan feministisenä ongelmattomalla ja yksinkertaisella tavalla. Nämä kertomukset etualaistavat sarjan progressiivisia näkemyksiä ja naisia voimaannuttavia tarinoita sekä keskittyvät positiivisiin roolimalleihin. Tällainen hyväntuulinen *girlpower* -feminismi oli selkeästi yleisin kerrottu tarina sarjasta sen ensimmäisten tuotantokausien aikana, eikä näiden positiivisten näkemysten suosio ole juurikaan vähentynyt huolimatta säröänten yleistymisestä.

Ydintekstiä tukevat kertomukset ovat erityisen suosittuja palkattujen näennäisfanien keskuudessa (Castleberry 2015, 135). Edellä käsittelemäni *After the Thrones* on jopa poikkeuksellisen selvä

esimerkki tästä ilmiöstä, mutta palkattujen näennäisfanien vaikutus ulottuu myös pitkälle tuotantoyhtiön tuottaman materiaalin ulkopuolelle. Palkatut näennäisfanit ovat toimittajia, jotka tekevät töitä mainosrahoitteisille verkkojulkaisuille mutta myös erinäisille mediatalojen omistamille fandomisivustoille (kuten *winteriscoming.net*) sekä vakavammille julkaisuille kuten *The New York Times* tai *Helsingin sanomat*⁴. Näennäisfaneja yhdistää vahva kontakti kulttuuriteollisuuteen, ja sivustojen jutut toimivatkin usein ainakin osittain *Game of Thronesin* mainoksina. Castleberry esittää, että tämä osa paratekstuaalista fandomkeskustelua pehmentää fandomin terävät kulmat (*corporate softening*) ja samalla poistaa paljon sen mahdollisesta radikaalista potentiaalista (mt.). Tämänkaltaisten lähteiden hyväntuulinen feminismi pelkistyy useimmiten asiayhteydestä irrotettuihin listoihin miekkailevista naisista tai kohtauksiin, joissa poliittista valtaa käyttävä nainen päihittää mieshahmon.

Edustava esimerkki tällaisesta pinnallisesta *Game of Thronesin* feminismin ylistämisestä on *HuffiPostin* 27.8.2017 julkaisema artikkeli ”23 Incredible Feminist Moments In Game Of Thrones” (Lumpkin 2017). Artikkelissa käydään ilman sen syvempää analyysia läpi sellaisia kohtauksia kuin ”Arya tells her dad she doesn’t want to be a great lady in a big castle” ja ”Brienne’s entire existence”. Naissoturiahmo Tarthin Briennen pelkkä olemassaolo siis riittää sarjan feministisyyden perusteluksi.⁵

Ensimmäisen paratekstuaalisen tarinankerronnan kategorian, ydintekstiä tukevien kertomusten, tuottaminen on kuitenkin selvästi juuri sitä fanitoimintaa, johon fandomeita kultivoivat tuotantoyhtiöt faneja ensisijaisesti kannustavat. Tällainen fanitoiminta saadaan helposti kääntymään positiiviseksi klikkiotsikoiksi, jotka esittävät sarjan erittäin myönteisessä valossa. Ne tekevät *Game of Thronesista* osan laajempaa kulttuurista keskustelua ja voimistavat sarjan *Event TV* -asemaa tekemällä siitä vakavasti otettavan uutisaiheen. Kuten edellä esitin, sarja on lähestulkoon pakko tuntee, jotta voi osallistua täysipainoisesti tärkeään yhteiskunnalliseen keskusteluun feminismistä mediassa, mikä on luonnollisesti positiivinen asia HBO:lle. Tästä näkökulmasta onkin helppoa nähdä, miksi ensimmäisen kategorian fanikertomukset ovat kaikessa yksinkertaisuudessaan se tapa, jolla palkatut näennäisfanit fanitoimintaa harjoittavat.

⁴ Molemmat lehdet ovat julkaisseet sarjasta lukuisia juttuja läpi vuosien. Monet jutuista ovat yksityiskohtaisia analyyseja sarjan jaksoista, trailereista ja markkinointimateriaaleista. Myös faniteorioiden ja huhujen listaaminen on ollut tyypillinen *Game of Thrones* -jutun formaatti. *Helsingin Sanomat* on lisäksi julkaissut kokoelmia parhaista sarjaan liittyvistä meemeistä.

⁵ Tällainen pinnallinen kehuminen ei toki ole pelkästään palkattujen näennäisfanien puhetapa, vaan myös perinteisen fandomtoiminnan ytimessä on usein kritiikitön fanitetun teoksen juhlistaminen.

Toinen paratekstuaalisen yhteiskunnallisen tarinankerronnan kategoria on *fantagonistinen kriittinen kertomus* (ks. Johnson 2007). Tällaiset kertomukset kritisovat *Game of Thronesin* tapoja performoida feminismiä. Kriittisiä kertomuksia esiintyy kahta pääalajia. Ensimmäisessä kritisoidaan sitä, ettei *Game of Thrones* ole riittävän feministinen vaan että se pyrkii vain kyynisesti vetoamaan yleisöön; se käsittelee feminismiä ainoastaan pinnallisesti ja välttää ottamasta jyrkkää kantaa mihinkään tärkeisiin kysymyksiin. Esimerkkinä tällaisesta näkökulmasta on *IndieWiren* 7.9.2017 julkaisema artikkeli ”Game of Thrones Rarely Passes the Bechdel Test, and It Still Has a Rape Problem”, joka pyrkii todistamaan, että sarja on seksistinen, kokoamalla erinäisiä tilastoja siitä, kuinka paljon alastomia naisia sarjassa esitetään verrattuna alastomiin miehiin ja kuinka paljon seksuaalista väkivaltaa kullakin sarjan tuotantokaudella on (Nordine 2017). Nämä kertomukset esittävät HBO:n sarjan syvästi ongelmallisena teoksena ja, toisin kuin ensimmäisen kategorian kertomukset, ovat usein tietoisia siitä, että kyse on tuotteesta. *Game of Thrones* on hedelmällinen maaperä tällaisille kertomuksille, sillä siinä on aiemmin mainitsemiani sisäisiä ristiriitoja. Toinen kriittisten tarinoiden alalaji esittää, että *Game of Thrones* on liian progressiivinen, siis liian feministinen, ja että sen sukupuolen kuvaukset pyrkivät edistämään jotakin salakavalaa liberaalia agendaa. Esimerkiksi nimimerkin *Return of Kings* -sivuston 8.7.2014 julkaisema, nimimerkin ”Knight Rider” kirjoittama artikkeli ”How Feminism Is Ruining Game of Thrones” pyrkii esittämään, että tietyt televisioadaptaatioon tehdyt muutokset edistävät Hollywoodin salakavalaa feminististä agendaa (Rider 2014). Tällaiset kertomukset kumpuavat siitä taantumuksellisesta osasta fantasiafandomia, johon aiemmin viittasin. Taantumukselliset äänet ovat seuranneet mukana, kun fantasiagenre on siirtynyt valtavirtaan.

Toisen paratekstuaalisen tarinankerronnan kategorian tarinat eivät kerro *Game of Thronesista* teoksena samassa määrin kuin ensimmäisen kategorian tarinat. Kyse on ennemminkin yrityksestä esittää teos kulttuurisesti merkittävänä. Nämä kertomukset esittävät, että HBO:n sarja heijastelee laajempaa yhteiskunnallista todellisuutta ja että sen ongelmat ovat oireita yhteiskunnan ongelmakohdista. Derek Johnsonin (2007) käsite fantagonismi soveltuu ilmiön kuvaamiseen hyvin: erinäiset poliittisesti motivoituneet tahot pyrkivät kodifioimaan käsittelemänsä tekstin ja sitä ympäröivän diskurssin omien intressiensä mukaisesti (mt., 287). Fantagonistiset kriittiset kertomukset pyrkivät kanonisoimaan tiettyä poliittisesti motivoitua tulkintaa *Game of Thronesin* merkityksestä kulttuurituotteena. Fandomin tarinankerronta legitimoit ne diskurssit, jotka nostavat sarjasta esiin eettisiä ja sosiokulttuurisia kysymyksiä. (Castleberry 2015, 133.)

Kertomalla kriittisiä tarinoita *Game of Thronesista* fantagonistiset tahot pyrkivät kääntämään suositusta sarjasta käytyä keskustelua omien poliittisten näkökulmiensa mukaisiin aiheisiin. Mikäli sarjan medianäkyvyyttä voi käyttää minkäänlaisena mittarina, voidaan turvallisesti sanoa, että *Game of Thrones* kiinnostaa valtavan suurta määrää ihmisiä, ja täten siitä käydyn keskustelun sisällön ohjaaminen tarkoituksenmukaiseen suuntaan antaa poliittisille näkemyksille merkittävästi painoarvoa ja yleisöä. Kuten edellä esitin, osallistumalla aktiivisesti fanikulttuurien ekosysteemiin tuotantoyhtiö luovuttaa fandomille suuren määrän valtaa määrittellä teoksen merkitys ja sisältö. Fantagonistiset tahot pyrkivät muuttamaan teosten merkityksiä ja jopa sisältöjä käyttämällä tätä valtaa tarkoitushakuisesti. Tällaiset tahot esittävät itsensä sarjan uskollisimpina faneina, jotka ovat pettyneitä joihinkin siinä havaitsemiinsa piirteisiin. Painostus vaikuttaa toisinaan toimivan: esimerkiksi sekspositio (vrt. ekspositio; ks. Hann 2012), josta *Game of Thronesia* on kritisoitu paljon, katosi sarjasta lähestulkoon kokonaan sen viimeisillä tuotantokausilla.

Tuotantoyhtiöt kultivoivat fandomeita ja antavat näille merkittävän määrän valtaa määrittellä teostensa merkityksiä. Samalla ne pyrkivät myös laajentamaan sarjojensa suosion tuotantoyhtiöiden brändiin sitomalla nämä asiat toisiinsa peruuttamattomasti, kun olemassaolevat faniyhteisöt muokataan brändiyhteisöiksi. Tämä johtaa siihen, että fantagonistinen fanitoiminta muokkaa koko tuotantoyhtiön brändäystä tavoilla, joita yhtiöiden on mahdotonta kontrolloida (ks. Castleberry 2015, 133). Fantagonistiset kriittiset kertomukset ovat itsessään neutraali ilmiö; niiden teho on luonnollinen seuraus kuvaamastani internetkulttuurin mukanaan tuomasta fiktion valtasuhteiden muutoksesta. Ensimmäinen kuvailemani paratekstuaalisen tarinankerronnan kategoria, ydintekstiä tukeva tarinankerronta, on selvästi tuotantoyhtiöiden siunaama ilmiö, sen sisällöt tuotantoyhtiöiden vaikutuksen pehmentämiä. Kriittiset kertomukset puolestaan ovat esimerkki pehmentämättömästä fanitoiminnasta, jolla on potentiaalia demokratisoida kulttuurin valtarakenteita. Tämä on yksi keskeinen syy, miksi post-postmodernistisen internetajan kulttuurin voi ajatella olevan dramaattisesti erilaista kuin Jamesonin kuvaama postmodernismi.

Kolmas paratekstuaalisen yhteiskunnallisen tarinankerronnan kategoria on *appropriatiivinen tarinankerronta*. Appropriatiiviset tarinat eroavat fantagonistisista kriittisistä kertomuksista siinä, miten niillä on taipumus vääristää ydintekstinsä tunnistamattomaan muotoon. Tätä kolmatta tarinankerronnan kategoriaa on kyseenalaista nimetä fanitoiminnaksi. Fandomin rooli pelkistyy naamioksi, joka peittää esitetyn poliittisen agendan ja jonka avulla kyseinen agenda pystytään

salakuljettamaan valtavirtaan suositusta sarjasta keskustelemalla. Esimerkkinä tällaisesta lähestymistavasta *Game of Thronesiin* toimivat antifeministinen, uusmaskuliininen sivusto *Return of Kings* ja muut vastaavat sivustot. Antifeministiset tulkinnat *Game of Thronesista* vaihtelevat: joidenkin näkemysten välillä mukaan sarja on joko täyttä liberaalia propagandaa tai sitten kuvausta väkivaltaisemmasta, arvoiltaan kovemmasta ja hierarkkisemmasta maailmasta, jonka suosio on todistus siitä, että vihatut feministit alitajuisesti tahtovat tulla dominoiduiksi sanan kaikissa merkityksissä.

Mark Derian esittää *Return of Kings* -alustalla julkaistussa tekstissä:

The incessant stand-offs, boobs, and swords (which never not represent masculinity), would make us think the viewers are predominantly men. However, the most represented viewer demographic is single women located on the coasts (i.e., feminists). Except feminists, with their attachment disorder parading as independence, rebel against family values. Yet they need family values like they need Vitamin D. Game of Thrones bridges this gap of cognitive dissonance as a way for women to nourish themselves with something that's supposed to disgust them. It's a spoonful of sugar for the Huffington Post crowd.

(Derian 2016.)

Teksti on täynnä aggressiivista seksuaalista vihjailua ja hyökkäyksiä epämääräistä, tekaistua ihmisryhmää kohtaan. *Game of Thrones* on kirjoituksen näennäinen aihe, mutta sarjalla ei ole minkäänlaista roolia sen sisällössä. Tavat, joilla appropriatiivinen tarinankerronta vääristelee ja ohittaa kohdetekstejään, muodostavat selkeän yhteyden internetkulttuurin ja niin kutsun totuudenjälkeisyyden välille: totuudella ei ole merkitystä, vain siitä kerrotut tarinat ovat tärkeitä (ks. Hyvönen 2018, 3).⁶

Fandomiin rakentuvat yhteisöt ja niiden syvin olemus, niiden identiteetti, määrittyvät sen kautta, mitä niiden kohdetekstien nähdään tarkoittavan. Erinäiset fantagonistiset ja muut tahot pyrkivät muokkaamaan fandomien identiteettiä määrittelemällä tekstien merkityksiä suhteessa

⁶ Totuudenjälkeisyys on kuitenkin taas yksi lukuisista uuden kulttuurin nimittäjistä, joskin tällä kertaa termin lähteenä on journalismi ja politiikantutkimus eikä kulttuurintutkimus. Tässä yhteydessä tarkempi syventyminen tähän uuteen ja akateemiselta uskottavuudeltaan jokseenkin epävakaiseen termiin ei nähdäkseni ole tarpeen (ks. Hyvönen 2018, 1–2).

laajempaan kulttuuriin. Tämä määrittely on mahdollista, koska teosten tekijät (tuotantoyhtiöt) pyrkivät hyödyntämään internetin interaktiivista ja yhteisöllistä luonnetta uudenaikaisessa kommunikaatiossa ja markkinoinnissa. Täten ne väistämättä luovuttavat suuren määrän tekijäauktoriteettiaan moninaisille yleisöilleen. Teosten merkityksiä muutetaan legitimoimalla niiden tarkoitushakuisia fandomluentoja niistä: luennat leviävät, niitä kommentoidaan ja kierrätetään valtamediassa, ja täten niistä tulee osa sitä, mitä esimerkiksi *Game of Thrones* kulttuurissa tarkoittaa. Tämä puolestaan vaikuttaa siihen, millainen fandom teoksen ympärillä on ja millaista fanitoimintaa se harjoittaa. Fandomin identiteetti muuttuu.

Kuva post-postmodernismista

Lopuksi palaan uuden kulttuurin nimittäjiin. Post-postmodernismi fiktiossa, jos päätämme, että tällainen asia on olemassa, on internetajan kertomuskulttuurin määrittämää. Internetin vaikutukset nykykulttuurissa ovat mittavat aina politiikasta taiteeseen ja uusien teknologioiden mahdollistamiin uudenaikaisiin tarinankerronnan mediuimeihin. Populaarifiktio ja enenevässä määrin myös vakavasti otettavan fiktion sisältämä yleisön ja tekijän välinen suhde on internetin myötä perustavanlaatuisest muuttunut.

Tämä perustavanlaatuinen muutos on luonteeltaan rakenteellinen. Jamesonin (1991) kuvaama postmodernismi järjestellee uudelleen fiktion rakenteita, sen suhdetta todellisuuteen ja sen representaation tapoja. Post-postmodernismi on aiheuttanut vastaavan kaltaisen uudelleen järjestelyn, ja painotukset ovat muuttuneet. Kyse ei kuitenkaan ole täydestä murroksesta, siirtymästä mihinkään täysin uuteen todellisuuteen, vaan nimenomaan uuden teknologian mahdollistamista uudenaikaisista ilmenemismuodoista, jotka ovat olleet olemassa jo paljon aiemmin. Fiktion tuotannon, levityksen ja vastaanoton dynamiikat ovat kuitenkin muuttuneet internetajan myötä niin merkittävästi, että tämän muutoksen jäljet näkyvät lähestulkoon kaikkialla postmodernismin jälkeisessä tarinankerronnassa.

Jamesonin kuvaaman postmodernismin litteys, pintakeskeinen merkityksellisyyden puute, on nykyfiktiossakin diagnosoitavissa, joskin mahdollisesti vähemmissä määrin kuin ennen. Aktiivinen,

kulttuurin tuotantoon osallistuva yleisö kuitenkin muuttaa tämän dynamiikan: kun yleisöllä on enemmän valtaa teoksen sisältöön, ei sen merkityksen tarvitse kummuta tekstistä itsestään. Faniyhteisöjen toiminta on, jos jotakin, autenttista ja affektiivista, korosteisesti merkityksellisyyteen pyrkivää. Kulttuurin valtavirran suosimat teokset saattavat olla pintakeskeisiä – harva syyttäisi esimerkiksi *Marvelin* viihteellistä elokuvatuotantoa syvällisyydestä –, mutta aktiivinen lukijakunta antaa niille merkityksiä.

Kiiltävää pintaa syvemmälle kurkottavat elementit tuotetaan siis nykyfiktioon yleisön toimesta. Aktiivinen fanitoiminta ja paratekstuaalinen keskustelu ovat tämän merkityksenannon prosessin ytimessä. Fanifiktio, faniteoriat ja muut samankaltaiset luovat faniaktiiviteetit etsivät ja koettelevet kohdetekstiensä kommunikatiivisen potentiaalin rajoja. Olen tässä luvussa keskittynyt tällaisen spekulatiivisen merkitysten luomisen sijasta paratekstuaaliseen tarinankerrontaan. Kutsun tätä ilmiötä tarinankerronnaksi huolimatta siitä, että varsinainen tarinankerronta perinteisessä mielessä on paratekstuaalisessa keskustelussa harvinaista.⁷ Käsittelemäni ilmiön kerronnallisuus liittyy lyotardilaiseen käsitykseen metanarratiiveista ja niiden post-postmodernistiseen fabulointiin (Salman 2009; ks. myös Kraatila tässä teoksessa). Post-postmodernismissa suuret kertomukset ovat välineitä, joiden avulla teksteille annetaan sellaista syvyyttä, sellaisia merkityksiä, mitä niillä ei itsessään valmiina ole.

Post-postmodernismi on siis merkityksellistä, omalla tavallaan. Ainakin nykyfiktiosta kirjoitetaan ikään kuin se olisi merkityksellistä, mikä jo itsessään antaa sille jonkinlaista painoarvoa ja syvyyttä. Internetkeskustelulla on kuitenkin taipumusta voimakkaaseen polarisaatioon, nyanssittomaan kirjaimellisuuteen sekä lyhyeen muistiin. Jamesonin postmodernismiin kaipaamat hermeneuttiset elementit sekä historiallisuus eivät siis vaikuta löytävän uutta elämää fanikulttuurissa samalla tavoin kuin affekti ja merkityksellisyys, jotka molemmat korostuvat internetkeskustelussa voimakkaasti.

Lähteet

Kohdeteokset:

⁷ Esimerkiksi omakohtaiset kertomukset siitä, miten kirjoittaja on löytänyt teoksen, tai siitä, miten televisiosarja tai videopeli on vaikuttanut kertojan elämään, ovat selkeää perinteistä tarinankerrontaa.

After the Thrones, kausi 1, jakso 1. 2016. [HBO Nordic]. Ohjannut Cari Townsend. HBO.

Game of Thrones, kausi 5, jakso 8, Hardhome. 2015. [HBO Nordic]. Ohjannut Miguel Sapochnik. HBO.

Game of Thrones, kausi 5, jakso 10, Mother's Mercy. 2015. [HBO Nordic]. Ohjannut David Nutter. HBO.

Martin, George R. R. 1996. *A Game of Thrones*. New York: Bantam Books.

Martin, George R. R. 1999. *A Clash of Kings*. New York: Bantam Books.

Martin, George R. R. 2000. *A Storm of Swords*. New York: Bantam Books.

Martin, George R. R. 2005. *A Feast for Crows*. New York: Bantam Books.

Martin, George R. R. 2011. *A Dance with Dragons*. New York: Bantam Books.

Tutkimuskirjallisuus ja muut lähteet

Ahlroth, Jussi. 2019. Game of Thronesin viimeisen kauden traileri julkaistiin viimein, joten analysoimme kaikki neljä repliikkiä ja jokaisen kuvan *Helsingin Sanomat* [verkkoaineisto].

<https://www.hs.fi/nyt/got/art-2000006025797.html> Viitattu 17.9.2021.

Brojakowski, Benjamin. 2015. Spoiler Alert. Understanding Television Enjoyment in the Social Media Era. Teoksessa: Alison F. Slade, Amber J. Narro & Dedria Givens-Carroll (toim.) *Television, Social Media and Fan Culture*. Lenham, Boulder, New York & Lontoo: Lexington Books, 23–41.

Casella, Ryan. 2015. The New Network. Teoksessa: Alison F. Slade, Amber J. Narro & Dedria Givens-Carroll (toim.) *Television, Social Media and Fan Culture*. Lenham, Boulder, New York & Lontoo: Lexington Books, 1–22.

Castleberry, Garret. 2015. Game(s) of Fandom – The Hyperlink Labyrinths That Paratextualize *Game of Thrones* fandom. Teoksessa: Alison F. Slade, Amber J. Narro & Dedria Givens-Carroll (toim.) *Television, Social Media and Fan Culture*. Lenham, Boulder, New York & Lontoo: Lexington Books, 127–145.

Derian, Mark. 2016. "Game of Thrones Is Successful Because It Reminds Us Of What We Lack" *Return of Kings* [verkkoaineisto]. <https://www.returnofkings.com/125844/game-of-thrones-is-successful-because-it-reminds-us-of-what-we-lack> Viitattu 17.9.2021.

- Dumitrescu, Alexandra Elena. 2014. *Towards a Metamodern Literature*. Väitöskirja. Dunedin: University of Otago.
- Franklin, Seb. 2015. *Control: Digitality As Cultural Logic*. Cambridge: MIT Press
- Fuchs, Christian. 2007. *Internet and Society: Social Theory in the Information Age*. Lontoo & New York: Routledge.
- Genette, Gérard. 1997. *Paratexts. Thresholds of interpretation*. Kääntänyt Jane E. Lewin. Cambridge: Cambridge University Press. Ranskankielinen alkuteos 1987.
- Gibbons, Alison. 2017. "Postmodernism is dead. What comes next?" *The Times Literary Supplement* [verkkoaineisto]. <https://www.the-tls.co.uk/articles/public/postmodernism-dead-comes-next/> Viitattu 17.9.2021.
- Giuffre, Lizz. 2012. The Coming of the Second Screen. *Metro Magazine*, nro. 172, Winter 2012.
- Gray, Jonathan, Cornel Sandvoss & C. Lee Harrington. 2017. Introduction: Why Study Fans? Teoksessa: Jonathan Grey, Cornel Sandvoss & C. Lee Harrington (toim.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York & Lontoo: New York University Press, 1–16.
- Hann, Michael. 2012. How "sexposition" fleshes out the story *The Guardian* [verkkoaineisto]. <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2012/mar/11/sexposition-story-tv-drama> Viitattu 17.9.2021.
- Hassler-Forest, Dan. 2016. *Science-Fiction, Fantasy and Politics – Transmedia World-Building beyond Capitalism*. Lontoo & New York: Rowman & Littlefield.
- Hills, Matt. 2002. *Fan Cultures*. Lontoo & New York: Routledge.
- Hutcheon, Linda. 2002. Postmodern Afterthoughts. *Wascan Review of Contemporary Poetry and Short Fiction* 37:1, 5–12.
- Hyvönen, Ari-Elmeri. 2018. Careless Speech: Conceptualizing Post-Truth Politics. *New Perspectives* 26:3, 1–25.
- Jacobson, Susan. 2013. Does Audience Participation on Facebook Influence the News Agenda? A Case Study of The Rachel Maddow Show. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 57:3, 338–355.

- Jameson, Fredric. 1991. *Postmodernism. Or, the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham: Duke University Press.
- Jenkins, Henry. 2013. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: NYU Press.
- Johnson, Derek. 2007. Fan-tagonism: Factions, Institutions, and Constitutive Hegemonies of Fandom. Teoksessa: Jonathan Gray, Cornel Sandvoss & Lee Harrington (toim.) *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World*. New York: New York University Press, 285–300.
- Kaplan, Andreas M. & Michael Haenlein. 2010. Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media. *Business Horizons* 53:1, 59–68.
- Kelly, Adam. 2010. David Foster Wallace and the New Sincerity in American Fiction. Teoksessa: David Hering (toim.) *Consider David Foster Wallace: Critical Essays*. Los Angeles: Sideshow Media Group Press, 131–146.
- Kirby, Alan. 2006. "The Death of Postmodernism and Beyond" *Philosophy Now* [verkkoaineisto]. https://philosophynow.org/issues/58/The_Death_of_Postmodernism_And_Beyond Viitattu 17.9.2021.
- Kraatila, Elise. 2019. Conspicuous fabrications: Speculative Fiction as a Tool for Confronting the Post-Truth Discourse. *Narrative Inquiry* 29:2, 418–433.
- Lumpkin, Jincey. 2017. 23 Incredible Feminist Moments In Game Of Thrones *HuffPost* [verkkoaineisto]. https://www.huffpost.com/entry/23-incredible-feminist-moments-in-game-of-thrones_b_59a33cfee4b0d0ef9f1c151e Viitattu 17.9.2021.
- Lunenfeld, Peter. 2001. *Snap to Grid: A User's Guide to Digital Arts, Media, and Cultures*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Liotard, Jean-François. 1984. *The Postmodern Condition. A Report on Knowledge*. Kääntänyt Geoffrey Bennington & Brian Massumi. Minneapolis: University of Minnesota Press. Ranskankielinen alkuteos 1979.
- McAdams, Dan P. & McLean Kate C. 2013. Narrative identity. *Current Directions in Psychological Science* 22:3, 233–238.
- McHale, Brian. 1992. *Constructing Postmodernism*. Lontoo & New York: Routledge.

- Nealon, Jeffrey T. 2012. *Post-postmodernism or, The Cultural Logic of Just in Time Capitalism*. Stanford, California: Stanford University Press.
- Nordine, Michael. 2017. "Game of Thrones" Rarely Passes the Bechdel Test, and It Still Has a Rape Problem *IndieWire* [verkkoaineisto]. Viitattu 17.9.2021.
- Phelan, James. 2005. *Living to Tell About It: A Rhetoric and Ethics of Character Narration*. Ithaca: Cornell University Press.
- Rider, Knight. 2014. How Feminism is Ruining "Game of Thrones". *Return of Kings* [verkkoaineisto]. <https://www.returnofkings.com/38518/how-feminism-is-ruining-game-of-thrones> Viitattu 17.9.2021.
- Salman, Volha. 2009. "Fabulation" of Metanarratives in Julian Barnes's novels *Metroland*, *Flaubert's Parrot*, *A History of the World in 10 ½ Chapters*, and *England, England*. Väitöskirja. Ankara: Middle East Technical University.
- Siciliano, Leon & Ju Shardlow. 2019. 9 reasons "Game of Thrones" season 8 was a huge disappointment *Business Insider Australia* [verkkoaineisto]. Viitattu 17.9.2021.
- Strawson, Galen. 2004. Against Narrativity. *Ratio* 17:4, 365–491.
- van Dijk, Jan A. G. M. 2013. A Theory of the Digital Divide. Teoksessa: Massimo Ragnedda & Glenn W. Muschert (toim.) *The Digital Divide – The Internet and Social Inequality in International Perspective*. Lontoo & New York: Routledge, 29–51.
- Vaynerchuk, Gary. 2011. *The Thank You Economy*. New York: HarperCollins.
- Vermeulen, Timotheus & Robin van den Akker. 2010. Notes on Metamodernism. *Journal of Aesthetics and Culture* 2:1, 1–14.
- Wolfe, Gary K. 2011. *Evaporating Genres: Essays on Fantastic Literature*. Middletown: Wesleyan University Press.